



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - FASA
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO
DISCIPLINA: MONOGRAFIA

Antônio Martins dos Santos
RA 2043587/6

A NOTÍCIA COM MAIS GRAÇA

Um estudo sobre as charges veiculadas em O Globo, por Chico Caruso, há mais de 20 anos na capa do jornal

Brasília
Outubro de 2007

Antônio Martins dos Santos

A NOTÍCIA COM MAIS GRAÇA

Um estudo sobre as charges veiculadas em O Globo, por Chico Caruso, há mais de 20 anos na capa do jornal

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília, orientado pelo Profº Luiz Cláudio Ferreira

Brasília

Outubro de 2007

Antônio Martins dos Santos

A NOTÍCIA COM MAIS GRAÇA

Um estudo sobre as charges veiculadas em O Globo, por Chico Caruso, há mais de 20 anos na capa do jornal

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Brasília, 30 de outubro de 2007.

Banca Examinadora

Prof. LUIZ CLÁUDIO FERREIRA
Orientador

CLÁUDIA BUSATO
Prof^a. Examinadora

Prof^o BETO ROCHA
Prof. Examinador

Dedico esta pesquisa às pessoas mais importantes da minha vida, que de uma forma mais sutil mostraram-me o mundo de um novo horizonte e concepção. À minha família, em especial minha princesinha Déborah Diniz, a luz dos meus dias de luta e sobrevivência na cidade veloz. À minha mulher Renata, pela paciência, torcida e busca inconstante das palavras simples que fazem parte da vida: amor, beijo, carinho, filha, sol, pai, mulher, água, terra, mãe, amigos, ar e a força do pensamento.

AGRADECIMENTO

Agradeço ao Ser Superior dono de toda forma de vida no universo onde residem os tolerantes e os intolerantes e que esse mesmo Deus faça chover o pudor na face do homem intolerante. Agradeço por ter vindo da grande galáxia, Efigênia Diniz e Carlos Martins, que me deram muitos irmãos, numa família de quintal de chão mineiro muito maneiro. Agradeço aos chargistas Chico Caruso, Lane Rocha, Novaes, Miguel Paiva e Edson Aran, pela força e os amigos do jornalismo, Ensinas, Alexandres, Nara, Víctor, Nadja, Dani, Fabi, Anas Paulas, Brunos, Renatos, Priscilas, Fabíolas, Flávias, Fernandas, Kelly's e Gigantes. Aos Professores, Luiz Cláudio, Severino, Elis, Ida, Beto Rocha e Cláudia Busato. Ao meu grande e amigo e jornalista Osman "Shariff" Melo, que hoje habita o universo gauche e poético das estrelas.

Sueño con Serpientes

*Há homens que lutam um dia, e são bons;
Há outros que lutam um ano, e são melhores;
Há aqueles que lutam muitos anos, e são muito bons;
Porém há os que lutam toda a vida
Estes são os imprescindíveis*

(Bertold Brecht)

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo analisar as charges de autoria de Chico Caruso, publicadas na capa do Jornal O Globo, como auxiliam de forma lúdica o conteúdo da notícia. Para isso recortam-se neste trabalho os meses de março, abril e maio de 2007. O signo, charge por ser uma linguagem não-verbal, possui uma grande expressão de comunicação através da crítica social, da cultura, do humor, da ironia, do sarcasmo e do próprio sentido do olhar. As imagens das charges contribuem na formação de um público leitor, cativo e propagador na sociedade. A charge atua como linguagem não-verbal e tem uma função interpretante na imaginação dos leitores. Esta pesquisa observa as charges em relação a tamanho, traço, cores, assuntos pautados, padrões de criação da charge e análise do contexto sócio-político (político, social e econômico). Durante o período do governo militar instalado no país de 1964 a 1985, a charge através do Jornal *O Pasquim*, foi a linguagem de contestação e inconformismo de uma geração com a falta de liberdade de imprensa imposta pelo regime militar.

Palavras chaves: Charges. Lúdica. Imagens.

SUMÁRIO

1 introdução.....	9
Capítulo I - A Charge	12
1.1 desenho contra a hipocrisia.....	12
Capítulo II - Compreendendo a charge	13
2 definição de caricatura e charge	13
2.1 definição de cartum e desenho de humor	14
2.2 definição de tira cômica e história em quadrinhos.....	15
2.3 surgimento da charge no brasil	16
2.4 charge contemporânea.....	19
Capítulo III - A charge como imagem	19
3 a charge como imagem na semiótica	19
3.1 a charge – signo icônico?.....	22
3.2 charge em preto e branco	25
3.3 a liberdade e a contra-cultura.....	27
3.4 a importância do pasquim no jornalismo brasileiro.....	28
Capítulo IV - Entrevistas com chargistas	30
4 entrevistas	30
Capítulo V - Significando as charges	34
5 análises e resultados.....	34
5.1 por editorias.....	34
5.2 por autoridades	35
5.3 por etnias dos personagens	37
5.4 por gênero	38
5.5 por localidade	39
5.6 por cores	40
5.7 por espaço na página.....	41
5.8 comentário.....	42
6 conclusão	43
7 referências	45

1 INTRODUÇÃO

O Presidente da República segura um abacaxi. O ídolo do futebol aparece gordo e dentuço além da conta e a ministra com um rolo de macarrão. Imagens que podem ser consideradas absurdas na capa do Jornal. A charge torna isso tudo possível pelo humor e faz o leitor entender de forma lúdica uma notícia. Este trabalho tem o propósito de constituir uma análise crítica das charges publicadas no Jornal O GLOBO, feitas por Chico Caruso para saber se auxiliam no entendimento da notícia ou traduz de forma lúdica o seu entendimento, no período de março a maio de 2007.

A visualização é apenas um dos sentidos utilizados numa página de jornal impresso, na imagem do desenho, da caricatura, da charge do cartum e da tira. De acordo com autores pesquisados, a charge faz com que cada leitor aguçe a imaginação de forma singular, através do humor, da crítica, do sarcasmo, do sorriso, que exercite a imaginação podendo ou não despertar a sensibilidade do público.

As charges têm uma relação com a caricatura, com os cartunistas, desenhistas e com a fotografia, mas não substituem as fotografias. Assim como as imagens são captadas pelo olhar do fotógrafo no momento de fazer a fotografia para ilustrar e dialogar com a matéria, o fotógrafo busca a síntese, a objetividade que é importante e a charge, também tem esse momento em que o chargista busca humanizar a sua criação de forma objetiva, particular, constituindo uma contribuição diária para o leitor do jornal.

A caricatura não é somente a tribuna do desenhista. Além de orientar ou refletir a opinião do público a que se dirige, e também sua voz, o que a torna uma forma de expressão importante e temida. Esta força da caricatura é incontestável. (FONSECA, 1999, p.12)

A comunicação tem essa capacidade de transmissão da informação através de uma linguagem não-verbal, como a da charge. Por acreditar que o leitor pode ser auxiliado e estimulado pelas charges através das cores, da política, do humor, da ironia, do esporte, do cotidiano, forma e tamanho da charge -, e na existência de um seguimento jornalístico que as explore nas capas de seus veículos de comunicação, esse trabalho permite inúmeras reflexões.

Entende-se que pautar um assunto na mídia com a charge é um grande desafio, mas o sentido de poder transformar/informar de forma positiva uma sociedade pelo uso dos meios midiáticos é encorajador para os chargistas. A busca constante pelas melhores informações para construção de uma imagem perfeita da charge, para ilustrar a capa do jornal e pautar a imaginação do leitor, é certamente o grande desafio do elaborador da charge. Por exemplo, a política é frequentemente pautada pelos chargistas, é um instrumento fundamental na construção da charge. Mas é preciso captar o exato momento de capacidade de transformação dessa imagem que vai se identificar com o leitor do jornal.

Por que as charges resistem ao tempo nesse mundo tão globalizado com a velocidade da comunicação? Um chargista quando faz a charge naquele exato momento, está no processo de criação dele, ou para o público leitor do jornal? A partir do momento em que a charge é publicada no jornal ela deixa de ser singular, ela perde a sua essência? O processo de criação da charge exige conhecimento específico do assunto a ser abordado pelo criador. A pesquisa visa buscar respostas e cruzar as informações para melhor análise científica dessas questões.

Ninguém pode negar a importância do desenho humorístico na imprensa, seja como documento histórico, como fonte de informação social e política, como termômetro de opinião, como fenômeno estético, como expressão artística e literária ou como simples forma de diversão e passatempo. (FONSECA, 1999, p. 13)

Assim, compreendendo a charge como uma sedimentação de tradição no jornal impresso e de desenvolvimento social, na construção da imagem, veiculação de conhecimento, é uma manifestação livre, experimental e autônoma. As charges contribuem na formação de um público leitor, cativo e propagador na sociedade. Por acreditar que essa análise poderá ter uma contribuição da divulgação de trabalhos científicos na universidade, espera-se que restrições da atividade de pesquisa não se configurem como empecilho às consultas e propiciem, assim, a divulgação no meio acadêmico.

Este trabalho além de se propor a apresentar a análise das charges publicadas no Jornal O Globo, no período de março a maio de 2007, faz um acompanhamento histórico da charge e a relação com os caricaturistas, com os

meios de comunicação e com a sociedade. Visa construir uma compreensão do processo de leitura do público, a ser confirmada durante o desenvolvimento dessa análise. No capítulo I trata do entendimento da imagem como linguagem não-verbal. No II, será abordado o entendimento da charge e as várias dúvidas sobre o significado de caricatura e charge. Já no capítulo III tratará da charge como imagem. No capítulo IV, serão confirmadas as entrevistas com os chargistas e finalmente no capítulo VI abordará as análises e resultados da pesquisa.

Pois bem, ao longo dos anos ouvindo e entendendo a perfeição da música de Miles Davis tocando no clássico disco de 50 anos e para falar de humor é preciso se espelhar em algo perfeito como o 'gênio indomável' do Jazz, Davis.

