



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM JORNALISMO

TIAGO DO NASCIMENTO REGO

**A CHARGE COMO RECURSO GRÁFICO NO TRATAMENTO DA
NOTÍCIA: UM ESTUDO DE CASO DO CHARGISTA ANGELI**

SALVADOR

2015

TIAGO DO NASCIMENTO REGO

**A CHARGE COMO RECURSO GRÁFICO NO TRATAMENTO DA
NOTÍCIA: UM ESTUDO DE CASO DO CHARGISTA ANGELI**

Monografia apresentada ao Curso de graduação em Comunicação Social, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, como requisito para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Mauricio Tavares

SALVADOR

2015

Dedico este trabalho primeiramente a Deus por guiar todas as minhas ações; depois aos meus gurus literários que despertaram em mim o gosto pelo jornalismo, que na oportunidade, faço questão de enumerar: Nelson Rodrigues, Vinicius de Moraes, Carlos Drummond de Andrade e aos músicos Cazuza e Kurt Cobain.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por me guiar e permitir que esse dia tão significativo chegasse em minha vida. Gostaria de agradecer também ao professor e amigo, Mauricio Tavares, pela paciência, flexibilidade e maleabilidade, virtudes que sem as quais, este trabalho não seria possível. Meu muito obrigado, aos amigos que fiz na Facom que tornaram a minha passagem pelo curso mais agradável e divertida. Vou começar primeiro pelos meus colegas de semestre: minha amiga de todas as horas Gislene Ramos, meu muito obrigado. Agradeço também a Carol Prado, Lara Dias, Luiz Fernando Teixeira, Daniel Silveira, André Oliveira, Camila Hita e Thamires Tavares.

Aos amigos Rodrigo Chamusca, Vitor Villar, Dudu Assunção, Gabriel Rodrigues, Mario Pinho, Gabriel Simões, Bruna Cook, Paula Morais, Pablo Santana, Victor Pinto, Luciano Alves, Carol Aquino, Maria Dominguez, Daniel de Farias, Léo Moreira, Gustavo Baraúna, Luís Viana, Maria Garcia, Lucas Albuquerque, Lucas Gama, Rafael Barreto, Vagner Campos, Cydo Silva e Ítalo Nunes, nunca me esquecerei de vocês. Agradeço à Luciana Fumagalli, por ter enchido os meus dias de cores e encantos em sua curta passagem pela Facom.

Eu não poderia deixar de agradecer à minha segunda família, os Spínolas, por terem me acolhido na cidade de Salvador. Agradeço em especial, ao meu amigo-irmão Lucas Spínola, Mário, Celene, Carla e Lethy. A Sveva pela simpatia e hospitalidade para comigo, e ao seu filho Mário Enzo, o “poco roxo”, por me fazer voltar à infância de vez em quando.

Aos professores Regina Gomes, André Setaro (*in memoriam*), Ricardo Sangiovanni, Lia Seixas, Edson Dalmonte, Malu Fontes, Fábio Sadao, Fernando Conceição, José Carlos Mamede, Maria Carmen, Wilson Gomes e Nadja Vladi, por seus ensinamentos, minha eterna gratidão. Eu não poderia esquecer dos funcionários Romenil Silva e José Valter. E pra finalizar, seria um pecado da minha parte, não lembrar de tia Del, que me agraciou por dois anos com o melhor café da Ufba. Aos amigos do Jornal A Tarde: Tiago Lemos, Jackson Brasil, Thyara Araújo, Edmilson Ferreira e Sônia Araújo, muito obrigado por terem me apresentado o jornalismo na prática.

“Em paz com a vida e o que ela me traz. Na fé que me faz otimista demais, se chorei ou se sofri, o importante é que emoções eu vivi”

(Roberto Carlos)

RESUMO

Este trabalho foi elaborado com o objetivo de analisar a relação entre a charge e seu consequente uso como recurso gráfico para o tratamento de notícias e fatos jornalísticos por parte dos veículos de comunicação. Para isso, fez-se necessário uma abordagem e conceituação teórica do que são notícias e fatos jornalísticos, além do conceito da teoria do agendamento que explica como as notícias evidenciadas pela imprensa pautam a opinião pública. O presente trabalho faz também um estudo de caso de um dos chargistas mais renomados do Brasil, Angeli (Arnaldo Angeli Filho). Para isso, foram analisadas todas as charges publicadas por Angeli na Folha de S. Paulo no período da campanha política presidencial de 2014, através dos seguintes aspectos: composição do quadro da charge, título, legenda e o contexto factual das ilustrações utilizando o método de leitura de charges da linguista Onici Flôres.

Palavras-chave: charge. Fatos. Notícias. Angeli.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
NOÇÃO DO CONCEITO DE NOTÍCIA: O QUE DIZ A TEORIA DO AGENDAMENTO.....	9
CHARGISTA: UM REPÓRTER GRÁFICO DE NOTÍCIAS.....	13
CHARGE, CARTOON E CARICATURA SÃO A MESMA COISA?.....	16
CHARGE E SUA DIVERSIFICAÇÃO CONTEXTUAL.....	20
UMA BREVE DISCUSSÃO SOBRE O PAPEL DO HUMOR E DO RISO.....	29
CONHECENDO O CHARGISTA ANGELI.....	33
UM POUCO SOBRE A ELEIÇÃO MAIS ACIRRADA DA HISTÓRIA.....	36
LEITURA E INTERPRETAÇÃO DAS CHARGES DE ANGELI.....	38
CONCLUSÃO.....	59
REFERÊNCIAS.....	60

INTRODUÇÃO

De acordo com o Dicionário de Comunicação dos autores Gustavo Barbosa e Carlos Rabaça, charge é uma palavra de origem francesa e significa carga. É caracterizada por exageros em seus traços e tem como objetivo principal fazer uma crítica a um acontecimento ou fato que envolva um ou mais personagens. Ainda segundo Barbosa e Rabaça (2000), a charge foi criada no século XIX, por pessoas que se opunham a governos ou a políticos. E mesmo sendo condenáveis no início de suas divulgações, as criações de traços grotescos ganharam força e popularidade à medida que foram incorporadas pela imprensa da época.

E é justamente por essa apropriação da imprensa, que este trabalho visa estabelecer uma relação entre a charge e seu consequente uso como recurso gráfico de tratamento da notícia. Para isso, esta monografia busca esclarecer uma questão crucial: qual a relação da charge com a notícia? Para responder a essa indagação, o autor pesquisou depoimentos de alguns chargistas, incluindo Angeli, no qual, também foi feito um estudo de caso. Por isso, para situar melhor o leitor, foi necessário recorrer aos conceitos de notícia, teoria do agendamento.

Além de trazer à tona os conceitos de notícia e de teoria do agendamento, foi necessário esclarecer as diferenças entre charge, cartoon e caricatura, pelo fato de algumas pessoas confundirem as referidas ilustrações, principalmente, charge e cartoon. Por último, o presente trabalho fez um estudo de caso do chargista da Folha de São Paulo, Angeli. Nesta ocasião, foi feita uma análise das charges com o contexto político e social dos fatos narrados, a legenda e o título das criações de Angeli, no período da corrida presidencial de 2014. Por tudo isso, não poderia ficar de fora deste trabalho, uma breve biografia do cartunista.

NOÇÃO DO CONCEITO DE NOTÍCIA: O QUE DIZ A TEORIA DO AGENDAMENTO?

A ideia ou noção de notícias é muito disseminada em nosso cotidiano. Estamos em frequente contato com elas e, estabelecemos com as mesmas, uma relação de dependência. É evidente que esta relação vai depender do interesse de cada um. Os investidores precisam saber o comportamento da Bolsa de Valores ao longo do dia, os fanáticos por futebol vão procurar ter mais acesso ao noticiário esportivo, enquanto os que querem saber das novidades do mundo da televisão terão que acessar a sites e programas de entretenimento. Por tudo isso, é impossível pensar em vida civilizada e global sem as notícias. Mas afinal de contas, o que são notícias? Por que alguns fatos ganham maior destaque do que outros? Por que algumas notícias são escolhidas em detrimento de outras? A teoria do agendamento atende forma satisfatória esses questionamentos. No entanto, para adequar-se ao objetivo deste trabalho, é necessário antes, lançar uso de uma possível definição de notícia:

Dizer que a notícia é uma ‘estória’ não é de modo nenhum rebaixar a notícia, nem acusá-la de ser fictícia. Melhor, alerta-nos para o fato de a notícia, como todos os documentos públicos, ser uma realidade construída possuidora da sua própria validade interna. Os relatos noticiosos, mais uma realidade seletiva do que uma realidade sintética, como acontece na literatura, existem por si sós. Eles são documentos públicos que colocam um mundo à nossa frente (TUCHMAN, 1993 *apud* TRAQUINA 2001).

Por tanto, conceituar notícia requer um certo esforço, pois, sua definição pode ser vaga ou muito abrangente. Porém, alguns pesquisadores, a definiram de forma mais concisa.

Notícia pode ser entendida como o resultado do processo produtivo de informações, tendo, inclusive, natureza semelhante à da informação, implicando veracidade, objetividade, honestidade, exatidão e credibilidade. Nesse sentido, o jornalismo seria a apuração, seleção e organização de informações transformadas em notícia num processo recheado de critérios e procedimentos padrão. Assim, a notícia contém informação. Por outro lado, nem toda informação pode ser notícia. A notícia é pensada para um público que poderá utilizá-la para tomar decisões e se inserir na vida social (GOULART, 2004 *apud*, LEMOS E NASSIF, 2001).

De acordo com o Moderno Dicionário Da Língua Portuguesa Michaelis, o significado de notícia é assim definido:

Do latim *notitia*. Conhecimento, informação. Nova, novidade. Escrito de pouca extensão sobre um assunto qualquer. Anúncio. Exposição sucinta de um sucesso; resumo. Memória, lembrança. Nota, observação, apontamento. Noção, conhecimento. Notícia em primeira mão: notícia ainda não divulgada e que se ouve pela primeira vez; furo jornalístico. Notícia de última hora: a mais recente, a que se colhe na ocasião de imprimir-se um jornal. É notícia: tem importância, para o público (WEISZFLOG, 2014).

Pelas definições de notícias até aqui pontuadas, todas chamam atenção para o fato que a principal característica da notícia é a transmissão da informação. Todavia, a notícia pode assumir diversas tipificações narrativas. Pode ser um anúncio, uma lembrança, uma crônica, uma nota, entre outras. Porém, para se ajustar ao escopo desta monografia, à notícia será tratada do ponto de vista jornalístico. Que segundo Traquina (2001), “são elaboradas com a utilização de padrões industrializados, ou seja, formas específicas que são aplicadas aos acontecimentos, como, por exemplo, a pirâmide invertida.”.

Vale alertar o leitor, que este trabalho não tem a pretensão de fazer um estudo minucioso sobre notícias e nem os seus desdobramentos nas teorias do jornalismo. Contudo, o mais importante a salientar neste momento é que a notícia é gerada a partir dos acontecimentos ou fenômenos. Por exemplo: o excesso de chuva que alagou uma determinada avenida causando transtorno para os transeuntes. Como escreveu Traquina (2001): “As notícias acontecem na conjunção de acontecimentos e textos. Enquanto o acontecimento cria a notícia, a notícia cria o acontecimento.”.

Mas, afinal de contas, no caso da imprensa, por que algumas notícias são escolhidas em detrimento de outras? A explicação teórica da pergunta feita no início deste capítulo pode ser respondida com a teoria do agendamento. O agendamento *ou agenda setting* foi estudado em 1972 por McCombs e Shaw, no qual foi comprovada uma relação entre os assuntos divulgados pela mídia e sua consequente ação em formar a opinião dos leitores. “Embora a imprensa, na maior parte das vezes, possa não ser bem sucedida ao indicar às pessoas como pensar, é espantosamente eficaz ao dizer aos seus leitores sobre o que pensar” (MCCOMBS; SHAW, 1972 *apud* TRAQUINA, 2001).