Miles Davis influencia a estética pelo mundo afora, com o disco *Kind of Blue*, lançado há 50 anos, a obra prima do jazz. Ali a perfeição tem inúmeras formas, e uma das formas de perfeição presente ali é o imaginário do humor. Davis é considerado por muitos gêneros artísticos o Picasso do jazz, o surrealismo de Salvador Dalí, dos relógios moles, o arquiteto catalão Antonio Gaudí, o rei de Barcelona. Davis é o homem que comandara a evolução da estética através do jazz com muita ousadia e humor, um dos elementos de construção da charge.

Pela observação deste pesquisador, a charge é a invenção ou a reinvenção da realidade do fato, esse espírito de análise do mundo contemporâneo. Não há repetição da notícia ou monotonia no assunto abordado pelo criador.

A aproximação com objeto de estudo, a charge e a influência exercida sobre os leitores das matérias jornalísticas do jornal O Globo, uma procura da imagem dessa linguagem não-verbal. O chargista devolve a imagem em forma de crítica social, ironia, sarcasmo e humor para o cotidiano quebrando paradigmas.

Os jornais e as revistas do mundo inteiro dão às mais diversas formas de caricatura espaço nobre, muitas vezes na primeira página dos diários, porque caricaturas e charges se tornam verdadeiros editoriais, comentários sociais que, velados pela ironia ou explicitamente opinativos pela sátira e pelo sarcasmo, mostram com simples figuras o que não poderia ser dito com menos de mil palavras. A linguagem visual que utiliza, pelo seu impacto e universalidade, fica impregnada de conteúdo indelével de opinião, tornando-se com frequência a primeira atração a ser procurada nos jornais. (FONSECA, 1999, p.13)

O chargista compartilha o entusiasmo da criação com o leitor, confiando ao humor uma direção para o pensamento e para a transformação da sociedade. Seja na fantasia, na sensibilidade, na linguagem não verbal, na simplicidade provocante, na naturalidade da criação artística, no devaneio do talento e na inteligência específica do ser humano.

CAPÍTULO I – A CHARGE

1.1 DESENHO CONTRA A HIPOCRISIA

Parafraseando o pensador Alemão Karl Marx, que publicou *O Manifesto do Partido Comunista em 1848*, vivemos sob as aparências, “[...] numa sociedade hipócrita” e essencialmente corrompida. Muitas vezes somos obrigados a fingir que somos sérios para estarmos inseridos numa sociedade de consumo de massas. E se não consumimos estamos fora do contexto de uma sociedade? Se não compramos os jornais impressos não nos comunicamos? Se pensarmos num dos elementos da charge teremos o humor como um elo de comunicação e através da visualização da imagem da charge impressa, procuramos entender essa comunicação através de uma linguagem não-verbal.

Através da arte do humor o autor, ator, produtor e dramaturgo francês do século 17, Molière “[...] foi único na arte de utilizar a sabedoria popular para criticar as mazelas dos poderosos, com resultados capazes de fazer gargalharem também as platéias do século 21”. (O AVARENTO, TITANIC, 2004, p. 48). O Chargista também tem esse poder de persuadir e criticar ao mesmo tempo um fato social, através da linguagem não-verbal do desenho além de utilizar um componente importante, o humor nos seus trabalhos.

Segundo Mcluhan, “o meio é a mensagem”. (MCLUHAN, 1964, p. 23). Mcluhan chama à atenção para o fato de que uma mensagem, de forma oral ou escrita transmitida pelos mídias pode desencadear diferentes significados, compreensões, e limites. Assim é a charge, atual, relevante, política e crítica. No humor e na sátira as pessoas se reconhecem, a charge remete a imagem ao meio por intermédio de outros signos.

A propósito, Zuenir Ventura, jornalista, diz que a palavra escrita está em crise, “[...] há atualmente desprezo pela palavra, e nem adianta dizer que e culpa da internet, ou da hegemonia da imagem. É um processo anterior a tudo isso [...]”. (VENTURA, 2007 p. 5). A charge então pauta e influencia o leitor na escolha da matéria que ele vai ler? A linguagem não-verbal funciona por prazer e com humor.

A partir das próximas páginas, esta pesquisa abordará a história da charge, contextualizará a importância desse espaço, e disponibilizará entrevistas com chargistas de grandes veículos impressos brasileiros e irá analisar os resultados do levantamento com o jornal O Globo.

CAPÍTULO II – COMPREENDENDO A CHARGE

2 DEFINIÇÃO DE CARICATURA E CHARGE

São atribuídas várias dúvidas sobre o significado de caricatura e charge. As palavras são singulares que quando utilizadas deixam dúvidas quanto aos seus significados diferentes:

Segundo o Professor Joaquim da Fonseca, “[...] A palavra caricatura deriva do verbo italiano *caricare* (carregar, sobrecarregar, com exagero), e parece usada pela primeira vez por A. Mosoni, em 1646 [...]”. (FONSECA, 1999, p. 17). Colocar um peso material sobre algo, o ser humano, animal; pode significar, também, exagero, aumento de uma medida. A caricatura é uma representação plástica ou gráfica, uma imagem carregada de um aspecto mais destacado e evidente sobre uma pessoa, tipo, ação ou idéia interpretada de forma distorcida. É uma forma de arte que se expressa através do desenho, pintura, etc.

No correr dos tempos, quando firmado seu domínio de arma das mais poderosas na imprensa, pela universalidade do seu alcance, a caricatura não fez mais do que crescer sua alta significação como arte autêntica, não só na análise de costumes políticos e sociais, como na fixação de elementos subsidiários da História e da Sociologia. (LIMA, 1963, p. 5).

Na concepção geral do termo caricatura, entende-se como formas derivadas dela, a Charge, o Cartum, O Desenho, a Tira Cômica, a história em quadrinhos de humor, o desenho animado e a própria caricatura.

O termo Charge vem do Francês *Charger*, carregar, exagerar e muitas vezes atacar de forma violenta. De acordo com o professor Joaquim da Fonseca, a charge é uma representação burlesca e caricatural “[...] É um cartum em que se satiriza um fato específico, tal como uma idéia, um acontecimento, situação ou pessoa, em geral de caráter político, que seja do conhecimento publico. Seu caráter é temporal, pois trabalha do fato do dia. [...]” (FONSECA, 1999, p. 26). Na charge estão inseridos o universo do humor tanto quanto o da crítica social, em geral é uma sátira gráfica presente numa ação política, cultural, social.

O universo da charge demonstra algo que aconteceu em uma época definida, em momento de contexto, social, cultural, econômico, que são elementos essenciais e determinantes para que esses fatores sejam compreendidos. Se não existir a presença desses elementos na charge, certamente ela não conseguirá mostrar o seu poder de comunicação. A charge é trabalhada e feita em cima de um fato, ela tem vida curta, a charge é uma representação humorística.

2.1 DEFINIÇÃO DE CARTUM E DESENHO DE HUMOR

O termo Cartum vem do inglês *Cartoon* (cartão), que tem origem no termo italiano *Cartoon* (pedaço grande de papel), que era usado em moldes recortados para transpor e marcar desenhos em obras de artes de porte grande. Em 1841 na revista inglesa *Punch* (a mais antiga revista de humor do mundo em circulação), então, nasce a expressão com o sentido que tem hoje.

O cartum é um desenho caricatural que apresenta uma situação humorística, utilizando ou não legendas e em contraposição à charge é de forma atemporal e trabalha fatos universais de uma cultura. O cartum pode ser considerado uma piada gráfica, é um humor de situação, independe de um contexto

específico de uma época, independentemente de qualquer cultura o cartum pode ser compreendido em qualquer época. Assuntos universais como fome, violência, religião, adultério, amor e ódio, pois não se prende necessariamente aos acontecimentos do momento.

O Desenho de Humor é o que se atribui a um cartum que não tem como finalidade principal a provocação do riso, mas tem como base a representação com os elementos da caricatura, a espécie humana sob a visão prismática do humor. Em geral, o desenho é considerado uma obra de arte, sem distanciá-lo do seu objetivo principal, o humor. O Artista Romeno Saul Steinberg, que vive nos Estados Unidos, é considerado o grande nome do desenho de humor no mundo.

No Brasil os primeiros desenhos de humor aparecem em 1950 com a exposição de Carlos Thiré, no Rio de Janeiro e com Millôr Fernandes, no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro em 1950, também no Rio de Janeiro. “[...] Nada é muito preciso. Charge e caricatura são a mesma palavra: carga; mas quando numa redação brasileira se diz charge, em geral se está pensando na sátira gráfica a uma situação política, cultural, etc. [...]”. (LAGO, 1999, p. 10).

2.2 DEFINIÇÃO DE TIRA CÔMICA E HISTÓRIA EM QUADRINHOS

A Tira Cômica e História em Quadrinhos são gêneros humorísticos da história em quadrinhos, são expressões gráficas de característica narrativa construída de seqüências desenhadas, com personagens, que tem continuidade de uma seqüência para a outra, com diálogos, legendas ou outros tipos de textos dentro de cada quadrinho. O elemento básico de linguagem dos quadrinhos é o painel, desenho simples encerrado em moldura quadrada ou retangular. A linguagem é de inovações simbólicas, coloridas onomatopéia, familiar e muito bem aceita pelo público assim como a linguagem cinematográfica.

2.3 SURGIMENTO DA CHARGE NO BRASIL

No Brasil do século 16 surgem as primeiras charges verbais de Frei Vicente Salvador e Gregório de Matos Guerra com o *Boca do Inferno*, que criticava os nobres que viam para a colônia se satisfazerem e falar mal do Brasil. Em seguida vieram Padre Miguel do Sacramento Gama. Luís Gama, Joaquim Serra e Manuel de Almeida (Memória de um Sargento de Milícias), faziam sátiras escritas e muitas vezes verbais que antecederam à caricatura e eram direcionadas aos hábitos do povo brasileiro.