Segundo esta teoria, as notícias veiculadas pelos meios noticiosos ajudam a formar a chamada opinião pública:

A capacidade dos mídia em influenciar a projeção dos acontecimentos na opinião pública confirma o seu importante papel na figuração da nossa realidade social, isto é, de um pseudo-ambiente, fabricado e montado quase completamente a partir dos mass mídia (MCCOMBS e SHAW, 1977 *apud* TRAQUINA, 2001).

Mas antes de dar prosseguimento a abordagem sobre teoria do agendamento, surge neste momento, o termo “opinião pública” que flerta com a charge, quando se considera que esta última, é na verdade, uma ilustração de caráter opinativo, também conhecido como editorial gráfico, como será visto mais adiante. Por isso, faz-se necessário trazer à tona, ainda que vagamente, uma referência conceitual acerca do termo, que de acordo com os autores Gomes e Maia (2008), “a opinião pública é a opinião coletiva resultante da discussão pública.”.

É por está inserido na discussão pública, que acontece entre a sociedade civil e a imprensa de acordo Gomes e Maia, que alguns fatos noticiosos se tornam mais relevantes do que outros. Mas, como foi visto anteriormente, as notícias surgem através dos fenômenos. E, existe uma infinidade de acontecimentos, porém, não é viável para uma empresa de comunicação, levantar a discussão que um gato que ficou preso numa árvore. Se bem que, em tempos de “Caetano Veloso estaciona carro no Leblon”, essa prerrogativa seja um tanto solúvel, mas, não vem ao caso questionar a qualidade do jornalismo atual, pelo menos neste trabalho. Existe na verdade, uma agenda pública que responde pelas necessidades sociais mais urgentes, como por exemplo, discutir a viabilidade da redução da maioria penal no Brasil. É por isso que a imprensa faz uma série de matérias sobre o tema, apontando prós e contra da discussão. Este fenômeno midiático recebe o nome de acumulação.

Acumulação: capacidade que a mídia tem de dar relevância a um determinado tema, destacando-o do imenso conjunto de acontecimentos diários; Consonância: apesar de suas diferenças e especificidades, os mídias possuem traços em comum e semelhanças na maneira pela qual atuam na transformação do relato de um acontecimento que se torna notícia; Onipresença: um acontecimento que, transformado em notícia, ultrapassa os

espaços tradicionalmente ocupados a ele. (HOHLFELDT, 1997 *apud* KURTZ; RAUPP, 2014).

Mesmo existindo a agenda pública noticiada pelos meios de comunicação, as pessoas também possuem a sua própria agenda, ou mais especificamente, uma agenda pessoal, pois, existe o chamado interesse público e o interesse do público. Por tudo isso, vale ressaltar que, a teoria do agendamento defende que os meios de comunicação mostram aos espectadores o que pensar (interesse público), mas não ditam nenhuma regra de como pensar (interesse do público), apesar de muitos acharem que algumas pessoas são manipuladas ou induzidas pela mídia. Na verdade, o receptor de informação tem uma espécie de “filtro” para selecionar a informação que mais lhe interessa.

Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas (SHAW, 1979 *apud* WOLF, 1999).

Como será apresentada mais adiante, a charge é tida para alguns estudiosos do assunto, como uma espécie de editorial gráfico opinativo. Partindo desse pressuposto, a teoria do agendamento se configura como referencial teórico legítimo para enquadrar a charge como manifestação gráfica da opinião pública, ou nas palavras de Kurtz, que afirma que a charge é caracterizada:

Por seu potencial crítico, tendência a reforçar estereótipos e poder de persuasão sobre a opinião pública, ainda que tenha de usar de recursos textuais para evitar a ambiguidade da imagem e direcionar o sentido desejado sobre o receptor (Kurtz 2012, *apud* KURTZ, RAUPP, 2014).

CHARGISTA: UM REPÓRTER GRÁFICO DE NOTÍCIAS

O chargista Cao Hering, do Jornal de Santa Catarina, fez o seguinte relato a Quadros (2008): “recebo uma pauta do jornal lá pelas 17h30min, escolho o assunto, ligo pra ver se não caiu a matéria e vou em frente. Muitas vezes ligo pros editores pra pedir ajuda com detalhes, dar um palpite a mais sobre a matéria.”. O testemunho de Hering não abre esse capítulo por acaso. Inclusive, é a pretensão central desta monografia que busca fazer um paralelo entre as notícias e a produção de charges, ou mais precisamente, através de depoimentos colhidos dos próprios chargistas e estudiosos do assunto, reconhecer a relação de dependência entre charge e o noticiário.

De acordo com Barbosa e Rabaça (1978), o desenhista para conseguir uma boa charge, deve está atento ao assunto mais discutido do dia: “Uma boa charge, portanto, deve procurar um assunto momentoso (o que em ing. se chama *the talhúg of town*) e ir direto onde estão centrados a atenção e o interesse do público leitor.”. Para exemplificar a afirmação dos autores, basta pensar num evento de intensa cobertura midiático. A título de imprensa brasileira, a chamada “Operação Lava Jato”, que está sendo realizada pela Polícia Federal, logo chamou a atenção dos veículos locais. Desde março de 2014, quando a tiveram início as investigações, a imprensa brasileira está fazendo uma intensa cobertura dos fatos, por se tratar de um grande esquema de corrupção envolvendo a principal empresa brasileira, a Petrobrás, empreiteiras no ramo da construção civil, além de políticos. Com certeza, o caro leitor se deparou com longos noticiários a respeito do teor das investigações e com inúmeras revistas e jornais trazendo matérias de capa acerca do tema. Um dos principais personagens do esquema criminoso é o doleiro Alberto Youssef, por ser considerado o grande mediador na lavagem de dinheiro entre a Petrobrás e os envolvidos. E, por isso, no dia 17 de março de 2014, Youssef teve sua prisão decretada. Para diminuir a sua pena, o doleiro fez acordo de delação premiada (Na legislação brasileira, delação premiada é um benefício legal concedido a um criminoso delator que aceite colaborar na investigação ou entregar seus companheiros). Não é exagero dizer, que havia um “frenesi” midiático em cada depoimento do doleiro. Em suma, a operação Lava Jato foi e é um prato cheio para os chargistas. Confira abaixo duas charges sobre o tema. A primeira é de Casso e a outra de Alpino.

**ESCÂNDALO DA PETROBRAS
DOLEIRO ALBERTO YOUSSEF É ABSOLVIDO
POR LAVAGEM DE DINHEIRO**



FONTE: <http://aletp.com/2014/10/charge-definicao-de-lavagem-de-dinheiro/>

A charge acima ironiza e critica o fato do juiz federal Sergio Moro ter absolvido Alberto Youssef da acusação de ter ajudado a lavar dinheiro de um traficante de cocaína. Já a charge de Alpino faz uma crítica ao fato que muitos empreiteiros envolvidos no esquema de corrupção estão cumprindo pena em prisão domiciliar com todas as mordomias possíveis.



FONTE: <https://br.noticias.yahoo.com/blogs/alpino/investigados-da-lava-jato-vaio-para-prisao-140326333.html>

A constatação que se chega, pelo menos no caso da Lava Jato, é simples: se existe acumulação, vai existir uma charge a respeito do tema. Evidente que, essa premissa não é regra. Mas muitos chargistas e estudiosos do assunto admitem que o noticiário seja a célula motriz que dá vida as ilustrações de traços exagerados, como afirma o blogueiro Gutemberg (2010 *apud* KURTZ, RAUPP, 2014): “na construção da charge, o noticiário diário é fonte inspiradora para o chargista. Dessa fonte, a charge leva a uma construção social da realidade.”.

Quem também corrobora com o pensamento de Gutemberg, é o chargista do jornal O Estado de S. Paulo, Diogo Salles. Segundo Salles, basta um escândalo político vir à tona, ou aquele lance polêmico na partida de futebol, ou até mesmo quando a vida de um famoso domina as colunas de fofoca, que lá estão os chargistas com nanquim em punho, com seu olhar “ácido”, para fazer uma ilustração criticando o fato:

Os poderosos do momento são as vítimas mais fáceis e a gafe (ou escândalo) de hoje se tornará a charge de amanhã (pode esperar que ela sempre vem). Às vezes a charge encontra outras praias para navegar: futebol, TV ou qualquer fato que esteja “na boca do povo” no dia (SALLES, 2010).

Sair colhendo depoimentos de chargistas sobre o processo criativo das charges, parece ser uma tarefa enfadonha e repetitiva. É como se o autor quisesse vencer o leitor pelo cansaço. Porém, um dos grandes lemas do jornalismo diz respeito ao número de fontes. Quanto maior o número de fontes consultadas, mais convincente será a matéria. Outra justificativa plausível para esta tática fica por conta da carência teórica acerca da charge. Daí, a importância das palavras do chargista de A Gazeta, Amarildo Lima, que em entrevista a Quarto (2012), afirmou que a notícia é o embrião das charges: “minha matéria-prima é a informação. Antes do café vou até os principais portais do país para ver o que o noticiário está abordando”.

Uma opinião bastante incisiva para este trabalho foi a de José Alberto Lovetro, o JAL, jornalista e cartunista, que há 25 anos preside a Associação dos Cartunistas do Brasil. JAL chega até mesmo defender a formação de jornalista para os chargistas, pelo fato destes desenhistas interpretarem a realidade. “Por isso, acho que o chargista tem que ser jornalista, um cara com visão, bom estudo. Precisa ter uma visão mais global para saber onde vai atingir, aonde vai chegar”, argumentou Lovetro a Baroncelli e Ribeiro (2015).

CHARGE, CARTOON E CARICATURA SÃO A MESMA COISA?

Existe uma certa dificuldade em distinguir a charge do cartoon e da caricatura. Muitos até acham que se são uma coisa só. Talvez, pelo fato de um grande número de ilustradores trabalharem como chargista, cartunista e caricaturista, os desenhos acabam sendo interpretados pelo senso comum, como se fizessem parte da mesma modalidade de ilustração. No caso da charge e da caricatura, existem semelhanças que até justificam tal falta de discernimento. No caso da charge e do cartoon, a diferença crucial reside na questão da temporalidade. Enquanto o chargista se prende aos fatos atuais, o cartunista não tem essa limitação temporal para dar vida as suas criações. O cartoon traz à tona qualquer tema, de qualquer época, como afirma o ilustrador Richardson Santos:

O cartoon, de certa forma, é um desenho descompromissado de humor ou carga política e social. A palavra vem do inglês “cartoon” que significa “cartão”, ele relata um assunto universal sem depender de contexto nenhum, apenas um tema a ser explorado, sendo assim, atemporal. O cartoon tem temas que podem ser entendidos em qualquer parte do mundo, pois não é um assunto de uma certa região no qual precisa de uma certa bagagem de conhecimentos específicos para entender. É um desenho geralmente cômico e universal (SANTOS, 2014).

Em entrevista a Ribeiro e Baroncelli (2015), o chargista e jornalista José Alberto Lovreto ratifica a citação anterior: “Cartum já é uma coisa atemporal [...]. Então, é uma coisa que trabalha mais com temas universais e que são perenes, são temas que vão longe.”.

Outro aspecto que não pode deixar ser pontuado a respeito do cartoon é a questão de sua narrativa. As cenas, muitas vezes, são divididas em vários quadros, como explica Barbosa e Rabaça (1979): “a narrativa do cartum pode comportar uma cena apenas ou uma sequência de cenas.”. Já no caso da charge, a narrativa acontece num único quadro, embora essa afirmação não seja uma regra, mas em geral, é assim que a charge se expressa, como explica Miani (2012): “na sua apresentação física, a charge aparece, invariavelmente, em um único quadro e apenas raramente o artista vai recorrer da divisão do espaço em duas ou mais imagens para expressar a sua ideia.”.