1817 em Pernambuco, antes da liberdade de imprensa concedida por D. Pedro II, o Estado se insurge contra os pasquins distribuídos que criticavam o império através das caricaturas os encontros amorosos de D. Pedro II. Após esta fase de transição, o jornalismo no Brasil tira proveito dessa situação e com o talento começam a fazer ruir os pilares da monarquia.

Entretanto, é preciso não esquecer também que não é a caricatura que torna os homens ridículos: eles é que são ridículos por si mesmos, quando o são, nem há força que os livre disso. Nem outra coisa tem acontecido, desde que o mundo é mundo. (LIMA, 1963, p. 15)

Em 1855 aparecem as revistas *Marmota Fluminense*; *Brasil ilustrado*; e a *Semana Ilustrada*, considerada a primeira revista humorística publicada regularmente no país, no período de 1860 a 1876, da qual Machado de Assis foi grande colaborador. Eram revistas com o foco na política e de certa forma agressivas que na verdade era característico da imprensa naquela época. Em 1869, o jornal *O Mosquito* também se destaca na caricatura. Cândido de Faria, Rafael Bordalo, são a pimenta do *O Mosquito*, com suas caricaturas muito sátiras e de reconhecimento artístico.

O humorista Aurélio de Figueiredo o principal colaborador da revista *Comédia Social*, no espaço de 1870 a 1871, teve grande impacto e reconhecimento entre as revistas de caricaturas Brasileiras. De 1867 a 1871, circulou a revista *Ba-Ta-Clan*, redigida em francês, com grande desempenho e crítica ao império regente.

A Revista *Mequetrefe* circulou de 1875 a 1893, e teve grandes caricaturistas da época, tais como: Cândido de Faria, Antonio Alves do Vale, Pereira Neto, Joseph Mil e Aluízio de Azevedo, Artur Lucas, o Bambino em 1891; e Lins de Albuquerque (diretor), Raimundo Correa, Henrique Lopes de Mendonça, Arthur Azevedo, Filinto de Almeida, Olavo Bilac, todos da redação.

“[...] O Barão de Santo Ângelo, Manuel de Araújo Porto Alegre (1806 – 1879), é considerado o primeiro caricaturista brasileiro por um desenho de 1837 atribuído a ele [...]”. (FONSECA, 1999, P. 205). O *Fígaro* e a *Revista Ilustrada* surgem em 1876, eram referências artísticas e políticas, comandaram a imprensa ilustrada até o final do século XIX, Ângelo Agostini foi o ilustrador exclusivo de a *Revista Ilustrada*. A *Gazeta de Notícias* inicia uma renovação gráfica e conta com três grandes artistas que, durante quase 50 anos comandam a sátira gráfica: Raul Perdeneira, o Raul; Calixto Cordeiro, o K. Listo; e José Carlos, o J. Carlos. De 1898 a 1902, os três desenhistas forma considerados os nacionalizadores da a caricatura no Brasil.

Nos primórdios do século XX, o Brasil vivia uma epidemia de caricaturas e foi assim por quase três décadas. Grandes jornais e revistas como o *Jornal do Brasil*, *O País*, *O Correio da Manhã*, *Gazeta de Notícias*, *Revista da Semana*, *O Malho*, *O Kosmos*, *Fon-Fon!*, e a *Careta*, mantiveram essa tradição. O *Jornal do Brasil* publicava semanalmente e depois diariamente, caricaturas com registros da política e o dia-a-dia da cidade. Logo em seguida o *Correio da Manhã* e a *Gazeta* seguem o mesmo caminho, e contrastam as notícias jornalísticas com as caricaturas, dando uma nova rotina nas matérias impressas.

Em 1914 a *Revista da Semana* sofre transformações pelo escritor português Carlos Malheiros, com seções mais elegantes para lidar com modos de vida e Assuntos voltados para as mulheres. E, na parte artística tinha o brilho dos colaboradores Julião Machado, J. Artur, Correia Dias e o Raul. Já a revista *O Malho*, foi comparada à *Revista Ilustrada*, pela força política e principalmente pelas charges famosas dos grandes caricaturistas nacional: K. Listo, Raul, J. Carlos, Crispim do Amaral, J. Ramos, Leônidas Freitas, Lobão, Gil, Alfredo Storni, Alfredo Cândido, Vasco Lima, Augusto Rocha, Loureiro, Luís Peixoto, Nássara, Théo, Del, Pino, Di Cavalcanti e Andrés Guevara.

Em 1908 nasce a revista *Careta* dando grande contribuição à imprensa ilustrada no Brasil, e teve a contribuição do J. Carlos, que segundo Herman Lima foi a revista mais importante criação gráfica, artística e literária da primeira metade do século 20, com um traço original e singular na história da caricatura Brasileira. A revista desfrutou de um imenso prestígio, não somente nas classes mais abastadas e intelectuais do país, mas, também em quase toda a sociedade.

‘É preciso caracterizar até a caricatura’ – e Nietzsche, que disse igualmente: ‘Admitamos que num retrato um grande pintor tenha descoberto e traduzido a expressão mais completa de que um homem seja capaz, o que se possa chamar o instante-tipo desse homem. Se mais tarde o pintor encontrar seu modelo, quase sempre pensará ver uma caricatura’. (LIMA, 1963, p. 6).

Na metade do século 20 aparecem novos talentos das charges: A coluna de humor *Pif-Paf*, de Millôr Fernandes, na revista o *Cruzeiro*. Surge o *Pasquim*, um tablóide de humor dos mais importantes do país naquela época, e que modificou o jornalismo no Brasil, com Jaguar, Tarso de Castro, Sérgio Cabral, Ivan Lessa, Mineiros Ziraldo e Henfil. Fundadores), O 1º número foi às bancas em 16 de junho de 1969, em pleno governo militar, que decretara o AI-5, pondo fim à liberdade de imprensa.

Assim, nasce no Rio de Janeiro, o *Pasquim* que em poucas semanas vendeu mais de 200 mil exemplares, que alcança os leitores em muitos locais do país, com uma ideologia eclética, e com humor e identidade própria. O *Pasquim* inova o jornalismo Brasileiro quebrando os paradigmas de formalidades. Surge também *O jornal Cometa Itabirito* (MG); a revista *PQP* (para quem pode) de Belém do Pará; *O Casseta e Planeta*, o *Diário Planeta*, que foram parar depois na televisão. Surge também o *Papa-Figo* do humor de Pernambuco; a revistas *Bundas*, que procura trazer novamente a irreverência da linguagem do *Pasquim*.

2.4 CHARGE CONTEMPORÂNEA

O chargista é a pimenta do jornalismo, muitas vezes irônicos e sempre atentos ao comportamento humano, da política e da sociedade, com grande senso de humor, senso crítico, sarcásticos, de sensibilidade artística e com os desenhos revestidos de humor e singularidade.

O traço dos chargistas foi uma das marcas da mídia nesses últimos 25 anos, em especial a Televisão, (comemorando 25 anos de cartum com charges de Chico Caruso e Henfil), no dia 28 de agosto de 2007, foi ao ar uma reportagem com o ex-presidente José Sarney veiculada em 1982, onde ele declara ao Jornal da Globo: “Esse bigode eu tenho compromisso com os chargistas, nunca tirarei”. No mesmo dia a charge de Chico Caruso alveja os deputados pianistas, que votavam pelos colegas. Os chargistas produzem e repassam suas idéias que incomodam questionam, levam muitos aos risos, assim é a charge carregada de ironias.

No Brasil contemporâneo destacam-se os cartunistas/chargistas e desenhistas Ziraldo, Luís Fernando Veríssimo, Angeli, Novaes, Ziraldo, Miguel Paiva, Chico Caruso, Paulo Caruso, Millôr, Lan, Ique, Edson Aran, Lane Roch, Jaguar e muitos outros.

CAPÍTULO III – A CHARGE COMO IMAGEM

3 A CHARGE COMO IMAGEM NA SEMIÓTICA

O método utilizado nessa pesquisa será a análise dos signos, ícones, (imagens) das charges utilizadas pelo Jornal o Globo no período de março a maio de 2007, auxiliam no entendimento da notícia ou traduz de forma lúdica o seu entendimento, através da lente da semiótica de Charles Sanders Peirce. Explicar a semiótica que tem como base metodológica o fenômeno da imagem, e que

desconstrói os conceitos da realidade e verdade, traz no signo a premissa, não da verdade, mas como aproximação da realidade.

Pretende-se trabalhar a teoria da imagem, captar esse mundo das cores e formas, a impressão que ela causa, para que serve a charge, e através do experimento da ação e reação ao se deparar com o uso da charge na capa do jornal pelo leitor. Busca-se uma visão simultânea da consciência semiótica real.

a imagem contemporânea vem de longe, que não surgiu aqui, agora, com a televisão e a publicidade. Que aprendemos a associar ao termo 'imagem' noções complexas e contraditórias, que vão da sabedoria à diversão, da imobilidade ao movimento, da religião à distração, da ilustração à semelhança, da linguagem à sombra. Foi possível perceber isso por meio de simples expressões correntes que empregam o termo 'imagem'. Ora, essas expressões são tanto o reflexo como o produto de toda a nossa história. (JOLY, 2001, p. 17).

A opção e aplicação desse método de análise é uma operação executada por seres humanos, ou seja, realizada pelo homem. A imagem pode ser uma representação icônica, como por exemplo, a imagem do Presidente Lula, que sempre é pautada pelos chargistas com muito colorido e irreverência. “[...] O significado, em decorrência disso, ganha uma dimensão social: O significado não é uma ‘idéia’, que o símbolo evoca na mente, mas conseqüência da conduta que gera nos homens (racional) [...]”. (PEIRCE, 1975, p. 18). Desse ponto de vista podemos dizer que tudo pode ser signo, somos seres socializados, raciocinamos o mundo em que estamos inseridos culturalmente ou naturalmente. O homem é um animal essencialmente social.

Martine Joly fala dessa fase predominante na comunicação contemporânea da imagem. Afirma que, não se pode analisar e compreender as imagens sem o contexto de seu surgimento. A imagem depende da produção de um sujeito, do imaginário ou de uma forma concreta, a imagem passa por um processo de produção própria, alguém que sempre a produz, ou que de certa forma a reconhece.

Martine Joly, afirma, também, que “[...] O conceito de signo, portanto, é muito antigo e já se designa algo que se percebe – cores, calor, forma, sons, e a que

se dá uma significação [...]”. (JOLY, 2001, p. 30). Na pesquisa sobre a influência das charges nas leituras das matérias busca-se a resposta ou não sob essa influência da (signo-ícone-símbolo) charge. Se tudo é signo, depende de que forma é o contexto que um signo está gerando um outro signo, que representa algo para alguém.

O grande nome e fundador da moderna semiótica é sem dúvida o autor que classificou a divisão básica dos signos em ícones, indicador e símbolos. Um ícone é um representamem e sua qualidade representativa é sua Primeiridade (uma imagem do seu objeto); Secundidade (dá idéia de objetivo – ação bruta) e Terceiridade (o modo de ser de um signo).

um signo é algo que representa algo para alguém, sob algum prisma, tem um significado amplo. Não precisa ser uma palavra, pode ser uma ação, um pensamento, enfim, qualquer coisa que admita um 'intérprete', isto é, que seja capaz de dar origem a outros signos. (PEIRCE, 1975, p. 26 - 27).

O nome de Peirce está associado ao pragmatismo americano – método usado para determinação de significados – e trata de efeitos que possam ter conseqüências práticas. Nasce com o influente artigo publicado 1878, *How to make our ideas clear*. Na visão de Lucia Santaella, Peirce foi um Leonardo da Vinci das ciências modernas.

Peirce conceitua os signos em três categorias: 1. Ícones - signo que se assemelha ao objeto – fotografia; 2. Indicadores - signo que esclarece mediante efeitos – sombra pode ser indício da posição do sol; 3. Símbolos – signo que se associa às convenções especiais, tal como se dá com as palavras – a cruz é símbolo do Cristianismo, além de distribuí-los em primeiridade, secundidade e terceridade.

A semiótica surge nos primórdios do século 20, é a ciência dos signos e estuda os processos de significação na cultura e na sociedade, e não tira proveito de outras ciências ditas mais antigas como filosofia, ou as chamadas puras matemática e física. Ela sofre ainda com a rejeição e entusiasmo, mas isso não impede que evolua na compreensão da comunicação humana. A semiótica tem raízes antigas, remontam na antiguidade grega tanto na medicina quanto na filosofia da linguagem.

A etimologia semiótica originou-se nos Estados Unidos com Peirce para compreender a filosofia da linguagem com categorias de signos ou de símbolos que tinham o propósito de auxiliar os homens para que se comunicassem melhor. Já, o uso de semiologia, de origem européia, é compreendido como uma linguagem particular como imagens, gestos, teatro, sintomas, etc, a “semiologia” é uma disciplina estudada na medicina. Os dois nomes surgiram a partir do termo “Semeion”, que em grego significa signo. Portanto, o signo é um conceito antigo que designa algo que se possa perceber como cores, calor, formas, sons e que tem um significado. Então, a idéia de criação de uma ciência nova que trata dos signos, que trata do início da semiótica, consiste em pesquisar os vários tipos diferentes de signos compreendidos pelo ser humano, estabelecer leis, fundamentos, tipologia.

Os precursores da semiótica são o americano, professor, lógico, químico, matemático, cientista e filósofo Charles Sanders Peirce, e o suíço Ferdinand Saussure (lingüista e estruturalista que usou uma abordagem e métodos para analisar a língua, a cultura, a filosofia a matemática a sociedade na segunda metade do século 20), que influenciou a semiologia de Roland Barthes (sociólogo, semiólogo e filósofo) que dividiu o processo de significação em dois momentos: denotativo e conotativo.

Assim, é possível que a semiótica traga nesse trabalho uma resposta da análise para a análise das charges sobre a influência que têm na leitura das matérias do Jornal *O Globo*. Para abordar o fenômeno da imagem (signo), como aproximação da realidade, é de suma importância da captação das cores, formas, causas e impactos que a charge causa.

3.1 A CHARGE – SIGNO ICÔNICO?

Para Charles Sanders Peirce, “[...] Signo têm um significado amplo. Não precisa ser uma palavra; pode ser uma ação, um pensamento, ou enfim, qualquer coisa que admita um “interpretante”, isto é, que seja capaz de dar origem a outros signos. [...]” (PEIRCE, 1975, p. 27). Ele tem a preocupação de buscar ou despertar

no leitor o interesse e o desejo da investigação. Nutria sempre o prazer provocado das palavras dos críticos. Peirce volta-se para as questões do significado, como o fenômeno da imagem. Estes signos originam outros signos.

A Charge se assemelha muito à fotografia, que tem em comum o objeto fotografado e desenhado (signos icônicos). A fotografia está no momento do olhar e não no *click* da máquina, é exatamente nesse instante muito singular que a obra é criada pelo fotógrafo diante do objeto. Depois de pronta a fotografia, já de forma industrial, ela oferece uma aproximação da imagem de comunicação do tempo real, é o tempo de percepção antes da foto.

Na pesquisa proposta, a charge também busca essa aproximação do tempo real, icônico e inicial do objeto, do momento da criação. O Chargista tem a singularidade para definir o momento de fazer a charge e decidir o instante do *click*, da pauta, da cor, e do traço. Depois de pronta a charge, ela dará origem a outros significados (imagens), como o humor, o sorriso, a ironia, a alegria, a tristeza, enfim terá outros interpretantes que tenham haver com a leitura do presente, com o fato noticiado. A Charge é uma reação ao fato, uma semiose infinita de imagens.

falar por imagens etc.? O mais impressionante é que, apesar da diversidade de significações da palavra, consigamos compreendê-la. Compreendemos que indica algo que, embora nem sempre remeta ao visível, toma alguns traços emprestados do visual e, de qualquer modo, depende da produção de um sujeito: imaginária ou concreta, a imagem passa por alguém que a produz ou reconhece. (JOLY, 2001, p. 13).

Entende-se que “tudo é signo” e a abordagem da imagem tem um ângulo de significação e não só de algo estético. O homem é um ser social e aprendeu a interpretar o mundo de forma cultural e natural e hoje se vive em uma civilização de imagem. Quanto mais o indivíduo se depara com as imagens, mais chance tem de ser enganado, porque está num mundo de novas imagens, e as imagens propõem ilusões, inclusive, virtuais, podem nos fazer deslocar sem sair de casa, e isso é fácil de manipular, inclusive a própria ingenuidade de manipulá-las.

A pesquisa visa contextualizar a charge através da semiótica relacionada à teoria da imagem na captação desses (signos-ícones-símbolos), cores e formas.

Pretende-se trabalhar a teoria da imagem, buscando essa visão de consciência do objeto semiótico.

Marshall McLuhan afirma que: “[...] o meio é a mensagem, porque é o meio que configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas [...]”. (MCLUHAN, 1964, p. 23), porque o homem é o produtor desse meio, no caso a mídia. Ele percebe que existem extensões de nós mesmos com as novas tecnologias – automação. As charges eletrônicas não significam que a internet substituirá as charges nos jornais, é só uma nova ferramenta, são novos padrões cognitivos da vida humana.

Todo e qualquer meio social tem suas conseqüências sociais e pessoais. No trabalho de pesquisas sobre as charges é importante reforçar que as charges não têm que ter somente caráter factual; é preciso abranger, também, o fator social. Qual a importância da charge no meio social e cultural na sociedade humana? McLuhan tem o pressentimento e percebe que a mídia está presente no cotidiano e em todos os aspectos da vida humana.

Na sociedade o homem tem a capacidade de compreender o mundo e a visão espacial desse mundo ao seu redor, com os seus signos. O cerne do humano está no sentido histórico, social em meio, hoje, à determinação lógica da cultura midiática que atrai com recursos de entretenimento, valores simbólicos, significados culturais e novas complexidades.

A pesquisa busca respostas no processo do entendimento do leitor de forma lúdica, se as charges presentes em matérias impressas humanizam o texto e pauta o leitor do jornal através das imagens, cores, tamanhos e significados das charges. Não serão respostas fáceis de encontrar e compreender, mas de qualquer maneira, estão falando de tempo, espaço e realidade e da condução significativa de pessoas que possam se reconhecer nas imagens das charges via recursos de humor e crítica social.

3.2 CHARGE EM PRETO E BRANCO

Desde os primórdios da presença do Homem na face da terra os signos fazem parte do desejo de criação da imagem. Os mais antigos desenhos de que se tem conhecimento datam de mais de 40 mil anos, período Paleolítico Superior. Os desenhos de figuras eram feitos em couro de animais, casca de árvores e paredes de cavernas (pinturas rupestres). A história da arte humana mostra em seus achados, que por volta de 10000 anos a.C., os artesões, artistas procuravam desenvolver técnicas e objetos para dar formas às suas visões. Os animais (bisões, renas, mamutes, touros) eram os temas preferidos dessas pinturas rupestres, na Europa (França, Espanha).