Outra diferença entre charge e cartoon fica por conta do personagem abordado. Enquanto a charge faz uma crítica a uma figura conhecida por conta da veiculação de sua imagem pela imprensa, o cartoon não se prende a exposição midiática, como conta Arrigoni (2010): “os cartuns são atemporais. Geralmente, não fazem nenhuma referência a alguma personalidade ou fato do noticiário.”. Nada melhor que trazer exemplos práticos para ajudar a elucidar as diferenças entre charge e cartoon debatidas até agora.



FONTE: <http://www2.uol.com.br/laerte/tiras/>

O cartoon acima é do ilustrador Laerte. Percebe-se claramente as características típicas do cartoon. A universalidade temática alicerçada no cotidiano: quem nunca se deparou com algum puxa saco pelo menos uma vez na vida? Seja no trabalho, no colégio ou até mesmo dentro de casa. A narrativa se desenvolve através de três quadros, e o tema não se prende a uma notícia jornalística, como é o caso da charge. O personagem abordado também é fictício, que neste caso, se trata de Fagundes, o puxa saco, não sendo assim, nenhuma personalidade midiática, como comumente é feito pelas charges.

A charge abaixo é de Jean Galvão e foi publicada na Folha de S. Paulo no dia 30 de março deste ano. Note que o diálogo entre os personagens é estabelecido em um único quadro. As vítimas da crítica de Galvão foram o ministro da Fazenda, Joaquim Levy e presidenta Dilma Rousseff. O contexto neste caso também foi necessário e exige conhecido prévio por parte do leitor, que na oportunidade, abordou o fraco desempenho da economia e o consequente encolhimento do produto interno bruto (PIB), previsto pelos economistas para 2015. Ou seja, é algo temporal, a charge tem enfoque a um tema amplamente divulgado pela imprensa, porém, se a economia de repente tiver uma

melhora, essa charge perderá totalmente o sentido, servido apenas como um registro do período em questão.



FONTE: <http://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/33122-charges-marco-de-2015#foto-497583>

No caso da caricatura, a diferença com a charge se resume na funcionalidade. A caricatura faz uma alusão grotesca da fisionomia humana, como atesta Barbosa e Rabaça (1979): “representação da fisionomia humana com características grotescas, cômicas ou humorísticas.”. A caricatura possui uma única função que é fazer um ataque satírico e bem humorado a uma determinada pessoa, sem necessidade desta, estiver em evidência na mídia, ou seja, sem ter ligação com um fato noticioso, como afirma Diogo Salles:

Trata-se apenas do retrato distorcido e bem humorado (ou meio grotesco) do personagem escolhido, sem qualquer referência ao tempo. Ou seja, esse personagem não precisa estar nos jornais do dia. Na verdade, ele nem precisa estar vivo. Qualquer pessoa famosa pode virar caricatura a qualquer hora, basta o artista “enxergar” uma maneira de caricaturá-lo. Pode ser um esportista qualquer (não precisa estar disputando um campeonato), um ator de cinema (mesmo que não tenham filmes dele em cartaz) ou até mesmo uma celebridade que anda meio sumida (SALLES, 2010).

A diferença é simples: a caricatura é como se fosse um retrato em que traços fisionômicos são ressaltados exageradamente na intenção de provocar o riso, enquanto a

charge se prende ao fato momentâneo. Melo, também ajuda a reforçar o parecer de Salles em relação à caricatura:

Especificamente, a caricatura é a representação da fisionomia humana com características grotescas, cômicas ou humorísticas [...] Retrato humano ou de objetos que exagera ou simplifica traços, acentuando detalhes ou ressaltando defeitos. Sua finalidade é suscitar risos, ironia. Trata-se de um retrato isolado [...] Genericamente, significa a forma um retrato isolado [...] de expressão artística através do desenho que tem por fim o humor (MELO, 2003 *apud* ALMEIDA; OLIVEIRA, 2006).

Abaixo, tem-se uma caricatura do ator Brad Pitt, feita pela caricaturista Patrick Strogulski.



FONTE: <http://uhull.virgula.uol.com.br/>

Mesmo com traços exagerados, existe uma semelhança muito grande entre a fisionomia do ator com a caricatura feita por Strogulski. O rosto arredondado de Pitt é intencionalmente aumentado na caricatura. O personagem é enquadrado na forma de retrato.

CHARGE E SUA DIVERSIFICAÇÃO CONTEXTUAL

Segundo o Dicionário de Comunicação dos autores Babosa e Rabaça (1978), a charge é um modelo de ilustração que é caracterizado por traços exagerados e tem por finalidade satirizar um determinado personagem dentro de um contexto factual. Ela foi criada na França no início do século XIX e o termo significa ‘carga’. Mesmo a charge sendo bastante disseminada entre os veículos de comunicação, principalmente, os impressos, o conceito de charge ainda carece de consenso teórico. Porém, em seu diálogo com o jornalismo, pode-se identificar características bem definidas, como explica Onici Flôres:

A charge é um texto usualmente publicado em jornais sendo via de regra constituído por quadro único. A ilustração mostra os pormenores caracterizadores de personagens, situações, ambientes, objetos. Os comentários relativos à situação representada aparecem por escrito (FLORES, 2002).

De acordo com o que foi exposto acima, pode-se perceber que a autora faz uma descrição de como a charge atua, não existindo assim, intenção de elaborar um conceito. Na verdade, o que é sabido pela maioria dos estudiosos do assunto é que, a charge faz uma representação de um fato atual, tem o tom de crítica, pode retratar um personagem ou situação, através de um discurso humorístico, como afirma o pesquisador Romualdo (2000 *apud* MIANI, 2012): “texto visual humorístico que critica uma personagem, fato ou acontecimento”.

Empiricamente é possível identificar uma das características da charge: sua concepção física se dá por meio de traços exagerados que ajuda na composição do personagem ou da cena, como atestou Nery (1998):

A exacerbação no traço e nas ações que compõem perfil político e psicológico de suas ‘vítimas’, permite a charge expor as peças da personalidade, objetivos, desvios de informação que o enfocado queira manter em segredo (NERY, 1998 *apud* ALMEIDA; OLIVEIRA, 2006).

Outra característica bastante latente das charges é o seu teor opinativo como afirma, Romualdo (2000):

A charge contém a expressão de uma opinião sobre determinado acontecimento, este deve ser um fato importante, com muita probabilidade de aparecer em outros textos do jornal. Isso dá o leitor a possibilidade de relacioná-los e, até mesmo, usar esses outros textos para auxiliar na interpretação da charge (ROMUALDO, 2000 *apud* MIANI, 2012).

Quem também concorda com o pensamento citado anteriormente, é Melo (2003 *apud* ALMEIDA; OLIVEIRA, 2006) que afirma que a charge faz uma “reprodução gráfica de uma notícia já conhecida do público, segundo a ótica do desenhista”.

Antes dar prosseguimento na análise e no levantamento das características das charges, é preciso ressaltar a importância da última citação para esta monografia. O pensamento de Melo é o âmago da questão deste trabalho, ou seja, a charge como recurso gráfico para noticiar os acontecimentos no jornalismo. O testemunho do autor também serve de evidência de que a charge é feita segundo o prisma do seu criador, ou mais especificamente, sob a batuta da opinião do chargista, como também concluíram Almeida e Oliveira (2006): “É preciso frisar que a charge é produzida pela 'ótica do desenhista', assim, a exemplo dos editoriais e comentários, é opinativa”.

Miani (2012) também reforça o parecer anterior dizendo que a charge tem “o objetivo de ilustrar e/ou apresentar uma opinião a respeito de determinado acontecimento histórico”.

Além de fazer uma crítica de cunho opinativo e bem humorado a um determinado fato noticioso, outro fator que deve ser levado em consideração quando se analisa uma charge, diz respeito a sua temporalidade. O chargista se atém ao fato do dia. Isso torna a charge perecível, como afirma Romualdo (2000 *apud* MIANI, 2012): “Por focalizar uma realidade específica, ela se prende mais ao momento, tendo, portanto, uma limitação temporal”.

As palavras de Romualdo são bons indicativos do caráter efêmero das ilustrações estudadas por esta monografia. Miani (2012) também compactua com o mesmo pensamento anterior: “Outro elemento importante a destacar é a efemeridade da charge, que geralmente é esquecida quando o acontecimento a que se refere se apaga de nossa memória individual ou social (porém, ela permanece viva enquanto memória histórica).”.

Salles (2010) também sintetiza que as charges retratam um fato atual e, por isso, possuem limitação temporal. “Explico: é que a charge, geralmente traz o fato político de uma forma debochada, irônica — mas essa piada se restringe ao tempo em que acontece apenas.”.

De acordo com as citações feitas até aqui, o que se sabe até agora é que a charge tem cunho opinativo, tem temporalidade curta, pois, para existir, a ilustração depende do fato noticiado. Indo mais além, pelo seu poder de compactar a informação, a charge é usada até mesmo como editorial gráfico, sendo porta voz, da posição defendida pelo veículo, como afirmam Barbosa e Rabaça (1979): “alguns jornais chegam mesmo a usar a charge como editorial, sendo ela, então, intérprete direta do pensamento do jornal que a publica.”. Por tanto, uma das grandes potencialidades da charge é servir como instrumento de crítica, pautada obviamente, através do olhar do chargista. No entanto, outros desdobramentos acerca dos desenhos humorísticos podem ser feitos. É o caso da linguista Onici Flores, que defende que a charge é uma linguagem em que elementos textuais se mesclam a elementos visuais.

[...] A importância da charge enquanto texto que se define pelo uso híbrido da linguagem. As formas perceptíveis na charge se materializam por meio da escrita e do desenho, sendo a síntese olho-ouvido resultante o vestígio que testemunha e registra a concorrência de signos sociolinguísticos, culturais, ideológicos, psicológicos presentes a um só tempo nesse tipo de produto cultural (FLÔRES, 2002).

Ao defender a charge enquanto elemento linguístico, Flôres abre um leque de discussão a respeito dos sentidos que as ilustrações trazem. Porém, acima de tudo, vale chamar a atenção para o fato que a autora ressalta que a charge é um signo sociolinguístico, apesar de não ser a intenção do autor de enveredar pelos meandros da semiótica. Todavia, a afirmação da teórica é plausível para a intenção deste trabalho, pois, a charge enquanto recurso gráfico de opinião jornalística no tratamento de notícia é ideológico e, todo signo é ideológico, como confirma Bakhtim.

Um produto ideológico faz parte de uma realidade (natural ou social) como todo corpo físico, instrumento de produção ou produto de consumo; mas, ao contrário destes, ele também reflete e refrata uma outra realidade, que lhe é exterior. Tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, tudo o que é ideológico, é um

signo. Sem signos não existe ideologia (BAKHTIN, 1997 *apud* MIANI, 2012).

Para não ficar não ficar solto, nem aprofundar no conceito teórico sobre signo linguístico, pois este possui vários desdobramentos, a conclusão do próprio Bakhtin (1997 *apud* MIANI, 2012) dá um norte ao leitor, ainda que incipiente, sobre o contexto comunicacional da charge: “A existência do signo nada mais é do que a materialização de uma comunicação. É nisso que consiste a natureza de todos os signos ideológicos.”.

Por tanto, as palavras de Onici Flôres sobre a charge ser uma manifestação de linguagem, mais precisamente, a linguagem do desenho (linguagem não verbal) em diálogo com a linguagem escrita, confere ao desenho em questão, poder argumentativo, sentido ideológico, além da potencialidade de persuadir.

O componente linguístico é co-responsável, juntamente com os componentes gráfico e imagético, pelo grau de informatividade e poder argumentativo, persuasivo da mensagem. A charge constitui-se, em sua face visível, de uma amalgama de sentidos, de intenções, de crenças, permitindo-nos captar a dinâmica do encontro entre a população e os "dizeres e pensares" coexistentes no entorno social (FLÔRES, 2002).

Em sua potencialidade de sentido ideológico, a charge serve como instrumento de denúncia social, crítica política, disseminação de hábitos culturais e ajuda, acima de tudo, a reforçar certos estereótipos sociais. Imagine os políticos, por exemplo, dificilmente eles têm a sua imagem pública retratada de forma branda ou positiva. É sempre num teor de crítica. Para muitos especialistas, a charge se dedica, quase que exclusivamente a atacar os “homens de colarinho branco”.