Por volta de 10.000 a.C., esses pioneiros da pintura parecem abandonar as acomodações seguras e protegidas nas cavernas e começar a trabalhar nas encostas rochosas de desfiladeiros. Ao mesmo tempo, seres humanos juntam-se a animais nas pinturas como tema. (BOOKS SRL, 2004, p. 14)

Se tudo é signo e o homem desde cedo percebe que a lei da sobrevivência é um processo irreversível, encontrando na sobrevivência psíquica abrigo para um mundo que o desafia e o amedronta, será a partir dessa consciência que não mais cessará de duplicar a realidade em mitos, representações, signos, conferindo ao mundo inteligibilidade, coerência, sentido. Essa luta do dia-a-dia vem desde que o homem saiu do lugar seguro das cavernas à procura de suprimentos, alimentando-se de carne, protegendo-se com a pele dos animais, comerciando e fabricando objetos, até hoje. Mas o homem é um ser social, e, mesmo habitando as cavernas, teve noção de seu enquadramento no tempo e no espaço, que narrativizados pelas imagens (signos) constituíram a arte.

Então, as imagens estão presentes desde a pré-história e as Charges e Caricaturas carregam a mesma palavra 'carga' etimologicamente. Nas redações brasileiras a charge em geral é uma sátira gráfica presente numa ação política, cultural, social. Já a Caricatura é o significado de *portrait-charge*, pessoal e o Cartum pode ser visto como um comentário satírico de um momento atual. Os Quadrinhos

são tidos como uma linguagem rica e versátil, sendo seus contemporâneos Maurício de Souza, Laerte, Miguel Paiva, etc, e tudo é revestido de muito humor.

Manoel Araújo em 1844 fundou a *Lanterna Mágica*, e a caricatura realmente começa a fazer parte da imprensa no Brasil.

a caricatura pode ter surgido no Brasil logo após a chegada de D. João VI, em 1808, mas a primeira caricatura impressa no Brasil foi litografada por Victor Larée quase 30 anos depois, em 1837, a partir de um desenho original de Manoel de Araújo Porto-Alegre. (LAGO 1999, p. 11)

Nos jornais da época faltavam as fotografias e os ilustradores eram os litográficos, cartunistas que tinha o papel de deixar a notícia dos jornais mais atraente, e passam a ser o instrumento de informação mais importante. Há mais de um século já se praticava a sátira no desenho em Portugal e por toda a Europa, também. Nos anos 20, o Salão de Piracicaba (SP) teve um grande destaque com a mostra de caricatura em vários salões de humor, revelando dezenas de artistas para a imprensa brasileira.

Os 165 anos de caricatura no país, que vem contribuindo com a sedimentação da imprensa no país não podem ficar fora da História da Arte Brasileira. Manoel de Araújo Porto-Alegre, um dos primeiros criadores do gênero no Brasil, também, Ângelo Agostini, Raul Perdeneiras, Bordallo Pinheiro, Julião Machado, Storni, Oswaldo, K. Lixto, Pedro Américo, Appe, Hilde Weber, Di Cavalcanti, e talvez, o maior de todos, J. Carlos, que não inventava ou exagerava a caricatura, simplesmente a criava com muita eficiência a partir de qualquer idéia.

A charge parte desse princípio quase primitivo, que sobreviveu da imagem (signos, ícones) fotografia, cinema, televisão, e a hoje mais contemporânea, internet. A grandeza da charge está na forma de liberdade, ironia, humor e da crítica social. Segundo Zuenir Ventura, “[...] mesmo no país em que os poderosos costumam ficar impunes, a caricatura não os deixa imunes [...]”. (LAGO, 1999, p. 7).

Por isso ela é dos gêneros mais censurados pelas ditaduras. Defende-se de uma notícia, responde-se a um artigo, mas como desmentir uma charge?”Com tom abrasivo, a caricatura é mais que um trabalho revelador, muitas vezes a

impunidade passa despercebida, mas a charge traz à tona, a caricatura mostra tudo, inclusive, a cara.

Herman Lima, em 1963, lança *História da Caricatura no Brasil*, com 1800 páginas, pela José Olympio, uma obra prima sobre o gênero caricatura, já lançado no país. A obra apresenta temas de caricatura, como a política, a caricatura de costumes, caricatura mundana, *portraits-charges*. Herman foi amigo dos principais caricaturistas em atividades de 1910 a 1960.

3.3 A LIBERDADE E A CONTRA-CULTURA

Os anos 60 de Bob Dylan, Luter King, Beatles, e Rolling Stones, Guerra do Vietnã, foram tensos e de atitudes psicodélicas, inquietações da juventude, influências da contra cultura dos *hippies*, das drogas, da música, da cultura e liberdade de atitudes. A sociedade nas ruas, estudantes em passeatas, camponeses cada vez mais organizados, uma contracultura da ordem espacial.

Os anos 60 foram marcados, também, pela tensão na transição para os anos 70 que viriam novamente com os militares. O objetivo dos militares era o de conduzir o país ao desenvolvimento, além da aguda ideologia, em um clima de guerra fria, permeada no movimento golpista que derrubou João Goulart.

Em 1968 (o ano que não terminou), o apoio americano sempre presente nestas marcas, financiando os movimentos com os seus dólares fáceis e jogando o país cada vez mais para dentro do buraco do endividamento mundial, deu o tom do que viria no futuro. O Governo já mantinha a fachada frágil de que tudo estava bem, a censura atingia a cultura brasileira, a música, o cinema, o teatro, a arte. Vozes caladas nos arcabouços dos porões da ditadura. *Cala a Boca, Cala o Beiço, Calabouço*, a frase traduz a morte do estudante Edson Lopes no Rio de Janeiro.

Alguns autores eram os preferidos da Censura e se tornaram suas vítimas. A juventude universitária popular, Henfil, Betinho, Prestes, Chico Buarque, Frei Beto, autores nacionais, professores universitários, estudantes, sindicalistas e

muitas vezes estrangeiros eram julgados, expurgados, mortos pelos censores do DOPS e do SNI. A repressão, que calou vozes e tirou de cena lideranças políticas e administrativas criou o vazio que permaneceu até os anos 80.

3.4 A IMPORTÂNCIA DO PASQUIM NO JORNALISMO BRASILEIRO

Em 1968 no dia da morte do cronista Sérgio Porto, o Stanislaw Ponte Preta, em plena ditadura militar, quando a liberdade de imprensa foi cerceada, nasce a história revolucionária do tablóide Pasquim. Criado por Jaguar, expoente da revista *O Senhor* e com muito sucesso nos anos 70, recheado de charges, entrevistas, críticas, e muito humor no universo da charge. O leitor habitual, no Brasil, não tinha a cultura do formato tablóide, não gostava mesmo.

Então, só para contrariar o jornal sairia em formato tablóide, com muito humor, “do contra, incômodo”, gozador, risonho e indignado clamor contra a política vigente. Assim, a partir dos anos 70 surge uma nova geração de artistas e cartunistas na imprensa escrita.

Jornalistas e cartunistas se reuniram com muito material para protestar contra a censura brutal do governo militar através do Pasquim, que nadava contra a corrente cultural do regime militar, que instituiu (AI-5). Com o símbolo do ratinho Sig no jornal de Jaguar, Sérgio Augusto, Ziraldo, Millôr Fernandes, Henfil, Paulo Francis, Sérgio Cabral, Paulo Francis, Ivan Lessa, Ruy Castro, Fausto Wolff, Glauber Rocha e tantos outros nomes do jornalismo brasileiro. Nascia um jornal absolutamente tropical, na forma e no conteúdo.

O caricaturista surpreende o aspecto grotesco dos seres, das coisas e dos fatos, porém, além disso, faz com que o espelho onde vemos reproduzidos fatos, coisas e seres, em todo o seu ridículo ou em toda sua infâmia, sirva, também, no dia de amanhã, para tornar a reproduzi-los belos, harmoniosos e fortes. (LIMA, 1963, p.15)

O Pasquim foi um fenômeno editorial da imprensa no Brasil. Em 26 de junho de 1969 ocorreu o lançamento oficial, cinco meses depois já se comemorava os cem mil exemplares lançados. O jornal durou até o número 1072 de 11 de

novembro de 1991. O *Pasquim* não tinha patrões e todos os colaboradores escreviam o que bem entendiam a respeito de tudo. O jornal tinha um nicho, a contracultura; era anárquico e contrário à censura. As charges no *Pasquim* faziam parte da imagem do jornal traduziam quase sem mediações as impressões sobre o tema central do jornal – a política.

O *Pasquim* com irreverência crítica-social-anárquica lutou contra o assassinato cultural brasileiro. Crianças passando fome, a falta de moradia, empregos e hospitais eram denunciados. Esse País que não deu certo em 70 sofre, ainda, hoje com a banalidade, a estupidez e a mediocridade herdados desse período. Glauber Rocha, dizia que o Brasil precisa de objetivos e nós não somos o instrumento dessa construção neoliberalista.

O *Pasquim* deixou um legado irretocável para o jornalismo brasileiro com toda irreverência e vanguarda crítica da estrutura do sistema vigente dos anos de chumbo. E, mesmo assim os articuladores do jornal conseguiam driblar a censura e colocar nas ruas as entrevistas com as charges e cartuns daquela época. Em entrevista para o Jornal *A Folha de S. Paulo*, o cartunista Jaguar afirma que “Os humoristas estão muito certinhos e o Cartum está morrendo” (JAGUAR, 2007, p. E-3). É até compreensível a maneira de pensar do Jaguar, mas existe um paradoxo nessa visão!

Talvez ele veja através de um horizonte alarmista, mas, a mídia está muito evoluída com a globalização e com o advento da internet. Mas, por outro lado os jornais continuam aumentando a quantidade de vendas. Então, por que os cartunista e chargista trabalham focados quase sempre na Política? Será que não existem outros assuntos para serem abordados como a violência urbana, o cidadão comum, a desigualdade social, o preconceito, o etnocentrismo a homofobia? Por que os novos cartunistas como Angeli, Nani, Kasio, Quino, ainda não preencheram essa lacuna deixada pelo *Pasquim*? O chargista/cartunista está muito romantizado? Como dizia Jaguar: “O *Pasquim* tirou o paletó e gravata do jornalismo brasileiro” (JAGUAR; AUGUSTO, 2007).

CAPÍTULO IV – ENTREVISTAS COM CHARGISTAS

4 ENTREVISTAS

Este pesquisador entrou em contato com cinco chargistas brasileiros que publicam seus trabalhos diariamente em grandes veículos de comunicação. Eles responderam perguntas sobre vários temas para este trabalho. Os entrevistados Edson Aran, Novaes, Miguel Paiva, Chico Caruso e Lane Rocha.

Qual a diferença da Charge da Caricatura e do Cartum?

Edson Aran, jornalista e cartunista, da editora abril: *A Charge é feita em cima de um fato. Tem vida curta. Por exemplo: a visita do Papa, apagão aéreo etc. Quem manda bem: Angeli (se bem que o Angeli manda melhor em quadrinhos, mas, seja como for, ele é o melhor do ramo no Brasil). Já o Cartum é uma piada gráfica que não está sujeita ao momento. Por exemplo: piada de ilha, humor de situação. Quem manda bem: Quino, Laerte.*

Novaes, chargista da Gazeta Mercantil e folha de S. Paulo: *A charge é uma crítica a um fato atual, ela só vai ser entendida aqui e agora, quando o fato passar ela perde a validade, não necessariamente engraçada, mas de preferência humorada, irônica, satírica! A caricatura é a deformação engraçada do real! Pode ser de um rosto, de um bicho, de um corpo, de uma paisagem... O Cartum tem que ser necessariamente engraçado e atemporal! Você pode rir do mesmo cartum em qualquer parte do mundo e em qualquer tempo! Vai ser engraçado hoje e daqui a 20 anos!*

Miguel Paiva, jornalista, publicitário e cartunista da Revista de Domingo do Jornal O GLOBO: *A charge é um desenho pontual sobre um fato político da atualidade. Cartum é atemporal, pode falar de qualquer coisa sem preocupação com a atualidade - A Tira é só um veículo diferente para se fazer humor político ou não. Normalmente são três quadros e os quadrinhos são as somas dessas tiras. eles podem ser de humor, de aventura, dividido em tiras ou em páginas.*

Chico Caruso, chargista do Jornal O GLOBO: *Como a lente da máquina fotográfica, a diferença é o foco: no infinito, é Cartum, no plano médio é Charge, no close-up é Caricatura.*

Lane Rocha, chargista do Jornal de Brasília: *A Charge visa um fato específico. Se você olhar uma charge em um jornal alemão ou português, não vai entender nada se você não estiver por dentro daquela realidade. O Cartum você vê e entende, porque ele é atemporal e lida com fatos universais como a guerra, a paz, a destruição do meio ambiente, etc. As Tiras possuem a linguagem dos quadrinhos e tendem a se voltar mais para a linguagem cinematográfica.*

Qual o momento que o chargista utiliza para fazer a charge?

Miguel Paiva: *Quando a notícia ou o fato fala mais alto ou então quando chega o fechamento do jornal.*

Chico Caruso: *Seis horas da tarde já é hora de ter alguma idéia...*

Lane Rocha: *A qualquer tempo, visto que o aprofundamento das ambigüidades e suas analogias com espírito crítico são infinitas.*

Novaes: *Em cima do fato, claro! Algumas charges dá até pra esticar, usar o mesmo tema por alguns dias seguidos, mas o importante é não deixar passar um bom tema! Às vezes nem é o que está acontecendo, mas algo que vai acontecer ou que está nas entrelinhas do que está acontecendo! Por isso o chargista tem que estar muito atualizado, ler bastante, de tudo, e ficar ligado 24 horas!*

A charge influencia ou auxilia de forma lúdica o leitor na escolha da leitura das matérias?

Chico Caruso: *As charges auxiliam os leitores de forma lúdica na leitura das matérias.*

Miguel Paiva: *Não só induz a ler como a perceber um outro lado da notícia, uma visão crítica do fato.*

Novaes: *Acho que a charge não muda a opinião do leitor, só acentua o que ele já vinha pensando! A charge funciona como a porta-voz do leitor! Ele não se influencia, mas se identifica com a crítica!*

Lane Rocha: *A charge não é uma infografia, uma ilustração. Acho que ao ver a charge, o leitor, se a entendeu já estabeleceu uma comunicação que se esgota naquele momento, independente de ler a matéria ou não.*

A charge é um seguimento na capa de alguns jornais como o Globo? existe um público fiel que a acompanha todos os dias?

Lane Rocha: *O Globo publicar diariamente na capa é uma exceção no Brasil. Acredito que existe um público cativo, principalmente carioca que sabe viver a vida com olhos críticos e bem-humorados.*

Edson Aran: *Chico Caruso, eu, pessoalmente, não gosto. Piadas fracas, traço convencional. Não me agrada. Mas, com certeza, agrada muita gente, ou ele não estaria lá por tanto tempo.*

Miguel Paiva: *Acho que sim. Recebo muitos e-mails que confirmam isso.*

Novaes: *Durante 10 anos eu publiquei uma charge na capa de um jornal aqui em São Paulo que se chamava Folha da Tarde, acho até que antes do Chico! No exterior muitos jornais mantêm uma charge na capa! Isso também era uma tradição na Argentina, não sei se ainda tem alguma.*

Chico Caruso: *Eu conquistei um lugar na capa meio por acaso, era o único lugar que tinha cor, no jornal.*

O cartunista Jaguar disse que a charge perdeu o humor, você acha que os chargistas estão sem inspiração, sem senso crítico?

Chico Caruso: *Os chargistas estão morrendo porque bebem mal...*

Miguel Paiva: *A charge diária já é difícil por si só, ter uma boa idéia todos os dias é complicado, mas é a relação com o leitor que estabelece essa qualidade. Charge não precisa ser exatamente engraçada, de dar risada, ela tem que ter humor, ser reveladora e transgressora.*

Lane Rocha: *Acho que o anarquismo que também é da natureza do chargista, está passando por um momento de transformação já que não se pode contestar tudo o tempo todo. A forma de fazer humor também mudou.*

Novaes: *Na época da ditadura tinha-se um inimigo! É mais fácil ser rebelde com uma causa! Lutar contra algo que lhe oprime! E o Jaguar passou pelo menos 20 anos vivendo assim, talvez a parte mais produtiva da sua carreira! O que ele fez de rebeldia depois disso? E o Plínio Marcos, nosso mais rebelde teatrólogo? O que ele produziu depois da abertura? E o Chico Buarque? Vivemos a era da mediocridade, em todas as áreas! Infelizmente.*

De que maneira a charge pode contribuir com o papel social e com tanta falta de ética atualmente?

Novaes: *Os chargistas fazem parte dos chamados formadores de opinião, e nesse sentido temos o nosso papel social sim! A ética faz parte do nosso trabalho como no trabalho de qualquer jornalista! Acertamos o alvo quando colocamos a cabeça dos leitores para funcionar, pensando e refletindo sobre o que apontamos nos desenhos!*

Lane Rocha: *A charge pode contribuir sim. Tanto que nas ditaduras os chargistas estão entre os primeiros a irem para as prisões.*

Edson Aran: *O jornalismo impresso vai mal porque o jornalismo, do qual o humor faz parte, vai ainda pior.*

A TV e a Internet são o futuro das charges? Será que esse mundo midiático está descaracterizando o processo de criação da charge?

Chico Caruso: *Eu acredito que, onde houver jornal, pode haver charge, síntese com humor dos fatos do dia. Seja rádio, no jornal impresso e na TV, cada vez é mais impossível imaginar mídia sem humor – sem charge.*

Novaes: *O Casseta e Planeta fazem charges na TV! A charge se adapta a qualquer meio! As crônicas que saem nos jornais, escritas por grandes escritores como Veríssimo, o Rubem Braga, o Cony, são charges! Já fiz charges de esporte*

animadas diárias na TV cultura aqui em Sampa! Não vejo descaracterização da charge, mas sim uma adaptação! Goya fazia charges em forma de quadros!

Você já recebeu reclamação de alguém que não gostou da charge que você fez sobre ele?

Chico Caruso: *Manifestações de leitores, contra ou a favor, são raras. Geralmente acontecem quando o tema é religioso.*

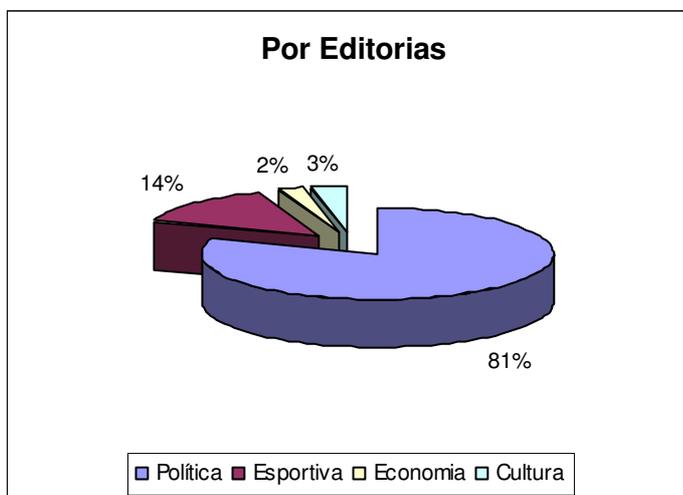
CAPÍTULO V – SIGNIFICANDO AS CHARGES

5 ANÁLISES E RESULTADOS

Este pesquisador optou por abordar as charges dos meses de março, abril e maio de 2007. Classificadas em sete grupos de análises:

5.1 POR EDITORIAS

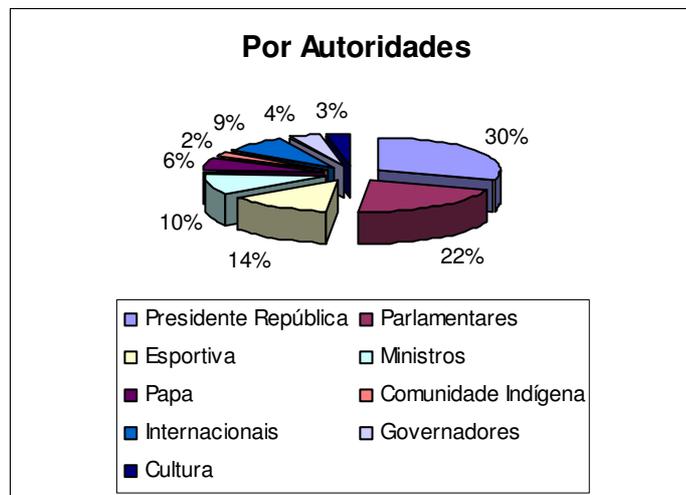
Por Editorias	Total	crítica	neutra
Política	73	25	
Esporte	13	2	
Economia	2	1	
Cultura	3	1	



Na parte de editorias o esporte surpreendeu com 13 charges na capa do jornal o que não é comum. Houve uma exceção: na edição de *O Globo* de 27 de maio de 2007, Chico Caruso dedicou a página 48, ‘*Ao cara com carinho*’ e escreveu um texto para o jogador Romário, do Vasco da Gama (RJ), em homenagem ao milésimo gol marcado contra o Sporte Recife (PE). Foram desenhadas na página nove charges, desde a primeira charge de 1986, até a última charge pautando o milésimo gol de Romário em 2007. Segundo Chico Caruso, “A página do Romário foi uma decisão do editor de esportes, com a qual eu concordei, com texto, inclusive”. Pode-se verificar que Romário não foi um negro invisível perante a sociedade e os leitores, inclusive, para a mídia. A charge, o agendou enquanto esteve em evidência.

5.2 POR AUTORIDADES

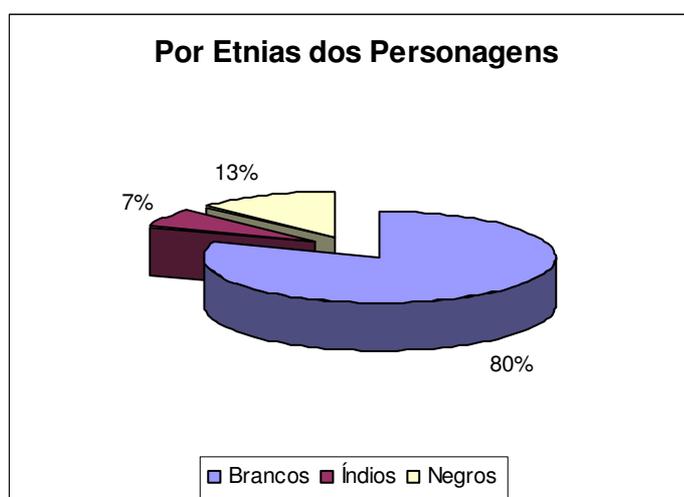
Por Autoridades	Total	crítica	neutra
Presidente República	28	11	
Parlamentares	20	2	5 x Renan Calheiros
Esportiva	13	1	11 x Romário
Ministros	9	3	
Papa	6	1	
Comunidade Indígena	2	1	Raoni / Juruna
Internacionais	8	2	3 x Bush
Governadores	4	2	
Cultura	3		1 Nair Belo



É inevitável a influência da mídia no cotidiano das pessoas, a imagem está associada à hierarquização dos assuntos que devem ser notícias e como essa realidade social deve ser caracterizada pelos meios de comunicação de massa. Assim a “Agenda Setting” pauta os assuntos impostos e determinados pela mídia que, de forma lúdica auxiliam os leitores na compreensão das matérias. O Presidente da República, está sempre no *frame* por ser uma personalidade de destaque. Parlamentares, como Renan Calheiros, apareceu cinco vezes, já o Governador do Rio de Janeiro, Sérgio Cabral, acompanha os trabalhos dos chargistas. Ele ficou preocupado com a forma física, devido à charge que o Chico fez dele. Ele aparece gordo na charge. Tanto é que pediu à cozinheira que só lhe preparasse comida saudável. Este pesquisador entende que a charge pauta o leitor no seu dia-a-dia. Já o Papa aparece seis vezes nas charges do Caruso e também esteve enquadrado. É notório que os políticos estão em evidências, simplesmente, por cometerem tantas trapalhadas, chegam a ser cômicos, e o humor é um elemento na composição das charges. Mas, para quem os mídias estão escrevendo? O que pensa a opinião pública sobre esse enquadramento do presidente da república sempre em evidência? Não existem outros assuntos que possam ser relevantes? O que dizem os chargistas?

5.3 POR ETNIAS DOS PERSONAGENS

Por Etnias dos Personagens	Total	crítica	Neutra
Branco	73	10	
Índios	6	1	Evo Morales
Negros	12	2	11 x Romário



Dados com relação à participação de indivíduos negros e indígenas nas esferas públicas do poder e da hierarquia do Estado mostram uma sub-representação nos três poderes da República. Os personagens negros aparecem com o estereótipo, de desportistas, o de jogador de futebol, o tratamento de sempre utilizado e estigmatizado para identidades diferentes, mesmo após quinhentos anos de redescobrimto do Brasil. Desde o massacre de Shaperville, África do Sul, novas formas de discriminação limitam o acesso ao desenvolvimento humano a vários setores da sociedade. O interessante é que o invisível nos traços do cartunista são os indígenas, também estereotipados, com seus celulares, rádios de pilhas nas mãos, e Evo Morales, como coadjuvante atravessando a famosa Abbey Road (imortalizada pelos Beatles, em Londres). Em tempos de globalização e mais do que nunca, há necessidade de combater as diferenças impostas, diversidades e barreiras étnicas e culturais, apesar das fragmentações das identidades devemos celebrar as diversidades.

5.4 POR GÊNERO

Por Gênero	Total	crítica	Neutra
Homens	86	12	
Mulheres (*)	5	2	Marta Suplicy 2x

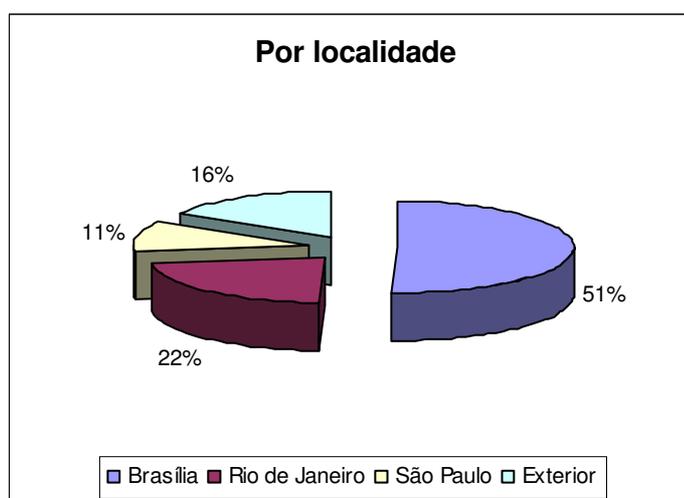


As imagens retratadas das mulheres praticamente não existem nas charges. O Dia Internacional da Mulher foi criado em homenagem a 129 operárias que morreram queimadas numa ação da polícia para conter a manifestação numa fábrica de tecidos. Essas mulheres estavam pedindo a diminuição da jornada de trabalho de 14 para 10 horas por dia e o direito à licença-maternidade. Isso aconteceu em 8 de março de 1857, em Nova Iorque, nos Estados Unidos.

A ministra do turismo aparece duas vezes de malas prontas para viajar. A Bandeirinha Ana Paula, surge como navalha, que é uma linguagem pejorativa do futebol. Será que não houve nenhum assunto relevante em que poderiam ter retratado mais vezes as mulheres? Enquanto que os homens ironicamente dominam o universo das charges?

5.5 POR LOCALIDADE

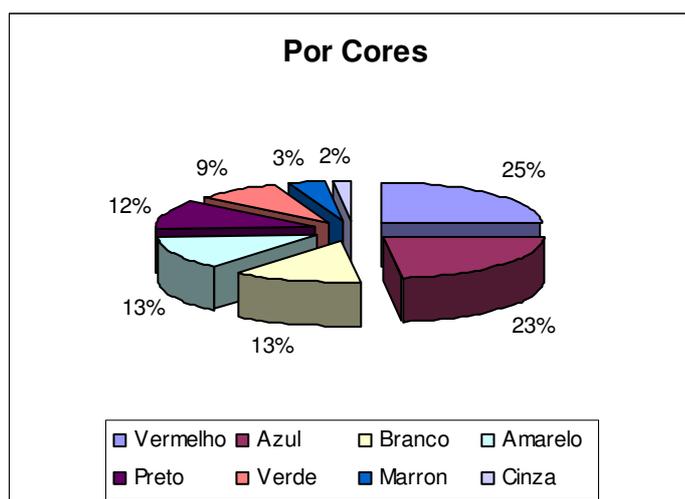
Por localidade	Total	crítica	neutra
Brasília	46	9	
Rio de Janeiro	20	3	
São Paulo	10	3	
Exterior	15	2	Inglaterra 3x



Nas análises por localidade, a cidade de Brasília, por ser a capital política do país está enquadrada em primeiro lugar com essa carga caricata do chargista Caruso. A política faz parte do cotidiano da cidade, mas imagens dos políticos e suas atitudes muitas vezes, denigrem a cidade que não está relacionada com as atitudes dos mesmos. Por isso, as charges são cenas da vida, do cotidiano, onde cada indivíduo leitor dos jornais impressos, às vezes compartilham com os chargistas a ironia, o sarcasmo e o humor feito para os parlamentares.