Mais uma vez, Flôres faz um diagnóstico bastante esclarecedor sobre a charge e suas implicações.

O conteúdo da charge desnuda a reação ao *status quo*; a aquiescência, a convivência, o conflito, o choque, a rejeição, a oposição, o contraditório. Tipo de *sui-generis* mostra e conta, ao mesmo tempo, os conflitos sociais. Contém grande potencial de questionamento crítico e de confronto de opiniões a respeito da organização social, dos arranjos políticos e da disputa pelo poder. Sua temática, em geral, versa sobre o cotidiano – questões sociais que

afligem, irritam, desgostam, confundem. Essas questões focalizam os universos de referência do público, expondo testemunhos, registrando perplexidades, apontando falhas, satirizando pontos de vista, desvelando motivações ocultas, introduzindo questionamentos. Por natureza é polêmica (FLÔRES, 2002).

Por tanto, o enquadramento de análise sobre a charge pode ser através de vários aspectos ideológicos e culturais. No entanto, como instrumento questionador do *status quo*, a charge é uma arma poderosa de crítica política, como argumentou Miani.

Podemos afirmar que a charge é uma representação humorística de caráter eminentemente político que satiriza um fato ou indivíduo específicos; ela é a revelação e defesa de uma ideia, portanto, de natureza dissertativa, traduzida a partir dos recursos e da técnica da ilustração (MIANI, 2012).

O fato de a charge ter forte caráter político faz muito sentido, pois, o modelo cômico de ilustração gráfica se popularizou nos jornais, como explica Marigoni:

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 *apud* MIANI, 2012).

O fato das charges terem se popularizado em jornais faz muito sentido, se for levado em consideração, que muitos veículos faziam e fazem uso do talento e da popularidade dos chargistas para se posicionar contra governos ou partidos políticos. É por isso, que em regimes antidemocráticos, os chargistas são até mesmo perseguidos.

No caso do Brasil, o período militar foi extremamente difícil para artistas como Ziraldo, Jaguar e Millôr Fernandes. Os três ilustradores, ao lado de outros artistas, ajudaram a fundar em 1969, O Pasquim, que se opunha ao regime imposto pelos militares. O jornalista Antero Leivas faz uma síntese da importância desse veículo a época dos chamados anos de chumbo e suas polêmicas publicações:

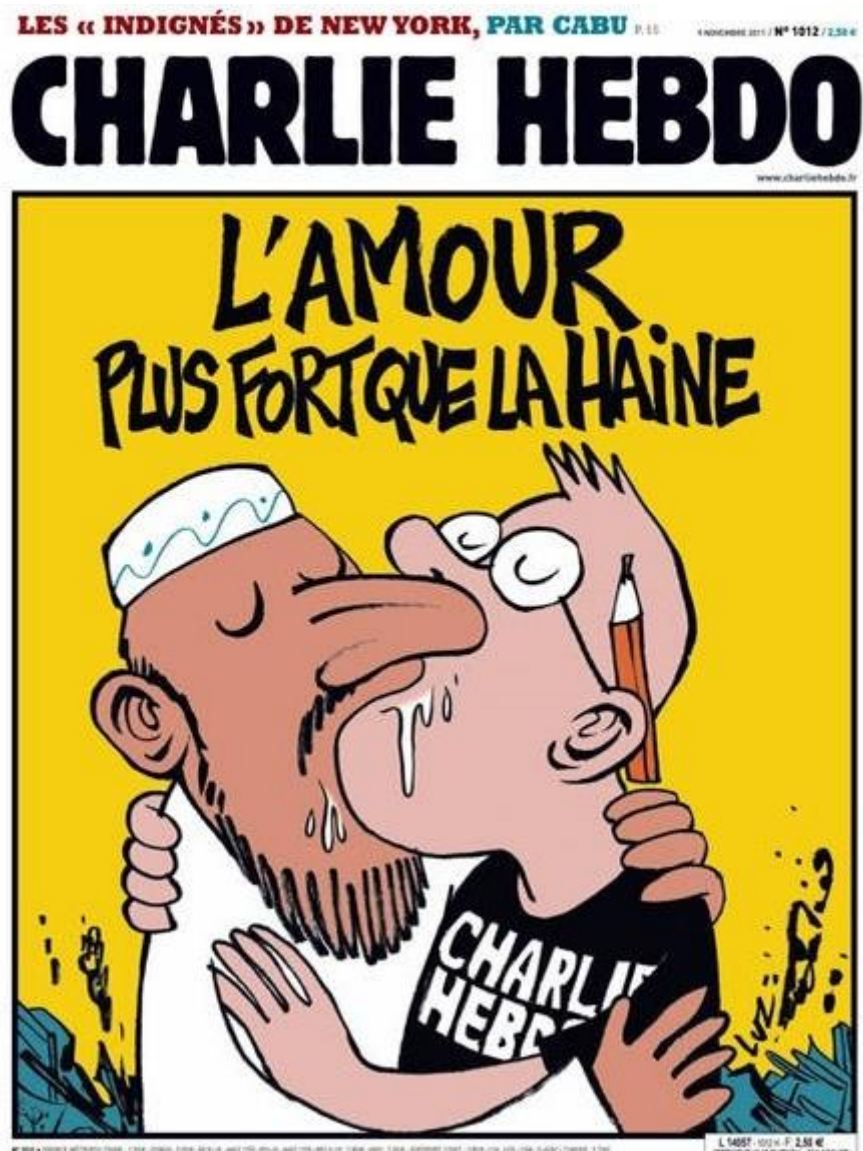
Ziraldão, ao lado do Jaguar, Millôr Fernandes, Henfil e de outras feras do jornalismo e do humor combativo brasileiro, fundaria quem sabe o veículo de maior importância na imprensa brasileira do período militar: O Pasquim, cuja primeira edição data de 26 de junho de 1969. Um hebdomadário nascido livre e formador de opinião num país reprimido por uma ditadura militar e que em 1970, por conta de uma entrevista com a atriz Leila Diniz, entrou na mira da censura oficial, culminando com a prisão da equipe inteira por conta de uma charge do famoso quadro de Pedro Américo com Dom Pedro I às margens do Ipiranga (LEIVAS, s/ data).

A charge enquanto linguagem tem o poder de satirizar, ironizar, fazer chacota, denunciar e reivindicar, entre outras marcas ideológicas. É pelo seu aspecto contestador alçado através de um humor ferino, que às vezes, ela provoca a ira da censura de um país ou de um segmento da sociedade. Basta lembrar o caso dos chargistas da revista francesa Charlie Hebdo, que foram mortos em Paris, em 07 de janeiro deste ano, por publicarem charges que faziam referência ao profeta Maomé.

O periódico francês é um bom exemplo sobre o poder de denuncia social da aparentemente ingênua e engraçada charge, por contestar valores sociais, considerados pelo chargista ou pelo editorial do veículo, como ultrapassados. Em matéria feita a Folha de São Paulo, João Batista Natali descreve como a Charlie pauta seus temas:

Um dos pressupostos editoriais da publicação estava no fato que, pura e simplesmente, não prestava aquilo que era institucionalmente sério, em termos de política ou de costumes. Certos almanaques publicados periodicamente davam conta, com muito humor, desse recado (NATALI, 2015).

Abaixo, a capa polêmica da edição 1012, de novembro de 2011, da Charlie Hebdo, que mostra o profeta Maomé beijando cartunista com a legenda “o amor, mais forte que o ódio”, que faz uma crítica mordaz ao posicionamento do islamismo em relação ao homossexualismo que é duramente condenável pela tradição islâmica.



FONTE: <http://www.pragmatismopolitico.com.br>

A relação que a charge possui com o contexto social, a insere numa categoria de texto interpretativo. Dificilmente, o leitor irá entender a mensagem e o sentido contido no desenho se não estiver familiarizado a respeito do assunto discutido pela imprensa. Daí, o seu lugar dentro da edição do jornal, como pondera Romualdo:

Se a charge contém a expressão de uma opinião sobre determinado acontecimento, este deve ser um fato importante, com muita probabilidade de aparecer em outros textos do jornal. Isso dá ao leitor a possibilidade de relacioná-los e, até mesmo, usar esses outros textos para auxiliar na interpretação da charge. Nos casos em que as relações intertextuais se dão com textos que não estão no jornal, cabe ao leitor fazer a recuperação desses

intertextos, para inteirar-se mais profundamente da mensagem transmitida pelo texto chárigo (ROMUALDO, 2000 *apud* MIANI, 2012).

Flôres (2002) é mais contundente e faz um alerta: “a temperatura ideológica das mensagens é alta, o mostrar e o lugar social da charge tem lugar bem escrito, pressupondo um conhecimento enciclopédico considerável. Sua leitura é exigente.”. Numa acepção empírica, tendo em vista o conhecimento do contexto que a mensagem da charge quer transmitir, percebe-se através da composição gráfica atrelada ao recurso textual, a natureza dissertativa da charge, que a intenção de convencer o leitor acerca do problema social enlaçado pelo desenho. Por este prisma, o chargista é um ativista social por excelência. Essa premissa pode ser entendida nas palavras de Cangni:

[...] expor uma ideia, 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 arzoados, leitor para os seus arzoados (CANGNI s/ data *apud* MIANI 2012).

E, por último, mais não menos importante, a charge possui forte teor irônico. Só para recapitular, foi pontuado até agora as seguintes características em relação à forma de atuação das charges: a charge é opinativa, temporal, tem essência política, é ideológica, dissertativa e é irônica. É preciso que fique claro que, existem centenas ou até mesmo milhares de possibilidades de investigação da ilustração gráfica. Por tanto, não é intenção de o autor categorizar a charge somente através destes aspectos. Todavia, estas sete (o humor será referenciado mais adiante) implicações em torno do sentido da charge, atendem aos objetivos do presente trabalho.

Grosso modo, a ironia consiste em dizer o que contrário do que é pensado. E é classificada pelos literatos, como uma figura de linguagem. Mais uma vez recorrendo ao Dicionário Houaiss da língua Portuguesa, que define ironia como sendo “figura pela qual se quer fazer entender o contrário do que se diz”. Dizer o contrário daquilo que verdadeiramente acontece, é um recurso bastante usado pelos ilustradores.

Para tal, o chargista ambienta um determinado fato noticioso, em geral, relacionado à política, e depois faz um enunciado textual que se dá por meio de legenda ou pela fala dos personagens. Se o leitor estiver familiarizado com o contexto abordado, ele logo perceberá que a narrativa aludida pelo desenho vai de encontro à realidade. O exemplo abaixo ilustra melhor a maneira de como o chargista utiliza o discurso irônico para fazer uma crítica a um projeto de lei.



FONTE: <http://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/33842-charges-abril-de-2015#foto-499036>

A charge acima é de autoria do chargista João Montanaro e foi publicada na Folha de São Paulo no dia 04 de abril do ano corrente. A figura faz referência à discussão do projeto de redução da maioridade penal para 16 anos (atualmente a maioridade penal no Brasil é de 18 anos), que tramita no Congresso Nacional. O discurso irônico é pautado na realidade de muitos jovens brasileiros que estudam em escolas públicas onde faltam professores. Compõe também a narrativa, o fato do sistema carcerário não socializar o indivíduo. Segundo Montanaro, muito pelo contrário, as prisões brasileiras servem com “escola do crime”.

Daí, o lugar de fala do menino, em apontar a existência de “professores” para ensiná-los ainda mais sobre os caminhos da criminalidade. Através da contextualização da ilustração anterior, a gente pode imaginar a ironia na charge como espelho e objeto. A imagem do objeto é sempre refletida ao contrário.

Igualmente acontece no caso da charge. O personagem da ilustração anterior, por exemplo, olha para sua sina por um lado “bom”: ele tem 16 anos, tem vida criminosa, quando deveria está na escola, mas esta, dificilmente tem professor. As palavras de Castro (2005 *apud* QUADROS, 2008) ajudam a elucidar a função da ironia: “a ironia é um caso típico de discurso bivocal.

Nela a palavra tem duplo sentido: volta-se para o objeto do discurso como palavra comum e para outro discurso”. No site Pensador, da Uol, encontra-se uma declaração do saudoso Millôr Fernandes que sintetiza o tamanho “poder de fogo” que a ironia tem: “O último refúgio do oprimido é a ironia, e nenhum tirano, por mais violento que seja, escapa a ela. O tirano pode evitar uma fotografia, não pode impedir uma caricatura. A mordada aumenta a mordacidade.”.

UMA BREVE DISCUSSÃO SOBRE O PAPEL DO HUMOR E DO RISO

Do ponto de vista prático, o humor é feito para suscitar o riso, que no caso da charge, se dá por intermédio dos exageros do desenho e da comicidade da narrativa feita pelo chargista. Por isso, é de vital importância fazer uma análise, ainda que breve, dos mecanismos utilizados pela linguagem do humor. Muniz faz a seguinte constatação do humor enquanto linguagem:

Contém uma característica pragmático-discursiva non-bona-fide [grifo meu], que ‘fecha’ o texto. Para que o desfecho produza humor, principal função da piada, o leitor/ouvinte terá que buscar amparo no contexto, uma vez que a piada vai ‘brincar’ tanto com fatos linguísticos, como com fatos concernentes ao entorno sócio-cultural para veicular discursos geralmente ‘não-autorizados’ socialmente (MUNIZ *apud* LISKA, 2012).

É quase universal o pensamento que o humor torna qualquer leitura ou interpretação mais agradável e prazerosa. É por esta razão, que o texto humorístico é amplamente utilizado nas propagandas, e claro, pela charge, que nada mais é que uma manifestação de humor gráfico. No caso dos jornais, o humor contido nas charges serve até mesmo como instrumento de marketing, sendo um atrativo a mais para o leitor, como afirmou o pesquisador Miani em citação feita anteriormente neste trabalho. Mas o que torna o recurso humorístico tão interessante? Uma resposta plausível é encontrada em Bakhtin:

A linguagem do riso na cultura popular estava próxima da linguagem da praça pública, do cotidiano e do convívio familiar, mesmo entre os intelectuais, ou seja, uma linguagem principalmente baseada, podemos dizer, em gêneros primários, como, por exemplo, obscenidades, juramentos, insultos, imprecizações, grosserias, gracejos, facécias, ditos populares, debates falados, bufonarias, anedotas, etc. [...] (BAKHTIN, 2010 *apud* VALE, 2013).

Dado o exposto, o humor é um recurso que serve, principalmente, para romper convenções sociais mais rígidas. A linguagem humorística ajuda a “quebrar o gelo” e, por isso, socializa. Confere também leveza a alguns assuntos delicados, porém, pode servir com pano de fundo para uma crítica social, pois o riso gera medo. Esta constatação é encontrada em “O riso ensaio sobre a significação do cômico”, do autor Henri Bergson:

Toda rigidez do *caráter*, do espírito e mesmo do corpo, será, pois, suspeita à sociedade, por constituir indício possível de uma atividade que adormece, e também uma atividade que isola, tendo a se afastar do centro comum em torno do qual a sociedade gravita; em suma, indício de uma excentricidade. E, no entanto, a sociedade não pode intervir no caso por uma repressão material. Ela está distante de algo que a inquieta, mas a título de sintomas apenas – simplesmente ameaça no máximo um gesto. E, por tanto, por um simples ela reagirá. O riso deve ser algo desse gênero: uma espécie de *gesto social*. Pelo temor que o riso inspira, reprime as excentricidades, mantém constantemente despertas e em contato mútuo certas atividades de ordem acessória que correriam o risco de isolar-se e adormecer; suaviza, enfim, tudo o que puder restar de rigidez mecânica na superfície do corpo social (BERGSON, 1987).

Explicitar as excentricidades afirmadas por Bergson faz parte do trabalho dos humoristas que as usam, justamente, como instrumento de crítica e de policiamento social. Para exemplificar, basta recordar Chico Anysio (1931-2012), que ao dar vida a seus personagens, fazia humor de cunho crítico-social, como explica Chico Viana, em artigo publicado na revista *Língua*, em maio de 2012:

Uma das marcas do seu humor é a preocupação social, que transparece na criação de personagens como o professor Raimundo - uma crítica à situação econômica do magistério - ou Justo Veríssimo - que representa o avesso da hipocrisia dos políticos ladinos em mascarar seu desprezo pelo povo. A criação de personagens como esses reforça a concepção que tinha do humor; o riso devia fazer pensar, revelando as deformações do indivíduo e as injustiças sociais (VIANA, 2012).

Viana complementa:

Chico Anysio não teria sido o humorista que foi se não associasse a preocupação social à consciência linguística. O humor, afinal de contas, está nas palavras. O que há de risível em pessoas, fatos, situações deriva, sobretudo da forma de os representar. Para torná-los engraçados é preciso dominar uma retórica em cujo repertório se incluem figuras de linguagem, jogos vocabulares, frases de efeito, aproximação de elementos contrastantes (VIANA, 2012).

O humor como ferramenta de reivindicação social não é exclusividade de Anysio, embora, o saudoso humorista brasileiro, o fazia com primazia, segundo críticos. Na verdade, é uma das marcas do sentido da linguagem do texto humorístico, pois o riso, é uma manifestação essencialmente humana, como explica Tozzati:

E o riso, além disso, é uma necessidade social na medida em que nasce também da observação dos defeitos humanos, daquilo que é preciso mudar na sociedade. E quando se tem clareza suficiente para compreender, através do espetáculo dos erros dos outros, o ridículo de si mesmo, indica-se aí a autocrítica, ponto de partida para o autoconhecimento (TOZZATI, 2013).

Como necessidade social, o riso tem uma função. O riso serve a comunicação, como discorre a psicóloga Silvia Helena Cardoso:

É uma mensagem que nós enviamos às outras pessoas comunicando disposição para brincar, ligar-se a elas, ficarmos felizes e fazê-las felizes, mostrarmos que somos pacíficos. Nós somos criaturas que necessitamos criar estruturas sociais e viver bem. Então nós precisamos ter relações pacíficas com as pessoas ao nosso redor. O riso promove efeitos positivos em nossos contatos sociais (CARDOSO, 2002).

Do ponto de vista linguístico, a brevidade se configura como uma das principais características do ato de rir. O chamado chiste (gracejo ou faceia) provoca hilaridade por meio de uma expressão breve, como escreveu Vale, apoiado no pensamento de Freud:

Freud, após passar em revista as características dos chistes apontadas pelas autoridades, antecipa que o efeito cômico dos chistes está ligado à forma linguística e à brevidade textual que, juntas, constituem a estrutura dos chistes. Todavia, com seu espírito científico, o teórico austríaco, desejoso de demonstrar que a união da forma e da brevidade é o cerne dos chistes (VALE, 2013).

É oportuno nesse momento, finalizar essa breve análise, com o pensamento de Bergson acerca da arte da caricatura, ou seja, no caso das imagens, o mecanismo do chiste se estabelece de maneira análoga:

[...] Teremos então compreendido a comicidade da caricatura. Por mais regular que seja uma fisionomia, por mais harmoniosas que suponhamos as suas linhas, por mais flexíveis os movimentos, jamais o equilíbrio dela será

absolutamente perfeito. Discernirmos sempre a indicação de um cacoete que se insinua, o esboço de uma possível careta, enfim, certa deformação em que se desenhe de preferência a natureza (BERGSON, 1987).

CONHECENDO UM POUCO O CHARGISTA ANGELI

Arnaldo Angeli Filho, natural de São Paulo, nasceu no dia 31 de agosto de 1956. Com apenas 14 anos, publicou seu primeiro trabalho na extinta revista Senhor. Com mais de 40 anos de carreira, o ilustrador deu vida a personagens que são verdadeiros símbolos da cultura quadrinista brasileira, como Rê Bordosa, Os Skrotinhos, Meiaoito, Nanico, Walter Ego, Mara Tara e Osgarmo, Bob Cuspe, Wood & Stook, além de ser o criador da emblemática revista “Chiclete com Banana”. Por suas ilustrações de cunho político, publicadas na Folha de São Paulo, Angeli foi premiado por 12 vezes consecutivas, entre os anos de 1997 a 2008, pela HQ Mix (considerado o “Oscar” dos quadrinhos brasileiros), como melhor chargista nacional. Em 2014, a mesma HQ Mix conferiu ao chargista o título de “Grande Mestre” pelas suas contribuições aos quadrinhos no Brasil.

Sem formação superior, Angeli descobriu seu tino para o desenho, ainda muito jovem, com apenas 14 anos de idade, despertado pelo seu avô, que era ferreiro, mas desenhava portões, como conta o próprio cartunista, em entrevista a Marcelo Pinheiro, publicada pela Revista Brasileiros, em 26 de março de 2013: “meu avô era ferreiro, um trabalho que aparentemente não tem nada a ver com arte, mas ele desenhava aqueles portões art nouveau e pesquisava muito. Fazia esboços, era um tremendo desenhista e eu apreciava esse universo dele.”. Mesmo com seu talento nato, a origem social de Angeli poderia tê-lo levado para caminhos mais tortuosos, como o próprio admitiu a Pinheiro: “eu vivia em um ambiente muito propício para transformar alguém em bandido. Cheguei a tomar conta de uma banca de jornal de um vizinho, em troca de parangas de fumo. Havia um bar frequentado por traficantes ao lado da minha casa. Eu descia a escadinha do sobrado dos meus pais e dava de cara com esse ambiente todos os dias.”.

Como todo garoto de 14 anos, o jovem Angeli passava por uma fase de novas descobertas. Até aí, tudo bem. Porém, uma coisa não ia nada bem na vida do futuro cartunista: a escola. Angeli estava repetindo pela terceira vez a 5ª série do ginásio, e contou a Brasileiros, naquela oportunidade, que tinha um comportamento tempestuoso. “Fui, várias vezes, expulso da escola por questões idiotas: brigava com um menino e era advertido; batia em outro e acabava expulso. Minha mãe ficava puta comigo, mas eu não conseguia me dedicar”.

No entanto, para a sorte dos amantes das charges e dos cartuns, o destino de Angeli estava mesmo selado para o mundo das ilustrações. E foi exatamente nessa época, por conta do seu primeiro emprego, o de office-boy, que o futuro criador de “Rê Bordosa”, descobriu o centro de São Paulo, com todos os seus meandros: “Por um bom tempo, achei que minha vida e São Paulo eram só aquele mundinho da Casa Verde. Até que, aos 14 anos, atravessei o Tietê, conheci o Centro e descobri que a cidade e as experiências que ela podia me proporcionar era algo que ia muito além. O mesmo aconteceu com quase todos os meus amigos de infância – um deles, o Toninho Mendes, que tempos depois foi o editor da Chiclete com Banana – pelo mesmo motivo: o primeiro emprego de office-boy”, contou Angeli a Marcelo. Esta experiência juvenil

serviu para anos mais tarde, Angeli dar vida a um dos seus principais personagens – o Bob Cuspe: “Aquela história do Bob Cuspe no número 1 foi mais ou menos a minha história de office-boy. É claro que tem as mentiras necessárias para transformar em história...”, comprovou Angeli em depoimento à Folha Teen, em 05 de junho de 2007.