5.6 POR CORES

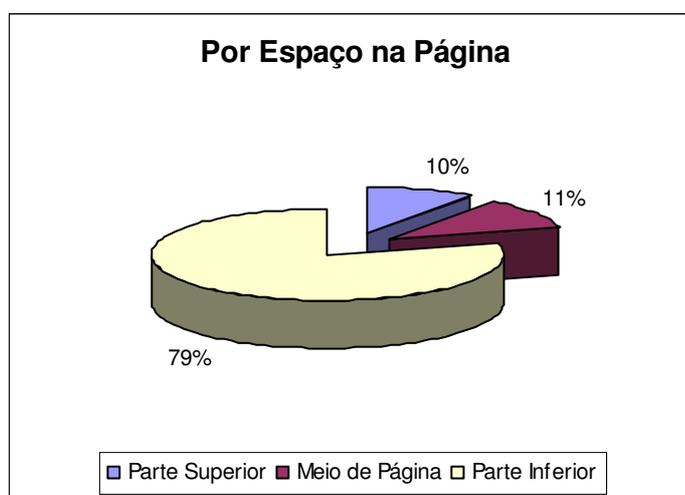
Por Cores	Total	crítica	Neutra
Vermelho	73		
Azul	67		
Branco	38		
Amarelo	38		
Preto	34		
Verde	25		
Marrom	10		
Cinza	6		



As cores são apenas uma questão da linha editorial do veículo. A função das cores é de se destacar, unificar e chamar a atenção. Segundo Lane Rocha, chargista do Jornal de Brasília, “A charge preto e branco é comum nos jornais impressos. Ela não é comum na Internet”. No que diz respeito às cores é o chargista quem as determina. As cores se situam num segundo plano. Mas, as cores primárias vermelho, azul, amarelo, são utilizadas para chamar e prender à atenção do leitor. Chico Caruso afirma que: “A cor na imprensa é resultado de sua evolução tecnológica”.

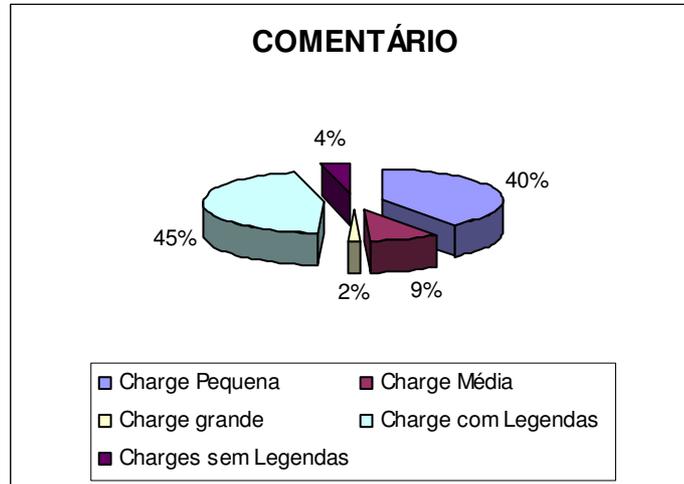
5.7 POR ESPAÇO NA PÁGINA

Por Espaço na Página	Total	crítica	Neutra
Parte Superior	9		
Meio de Página	10	Romário 2x	999 – gols
Parte Inferior	72		



Quanto à forma e o tamanho conforme apurou este pesquisador, o chargista obedece a um padrão gráfico, e o tamanho da charge varia de acordo com o noticiário da primeira folha do jornal.

5.8 COMENTÁRIO



Uma charge relativamente grande na capa do jornal é algo raro, mesmo nos finais de semana, quando o jornal tem a maior tiragem de exemplares. Nota-se que as charges pequenas predominam na capa do veículo, devido ao seu espaço de diagramação. A charge, mesmo sendo uma linguagem não-verbal, utiliza de legendas, pois auxiliam de forma lúdica o leitor na interpretação das imagens. É importante ressaltar que a *suíte*, do francês *suíte*, isto é, série, seqüência, em jornalismo, significa a reportagem que explora desdobramentos de um fato que foi notícia na edição anterior, também, acontece com a charge, que no mês de abril tiveram 16 *suítes*, nos dias 1, 2, 3, 5, 9, 10, 11, 13, 17, 20, 22, 23, 27, 28, 29 e 30 de abril além de que, nos dias 3, 4, 5 e 6 de abril, as manchetes principais pautaram as charges com as notícias representadas pelas imagens das charges.

6 CONCLUSÃO

Ao finalizar o presente trabalho e realizadas todas as análises das significações das charges, assim como dos processos de construção, nos remete à função das charges no veículo impresso.

Hoje, vivemos numa civilização de imagens e temos que aprender a observar essas imagens de forma mais crítica. A imagem não deixa de ser uma informação importante. Na essência, a imagem remete sempre ao discurso do texto, à interpretação dessa imagem tanto no trabalho como na utilização dos discursos verbais produzidos pela imagem.

O que é fundamental para a análise das imagens é que elas devam ser interpretadas e compreendidas. Não vivemos numa época de repressão e sim de liberdade de expressão. Dessa forma, uma imprensa livre significa uma sociedade com perspectiva democrática, igualitária com o pleno exercício dessa liberdade.

Comprova-se que a charge é uma espécie de crônica dentro da política editorial que faz parte desse cotidiano de identidades fragmentadas. Seu verdadeiro papel social é tentar auxiliar o leitor de forma lúdica, humanizando os textos nas capas e nos editoriais dos veículos impressos, fazendo com que os leitores possam alcançar um horizonte de entendimento mais crítico através da linguagem do humor.

A charge é uma linguagem que deve ajudar no entendimento do substrato de situações que foram esquecidas pela linguagem escrita. Toma-se como exemplo o *Jornal Pasquim*, o mais censurado dos veículos alternativos durante a ditadura, foi um muro de resistência contra um estado de exceção, mostrando a força de um jornalismo imparcial e alternativo. A charge contribui tanto com papel social reflexivo sobre a violência urbana, que nas ditaduras os chargistas estão entre os primeiros a irem para as prisões.

Este pesquisador acredita que a charge é uma experimentação do seu criador, uma vez que, a charge diferentemente da caricatura tem uma vida curta, é mais factual, baseada em fatos cotidianos e às vezes até efêmera, de curta duração, passageira, de só um dia. Provavelmente, não se engaveta a charge num acervo e em museus.

A charge tem que ser mostrada com toda sua plasticidade, como uma obra de arte. Mas, para que criar a charge se não for para mostrá-la publicamente? Acredita-se que a charge tem mais que uma função gráfica, ela, também, tem uma função objetiva de comunicação como força da linguagem não-verbal.

Uma outra constatação é que a charge tende a ser dissertativa ligada, a fatos e acontecimentos e em sua maioria das vezes metafóricos, porque sempre ironiza com humor e desconfia da ordem do dia, numa reflexão social do que pensa o chargista naquele momento minimalista de criação.

Assim, conclui-se que a charge, palavra que deriva do verbo italiano *caricare* (carregar, sobrecarregar com exagero); que vem do francês *charger*, (fazer carga, exagerar e muitas vezes atacar de forma violenta); e do inglês *to charge* (acusar), é um instrumento de protesto, e portanto, opinativa, e que auxilia, sim, o leitor de forma lúdica na identificação da leitura das matérias. A charge é uma tradição no jornal impresso de desenvolvimento social, na construção da imagem, veiculação de conhecimento, é uma manifestação livre, experimental e autônoma.

A análise realizada leva à conclusão de que uma charge contextualizada até substitui uma notícia que, leva o interesse do leitor à compreensão de uma reportagem. Em entrevista ao Jornal O Globo, página 16, de 5 de julho de 2007 a escritora que ganhou o Nobel de Literatura em 1991, a sul-africana Nadine Gordimer, de 83 anos, afirma que: “[...] Hoje a palavra está sendo desafiada pela imagem, que influencia mais as pessoas. O exemplo mais óbvio são as crianças. [...]”. (GORDIMER, 2007, p. 16).

7 REFERÊNCIAS

- CORREIO BRAZILIENSE. Brasília, ano 1, n. 1, 21 abr. 1960. Consulta reportagem Estado das Artes Jovem COROA, com o jornalista Zuenir Ventura, de 29 de março de 2007.
- DUARTE, Jorge. *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. São Paulo: Atlas, 2002.
- FOLHA DE S.PAULO. São Paulo: Folha da Manhã, ano 1, n. 1, 02 fev. 1921. Consulta sobre reportagem a morte do CARTUM, com Jaguar, de 13 de março de 2007.
- FONSECA, Joaquim da. *Caricatura; A imagem gráfica do humor*. Porto Alegre. Artes e Ofícios, 1999
- JAGUAR; AUGUSTO Sérgio (Org.) *O Pasquim: antologia – 1969-1979*. Rio de Janeiro: Desiderata, 2006.
- JAGUAR; AUGUSTO Sérgio (Org.) *O Pasquim: antologia – 1972-1973*. Rio de Janeiro: Desiderata, 2007.
- JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. São Paulo: Papyrus, 1996.
- LAGO, Pedro Corrêa do. *Caricaturistas brasileiros 1836 a 2001*: Rio de Janeiro: Marca D'água, 1999.
- LIMA, Herman. *História da caricatura no Brasil*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1963.
- MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação Como extensão do homem*: Cultrix; Editora da Universidade de São Paulo, 1979.
- O GLOBO. Rio de Janeiro: Infoglobo Comunicações, ano 1, n. 1, 29 jul. 1925. Consulta das charges de Chico Caruso, de 1º de março a maio de 2007.
- O GLOBO. Rio de Janeiro: Infoglobo Comunicações, ano 1, n. 1, 29 jul. 1925. Consulta Reportagem 'Cada escritor ilumina um pouco o mundo', com a ganhadora do Nobel de Literatura em 1991, Nadine Gordimer, de 5 de jul. de 2007.
- PEIRCE, Charles Sanders. *Semiótica e filosofia*. São Paulo: Cultrix; Editora da Universidade de São Paulo, 1975.
- SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Loyola, 2002.
- SRL, McRae Books. *O grande livro da arte*: Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.