Emprestando sua expertise à Folha de São desde 1974, Angeli se considera um desenhista de imprensa. “Estou mais ligado às charges políticas atualmente. Eu sempre me classifiquei como um desenhista de humor, não um de quadrinhos ou de cartum. E fui percebendo que cada vez mais me vejo como um desenhista de imprensa. Não um desenhista que vá fazer uma "graphic novel" ou coisas assim. Vivo dentro de imprensa, eu gosto. Tanto que estou em jornal desde 1974, quando tinha 17 anos. E, na charge, desde 1975”, complementou o desenhista à Folha Teen. E é através da charge que Angeli enxerga sua maior forma de expressão para denunciar aquilo que o próprio denominou de “cultura da corrupção”: “São piadas sobre a cultura da política brasileira. É lógico que entra o Lula de vez em quando, mas eu acho que dá mais fôlego comentar a cultura da corrupção sem colocar nenhum nome ali”, justificou o chargista à FT o fato de ter desenhado pouco o presidente Lula, quando este estava no seu segundo mandato.

Em 2009, Angeli fez uma revelação à Heloísa Helvica, também da Folha de São Paulo, o motivo de ter desenhado pouco os políticos, prática esta, que é muito corriqueira entre os outros chargistas. Angeli já declarou por diversas vezes a sua descrença em relação à classe política, e por isso, o desenhista encontra na charge uma forma de rebaixá-los. Mas ao receber elogios de José Sarney, que colecionava suas ilustrações. “você é melhor”, o que o soou como uma ofensa para o chargista, que lamentou: “Busco o humor que político nenhum possa capitalizar. Aquilo foi uma derrota para mim. Mas valeu, me fez pensar mais.”.

De temperamento inquieto, transgressor e observador do cotidiano, traços de personalidade que também são adicionados aos seus personagens, que são retratados como anti-heróis, com seus enredos ambientados no caos da vida nas grandes metrópoles, regidos por perfis psicológicos anárquicos, Angeli toca em temas considerados “delicados” para os padrões sociais vigentes, como explica Nadilson Manuel da Silva, em seu livro “Fantasias e cotidiano nas histórias em quadrinhos”:

Os tabus e temas podem ser considerados como amorais pelos padrões culturais dominantes, como o voyerismo, o fetichismo, a masturbação, são tematizados frequentemente, indicando uma tentativa de oposição à moral dominante. Relacionados a esses elementos há uma ênfase em temas considerados de "mau gosto", aspectos nojentos como: o chulé, o peido, o vômito e a merda. Por exemplo, na *Chiclete com Banana* n. 10, p.25, encontra-se a seguinte mensagem: "vamos socializar o sexo solitário!" (SILVA, 2002).

E por falar na *Chiclete com Banana*, a revista lançada em 1983, que Angeli fundou com outros cartunistas, é considerado pelos fãs dos quadrinhos, como um verdadeiro primor. Em termo vendagem, a revista chegou a ter uma tiragem de 110 mil exemplares. O desenhista disse a Marcelo Pinheiro que foi através da *Chiclete* que ele se reconheceu

enquanto autor: “Desde aquela época, eu já defendia que a saída para o homem é o sexo, que só o ‘Grande Orgasmo Universal’ pode salvar a humanidade. Falava de sexo, de drogas e depois que fiz todos esses personagens, enfim, pude reconhecer que eu era um verdadeiro autor. Em pouco tempo, alcançamos marcas históricas de vendagem e chegamos a colocar 110 mil exemplares na rua”.

Outro traço marcante da personalidade do artista é o seu gosto pelo rock. Para quem conhece pelo menos um dos seus personagens, sabe que existe certa “atitude” roqueira no ideário dos mesmos. Sem contar, que a ambiência do rock lhe rendeu inúmeras experiências de vida que foram retratadas através de suas criações, além de amizades importantes na vida do artista.

“A paixão pelo rock envolvia muito mais do que música, era uma questão comportamental e também uma forma de aproximar pessoas com interesses parecidos. Um dos pontos de encontro dessa turma era o vão livre do MASP. Foi lá que conheci Roberto Piva e nos tornamos amigos. Piva foi o mentor dessa turma. Ele organizava shows e uma série de saraus de literatura beat e só aí é que fui encontrar a minha escola. Mas esse era também um período difícil, em que roqueiro brasileiro ainda tinha cara de bandido e veado. Lembro que no auge do glitter rock, eu tinha uma calça de cetim coral e andava com ela em plena Casa Verde. Me chamavam de veado, mas eu não comprava briga. Encarava essas provocações como algo legal, me sentia desafiador. Hoje, jamais vestiria aquela calça.”, contou o chargista a Pinheiro.

Mas a paixão pelo rock é correspondida: o que tem de roqueiro que admira o trabalho de Angeli, de fato, não está escrito no gibi! Prova disso, é a parceria do chargista com a banda de rock brasileira Titãs. O artista é o ilustrador da animação do clip da música “República dos Bananas”, do mais recente álbum do grupo, “Nheengatu”, lançado no ano passado. Angeli descreveu a sensação do trabalho com a banda, em entrevista ao jornal O Globo, em 19 de março deste ano. “Ver o trabalho de observação de tipos urbanos da série de tiras ‘República dos Bananas’ transformado em uma canção foi um prazer imenso. Já tinha admiração pelos Titãs e a pegada desse disco tem tudo a ver com o que desenvolvo. De uma forma ou de outra, estamos falando sobre as mesmas coisas, com a mesma indignação em relação ao cenário político e comportamental. Como uma amálgama, o clipe veio coroar essa semelhança de atitude. Eu me senti um Titã”.

Esta retratação de Angeli é uma tentativa incipiente de expressar o nível de representatividade do artista para a cultura quadrinista do Brasil. Pois, na modesta opinião do autor desta monografia, Angeli é o melhor chargista nacional. No entanto, é através desse breve esboço, que se dá a escolha de Angeli como objeto de estudo para este trabalho. A opção foi meramente pessoal, pelo fato do autor se sentir representado nos personagens de Angeli.

UM POUCO SOBRE A ELEIÇÃO PRESIDENCIAL MAIS ACIRRADA DA HISTÓRIA

As charges de Angeli que serão analisadas por este trabalho foram publicadas no jornal Folha de São Paulo, entre os dias 06 de julho de 2014 a 25 de outubro do mesmo ano, período referente à última disputa presidencial no Brasil. Por todas as suas particularidades, é necessário fazer um breve apanhado sobre a última corrida pelo Palácio do Planalto, no intuito de contextualização do problema.

Entre as eleições para presidente, a de 2014, foi a mais acirrada da história do Brasil. Oficialmente, a corrida eleitoral começou no dia 06 de julho, com três candidaturas protagonizando a disputa. A então presidente Dilma Rousseff (PT), tentava a reeleição e liderava as pesquisas de intenção de votos. O PSDB, que disputou o pleito com o PT durante as quatro últimas eleições, apostava suas fichas no senador Aécio Neves. Com recorde de popularidade em Pernambuco, onde foi governador por dois mandatos consecutivos (2006-2014), Eduardo Campos se lançava pela primeira vez candidato a presidente da república pelo PSB. As primeiras pesquisas de intenções de voto apontavam para aquilo que os eleitores brasileiros já estavam acostumados: que a eleição presidencial seria decidida mais uma vez entre PT e o PSDB. Apesar de ter seu nome bastante comentado pelos veículos de comunicação, Eduardo Campos era considerado pela imprensa como um projeto político futuro, embora, o PSB nunca tenha admitido tal condição.

Porém, um trágico acidente mexeria com a disputa. O avião de Eduardo Campos caiu na cidade de Santos, na manhã de quarta-feira, do dia 13 de agosto, vitimando fatalmente o presidenciável. Logo, um sentimento de comoção tomou conta do país. Em matéria veiculada pelo site G1, no dia 18 de agosto, a repórter Mariana Oliveira, reproduziu um trecho do discurso de Renata Campos, viúva de Eduardo, feito no mesmo dia, que tentava contornar o clima de choque pela morte precoce de Campos: “Pode parecer que nosso maior guerreiro não está na luta, mas seus sonhos estarão sempre vivos em nós. Fique tranquilo, Eduardo. Teremos a sua coragem para cuidar do Brasil”. Essa atmosfera emotiva aumentou ainda mais a expectativa do nome que iria substituir Eduardo Campos, mesmo com todos os rumores apontando para sua vice na chapa, a ex-senadora, Marina Silva. E a especulação se confirmara, usando um trocadilho infame, a candidatura à presidência caiu de avião no colo de Marina. Os institutos de pesquisas logo trataram de fazer novas pesquisas de intenção de voto, mas agora, simulando a entrada de Marina na disputa. Para surpresa de muitos, a candidata assumiu o segundo alugar das intenções de votos, deixando Aécio Neves na terceira colocação.

E, não demorou muito tempo, para Marina assumir a dianteira das pesquisas. A morte do ex-governador de Pernambuco deixou a ex-ministra do meio ambiente em evidência. Arelado a este fato, Marina Silva já havia disputado a eleição presidencial de 2010. Por tanto, já era velha conhecida do eleitorado. Porém, não foram apenas os números das pesquisas que mudaram, mas as estratégias de marketing de Dilma Rousseff e de Aécio

Neves foram refeitas. A partir de então, duros ataques foram feitos a candidata do PSB por Aécio e Dilma. Dilma queria reassumir a ponta da disputa, enquanto o candidato do PSDB precisava deixar Marina para trás se quisesse disputar o segundo turno. E a estratégia ofensiva dos dois candidatos deu certo. A candidatura de Silva se desmilinguiu e os números já demonstravam que Aécio Neves encostava, enquanto Dilma recuperava o posto de primeiro lugar nas pesquisas. E novamente a escrita se confirmou. Mais uma vez, PT e PSDB iriam decidir quem ficaria à frente do país pelos próximos quatro anos. No primeiro turno, realizado no dia 05 de outubro, Dilma teve 41,5% dos votos válidos, Aécio obteve 33,5%, com Marina em terceiro, obtendo 21,3% da preferência dos eleitores, totalizando 22.176.619 votos, segundo informações do site IG.

No segundo turno, uma verdadeira guerra eleitoral foi travada entre PT e PSDB. O senador Aécio Neves despontou a frente nas primeiras pesquisas, e para complicar ainda mais a reeleição da petista, o ex-governador de Minas Gerais recebeu o apoio de Renata Campos, além de Marina Silva, o que obrigou a equipe de campanha de Dilma a adotar, mais uma vez, uma postura ofensiva para desconstruir a imagem do tucano. A partir daí, duros ataques eram feitos de ambos os lados. Talvez, o momento mais crítico do segundo turno, foi o debate realizado pelo SBT, que teve o jornalista Carlos Nascimento como mediador. Ataques, acusações pessoais e adjetivos, como mentirosa, proferido por Aécio Neves, marcaram o evento. A eleição presidencial de 2014 contou ainda com um tempero a mais: as redes sociais. Principalmente, o Twitter e o Facebook. Eleitores de Aécio e Dilma fizeram das redes um verdadeiro campo de batalha. A disputa eleitoral era o assunto mais comentado pelos usuários, principalmente, quando uma nova pesquisa era divulgada.

No tiroteio das propagandas eleitorais, ao que tudo indica, a campanha de Dilma Rousseff parece ter sido mais assertiva. Nas vésperas do segundo turno, a candidata do PT figurava à frente do seu adversário, por uma diferença mínima. No dia 25 de outubro, a Folha de São Paulo publicou uma matéria sobre um levantamento do Ibope, com o seguinte cenário: Dilma com 53% das intenções de voto, contra 47% de Aécio Neves. Resumo da ópera: no dia 26 de outubro de 2014, Dilma Rousseff foi reeleita presidente do Brasil com 51% dos votos válidos, ante a 48% do candidato opositor. Por conta da apertada diferença numérica, as manchetes dos jornais diziam que o país estava dividido pelo fato de Dilma ter sido vencedora com ampla vantagem nas regiões norte e nordeste, enquanto Aécio Neves triunfou no sul e no sudeste.

LEITURA E INTERPRETAÇÃO DAS CHARGES DE ANGELI

A leitura e interpretação das charges de Angeli feitas por este trabalho tem como base o livro da linguista Onici Flôres, “A leitura da Charge”. Em sua análise, Flôres (2002) afirma que a mensagem da charge “dirige-se a sujeitos socialmente situados, ou seja, a sujeitos já inscritos na ideologia”. A estudiosa quis dizer que para uma leitura e interpretação do discurso chargístico, é necessário que o leitor esteja familiarizado com o entorno contextual abordado pela charge, já que a mesma está em constante diálogo com a opinião jornalística, que neste caso, é manifestada através do olhar do chargista. Por tanto, o leitor também integra o processo de construção de sentido, pois, como complementa Flôres (2002): “tornam-se receptores capazes de decodificar as referências ativadas e cooperar na construção do sentido das mesmas.”. Flôres (2002) descreve como a construção de sentido acontece:

A intervenção da charge no mundo cultural inicia-se pelo reconhecimento de significantes já existentes e, após, pelo estabelecimento de conexões, que atribuem um sentido determinado à mensagem. O texto da charge como espaço aberto ao processo de produção de sentido implica o receptor, que não é um mero ponto de chegada da mensagem, mas um elemento essencial ao processo. A interação da charge com sua exterioridade, seu leitor, dá-se através de um processo de semiose que impõe a recepção e decodificação de determinadas informações, sinais, etc. Se essas informações não se convertem em signos, não são percebidas e, nesse caso, não entram no circuito comunicacional (FLÔRES, 2002).

O reconhecimento de significantes dito pela linguista se refere ao processo de tomada de conhecimento da charge por parte do espectador. A produção de sentido acontece mediante a interpretação do leitor através do processo de semiose, que de acordo com o E-Dicionário de Termos Literários de Carlos Ceia, é a referência: “a qualquer tipo de ação do signo, a semiose gera e produz um interpretante de si mesmo, isto é, a semiose consiste na ação de determinar um interpretante.”, ou seja, no caso da charge, esta gera alguém que a interprete (leitor).

Como alertou Flôres em citação anterior, a leitura da charge é exigente, pois, exige que o interpretante tenha conhecimento que a mesma o chamou de enciclopédico. Por tanto, de posse de tal conhecimento, o leitor terá que identificar elementos narrativos, associá-los a seu conhecimento enciclopédico, e a partir daí, gerar em sua mente um significado da mensagem que poderá suscitar o riso e/ou leva-lo a reflexão, como explica, mais uma vez, Onici:

A ilustração mostra os pormenores caracterizadores de personagens, situações, ambientes, objetos. Os comentários relativos à situação representada aparecem por escrito. Escrita/ilustração integram-se de tal modo que por vezes fica difícil, senão à consideração do interdiscurso que se faz presente como memória, dando uma orientação ao sentido num contexto dado – aquele e não a outro qualquer (FLORES, 2002).

Faz-se conveniente organizar as recomendações de Onici Flôres para elaborar melhor uma estratégia de análise:

- 1- Quando o narrador atua de forma mais incisiva no texto, a narrativa mantém a distinção entre os enunciados do narrador e do personagem. Para identificar esse aspecto, Flôres aponta que o discurso do narrador aparece à parte, num retângulo, enquanto o do personagem aparece num balão, ligada a personagem enunciativa.
- 2- Flôres chama atenção para o fato que dificilmente o chargista irá adotar uma sequência de quadros para a realização da narrativa. A charge faz uma alusão sintética a um evento social, supostamente de conhecimento público, que é construída entre o autor, narrador e personagens, ou seja, a narrativa é construída instâncias discursivas textuais (da própria charge) e extratextuais (em geral, encontradas nas matérias do próprio jornal).
- 3- O papel do narrador é estabelecido por meio da própria charge, sendo o narrador responsável pela interação com o leitor. O narrador compõe o texto, distribui desenho e a escrita, estabelece o grau de participação de cada elemento linguístico, seja esta imagem ou texto propriamente dito, tipifica e define seus personagens. Cabe ainda ao narrador, estabelecer vínculos entre o texto e o contexto, sendo que este último é dependente da publicação da matéria.
- 4- As características dos personagens, suas falas, seus comportamentos irão compor o conteúdo da charge.
- 5- O autor é quem assina a produção da charge. Para Flôres, ele (o autor) possui capital social suficiente para ser responsável pelo conteúdo opinativo veiculado. É o autor que garante tempo/espço para a divulgação do texto. Por tanto, uma instância discursiva extratextual decisiva, cabendo-lhe o papel de por em cena o narrador-personagem, que se configura como instância discursiva textual. No entanto, muito raramente, o autor irá se manifestar diretamente. Indiretamente, porém, o autor escolhe a temática, estilo do texto e o enfoque assumido mediante ao uso de imagem e palavras, ou apenas por imagem (caso mais raro).

De posse destas cinco premissas, o passo seguinte consiste em assinalar quais e quantas dessas marcas contemplam as charges de Angeli no período da corrida eleitoral de 2014. A charge abaixo foi publicada no dia 06 de julho de 2014, na Folha de S. Paulo, é a primeira da série. Numa primeira assepsia, percebe-se que a figura é composta de um personagem e um fundo verde. A imagem mostra que o personagem tem pegadas em formato de ferradura (usada para proteger o casco dos cavalos). Angeli desenhou essa charge no período dos jogos da Copa do Mundo da FIFA de 2014 realizados no Brasil. Pela cor da camisa e pelo número 18, nota-se que, a figura faz alusão ao jogador Juan Zuñiga, da Seleção da Colômbia, que com uma joelhada na lombar de Neymar, em uma disputa de bola, o deixou fora da Copa do Mundo de 2014. A ação violenta do colombiano foi comparada com um cavalo (comparação muito comum no meio futebolístico) que é simbolizada com pegadas em formato de ferradura no gramado. Note que, a mensagem da charge é extremamente dependente do seu contexto. Sem o

fato noticioso é possível apenas descrever os elementos gráficos da figura, mas sem saber qual a mensagem que ela quer passar. O leitor por tanto, tem a possibilidade de buscar apoio dentro do próprio jornal para poder se ambientar, e assim, ter condições para sentir o efeito do discurso chargístico. Quando a referida charge é enquadrada pelos pontos que Flôres cita em seu livro, percebe-se o seguinte: que Angeli faz a opção uma mensagem sem balões, ou seja, sem fala de personagens, o que evidencia um destaque maior para a imagem. A assinatura do chargista, na parte superior direita, atesta que o mesmo tem capital social suficiente para garantir o conteúdo da figura. Em suma, esta charge tem forte teor imagético, o que confere uma possibilidade maior de interpretação ao leitor.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/07/06/2/>

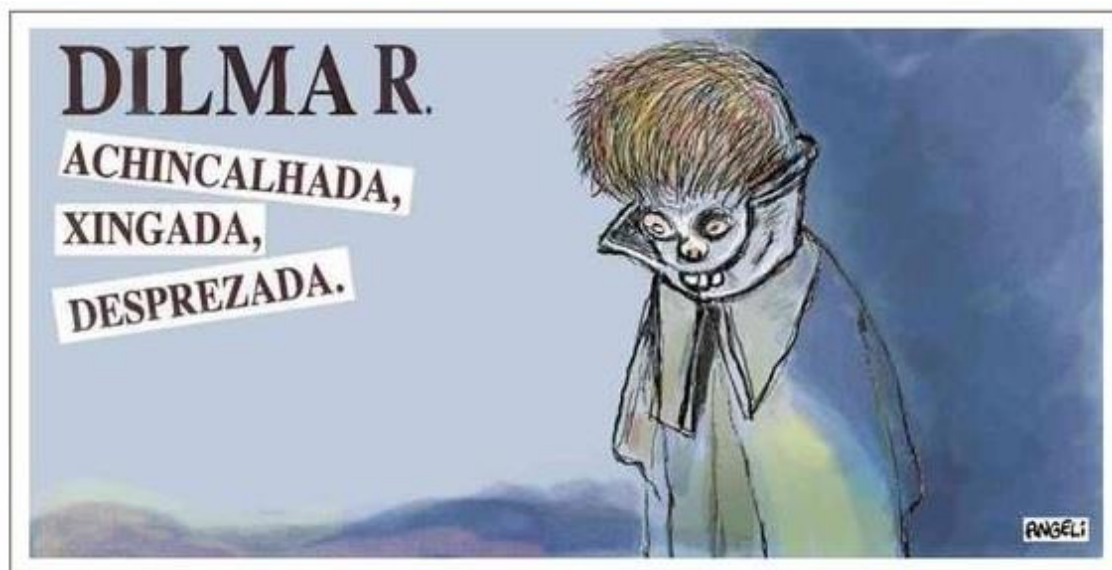
A charge abaixo, a segunda charge série foi publicada na edição de segunda-feira, do dia 07 de julho de 2014, da Folha de S. Paulo. Neste dia especificamente, o diário já noticiava que a corrida eleitoral havia começado. Mas, a cobertura midiática estava começando exatamente naquela semana. Por tanto, não havia ainda fatos relevantes para acumulação. No entanto, a crise hídrica já começava a mudar os hábitos dos paulistanos. No editorial desse dia, foi publicado o texto intitulado “Pedir votos e pedir água”. E foi exatamente esta temática, que serviu de contexto para a charge de Angeli, como pode ser visualizada abaixo. Nesta charge especificamente, Angeli, se posiciona de forma irônica em relação à postura do governador de São Paulo, Geraldo Alckmim, que chegou a negar que não havia escassez de água e que a situação estava sob controle. Daí, o título da charge: “Alckmin: a propaganda é alma do negócio”. Mais uma vez, Angeli não faz uso do recurso de balões para seus personagens, o que de acordo com os pontos de Flôres, demonstra o posicionamento mais incisivo do autor na construção do discurso chargístico. Mas ao contrário da primeira, o elemento textual é usado. Com exceção dos balões, a charge contempla todos os parâmetros descritos por Onici Flôres.

Do ponto de vista do conteúdo da imagem, a figura demonstra Alckmin desolado imerso em uma paisagem desértica e árida com uma garrafa, suspostamente de água, em uma das mãos. A paisagem faz alusão ao Sistema Cantareira que está secando.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/07/07/2/>

A terceira charge desta análise é no mínimo surpreendente. A edição da Folha de São Paulo, como a maioria dos jornais impressos do dia 09 de julho de 2014, teve como manchete, a vexatória derrota da Seleção Brasileira de futebol para Alemanha, pelo placar de 7 a 1. Por tanto, seria óbvio pensar que a charge de Angeli faria menção a este triste episódio para o nosso futebol.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/07/09/2/>

Mas ilustrador contrariou a essa expectativa. Embora tenha se agarrado à Copa do Mundo para compor o seu desenho, o chargista optou por fazer uma ilustração que se referia as vaias e xingamentos que a chefe maior do executivo brasileiro recebeu quando esteve presente para assistir aos jogos da Seleção Brasileira. Angeli opta mais uma vez em não dar fala ao seu personagem. O próprio atesta por meio de um texto-legenda que remete ao filme alemão “Eu Christiane F., 13 Anos, Drogada e Prostituída”, em que o chargista brinca ironicamente com o fato de Dilma ter descendência alemã.

Pelas três charges vistas até aqui, já se pode identificar um traço peculiar de Angeli. O cartunista tem a tendência de se posicionar como interlocutor do discurso do seu desenho, de acordo com o pensamento de Onici Flôres. A charge abaixo, do dia 11 de julho, é um exemplo deste fato. Mesmo o discurso chargístico sendo construído através de vários personagens, com cada um simbolizando uma faceta da corrupção brasileira, que é chamada por Angeli de “paraíso”, eles são nomeados, mas não possuem falas. A charge abaixo faz menção ao fato da corrupção brasileira estar presente em várias instituições no Brasil, até mesmo na venda de ingressos para os jogos da Copa.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/07/11/2/>

A quinta charge, assinada por Angeli, na edição do dia 17 de julho, atende aos cinco aspectos das características levantadas por Flôres. O conteúdo da charge se expressa, em parte, mediante a fala dos personagens. Angeli faz uso de um legenda, com o título de “discurso político”, para melhor nortear o tema do diálogo entre o narrador e o leitor. Passados 11 dias do início do período eleitoral de 2014, o chargista se posiciona com um texto que denota descrença nas promessas dos políticos. Mais uma vez, o que não pode ser deixado passar despercebido, é o fato que nas cinco charges vistas até aqui, em todas o autor se manifesta diretamente através do recurso da legenda. Outro aspecto importante a se observar na ilustração, é a forma generalista como Angeli trata seu alvo de crítica. Ele (Angeli) não faz menção a um político específico, como no caso da presidente Dilma e do governador de São Paulo, Geraldo Alckmin. O recurso irônico

mais uma vez é utilizado pelo desenhista de modo a desmascarar e encurralar o seu personagem, prática que é muito utilizada pelos chargistas, principalmente, quando o assunto é política.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/07/17/2/>

A presidente Dilma é mais uma vez retratada por Angeli, na charge do dia 20 de julho de 2014.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/07/20/2/>

Na figura acima, o cartunista utiliza da imagem de um espantalho para fazer um comparativo com a postura política adotada pela presidente a época, que segundo os

economistas, sua falta de diálogo espantava os investidores. Angeli distribui o elemento do desenho, dando mais lugar para o recurso imagético. O título da charge faz uma menção ao filme “A Noite do Espantalho”.

A charge abaixo é da edição da Folha de S. Paulo, do dia 21 de julho de 2014. O personagem criado simboliza a morte. Desta vez, o personagem se manifesta textualmente por meio de legenda que ironiza o fato de ter matado tanto a ponto de esgotar as suas “milhas”. A charge faz referência ao episódio a derruba do avião da Malaysia Airlines no leste da Ucrânia, que vitimou 298 pessoas. Do ponto de vista temático, o desenho é um indício que Angeli não se prende apenas a problemas locais, que em geral, recebe maior cobertura midiática.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/07/21/2/>

Considere a charge abaixo:



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/07/23/2/>

no dia 23 de julho de 2014, o caderno mundo da Folha de S. Paulo veiculou uma matéria a respeito de um foguete lançado pelo Hamas, facção palestina, que atingiu a região de Bengurion, Tel Aviv. Mais uma vez, o conflito entre palestinos e israelenses serviu de inspiração para os traços de Angeli. A charge traz um palestino andando sobre um chão encharcado de sangue, com uma criança nas costas. Outra vez, o grau imagético da composição da charge é maior. O elemento textual é provido pelo título, que de acordo com Onici Flôres, é a forma que o narrador se manifesta sem a necessidade do discurso do personagem.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/07/25/2/>

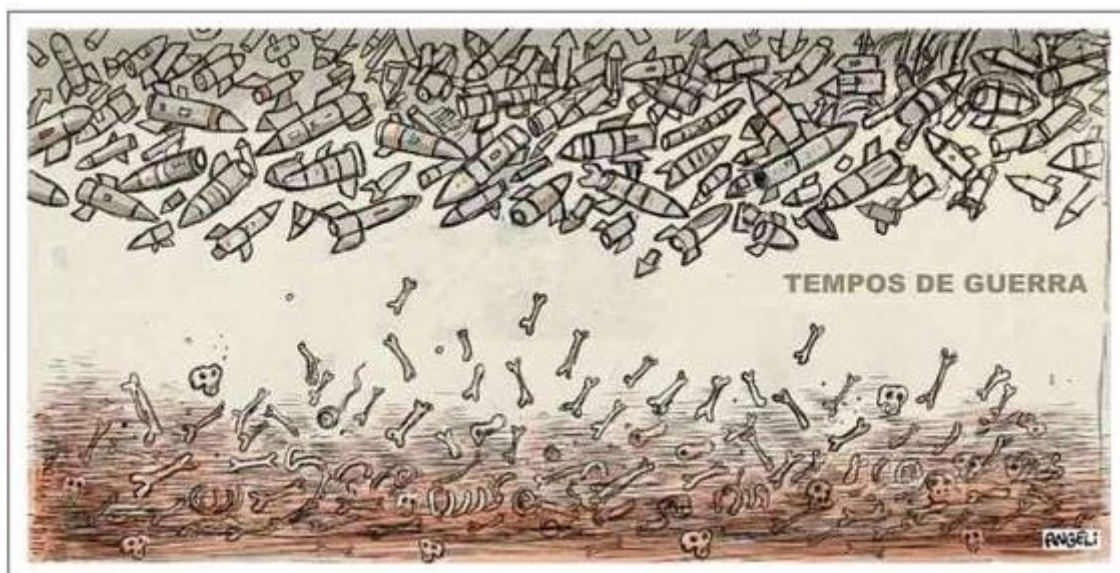
O mesmo acontece com a charge acima, publicada no dia 25 de julho de 2014, o que evidencia uma tendência das ilustrações de Angeli até aqui. O título serve para situar o leitor em relação à interpretação da mensagem que a charge quer transmitir através da cena em que, pessoas estão amontoadas em frente a uma mesa vazia, que conota a ideia de abandono, situação típica nos hospitais públicos no Brasil. A charge abaixo é do dia 31 de julho possui o mesmo diálogo de intertexto, ou seja, imagem e título. O problema da crise hídrica desperta mais uma vez o olhar do chargista. A imagem faz uma representação do governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, meio imerso em uma superfície acinzentada que remete ao Sistema Cantareira. No contexto, o narrador se manifesta através do título “o volume morto” que é simbolizado justamente por Alckmin, ou seja, o governador de São Paulo é o próprio volume morto no sentido de ser incipiente para solucionar o problema da falta de água da cidade paulistana.

Para tornar este estudo mais dinâmico, já que a configuração entre imagem versus título está sendo recorrente, é conveniente apenas pontuar a ocorrência catalogando a charge através de sua data de publicação, ticar a relação entre título e imagem, e fazer uma breve contextualização do evento social noticioso que serviu de temática para Angeli dar luz a sua charge. De acordo com Flôres, a configuração de imagem e título é um

indicativo de que o chargista se posiciona na condição de autor-narrador, não recorrendo assim, ao intermédio de fala de seus personagens. Quando a charge destoar da referida configuração, outro enquadramento será feito via recomendações de Onici Flôres. No caso da charge “O volume morto”, publicada no dia 31 de julho de 2014, é uma alusão à crise hídrica vivenciada pela cidade de São Paulo. No desenho, o governador da cidade paulistana é o próprio volume morto, imerso no Cantareira. A composição do desenho faz uma crítica inerte do tucano em resolver a problemática da falta de água.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/07/31/2/>

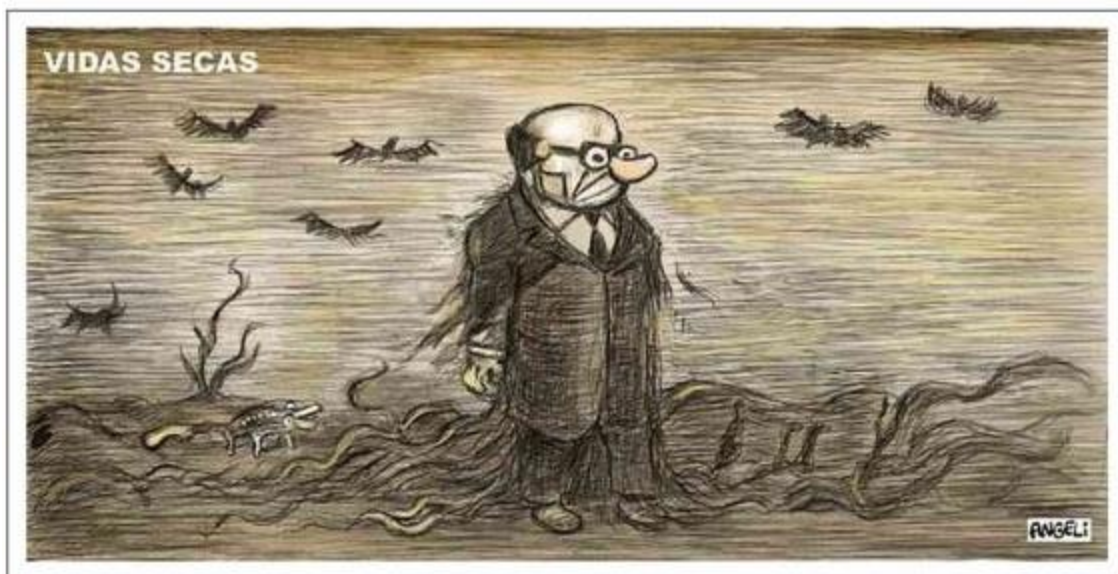


FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/08/03/2/>

A charge acima foi publicada no dia 03 de agosto de 2014. O diálogo intertextual acontece intermediado pela imagem e pelo título, já que não existem personagens. O contexto da charge “tempos de guerra” está relacionado, mais uma vez, com o conflito na faixa de gaza. A escolha da temática é um indício da autonomia que o chargista

Angeli tem na escolha dos seus temas, não se prendendo assim, ao noticiário local, já que o editorial desta edição não fazia nenhuma referência ao conflito de Gaza. O leitor, para interpretar a mensagem, deveria buscar apoio no caderno “Mundo”, na matéria “Túneis do Hamas formam segunda Gaza”.

A charge abaixo foi publicada no dia 04 de agosto de 2014. Parece que a crise hídrica enfrentada pelo governador tucano estava martelando a cabeça do desenhista. O título “vidas secas” faz uma alusão ao livro de Graciliano Ramos, um dos clássicos da literatura nacional.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/08/04/2/>

A charge abaixo, mais uma vez, faz referência ao conflito entre palestinos e israelenses.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/08/06/2/>

No dia 06 de agosto de 2014, a Folha de S. Paulo teve como matéria de capa a saída do exercito israelense da faixa de Gaza, após 20 dias de ofensiva. Pela primeira vez nesta análise, por meio de uma legenda, Angeli recorre ao discurso humorístico para dar voz a sua criação, que mostra um soldado disparando sua arma exageradamente. O elemento de humor reside no comentário “de novo! Ele esqueceu de tomar os remédios”, uma justificativa irônica para tanto sangue derramado.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/08/08/2/>

Na charge acima, do dia 08 de agosto de 2014, Angeli, mais uma vez, critica a postura de Alckmin diante da seca que assolava São Paulo. O desenho faz alusão ao Cantareira, que chegou a um nível muito crítico de seu volume, ficando extremamente seco, o que lembrava uma paisagem desértica.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/08/14/2/>

No dia 13 de agosto de 2014, o então candidato à Presidência da República, Eduardo Campos (PSB), sofreu um acidente fatal de avião. A tragédia teve a condescendência de Angeli, que fez uma ilustração (acima) que passava uma ideia de luto. Uma possível interpretação para o título “Estrelas mudam de lugar”, é forma eufemística de atenuar a morte, na crença que Campos, assim como uma estrela, iria brilhar num lugar mais sublime.

A charge abaixo, do dia 17 de agosto de 2014, faz referência à entrada de Marina Silva na corrida eleitoral. No desenho, o recurso imagético é predominante. Desta vez, Angeli nem se quer a nomeou. Mas a imagem é muito clara em sua mensagem, desde que, houvesse um mínimo conhecimento do contexto. Silva foi bastante hostilizada durante o período eleitoral, é foi esse ambiente hostil enfrentado pela candidata, que é simbolizado pelas chamas. Outro símbolo marcante na imagem fica por conta da árvore como palanque, numa referência a causa ambiental defendida pela ex-senadora, como pode ser visto abaixo:



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/08/24/2/>

Quando a disputa eleitoral começou a ficar mais tensa, esta passou a receber uma cobertura midiática mais intensa. Angeli antenado com os fatos, se posicionou de forma crítica em relação aos debates promovidos pelas redes televisão. O que mais chamou atenção dos cientistas políticos na última eleição presidencial foi o baixo teor de discussão de propostas. A estratégia dos candidatos era embasada na tática do desmascaramento e do encurralamento. Daí, a quantidade enorme de ataques pessoais, tentativas de desqualificação do projeto político alheio, o que deixava a discussão de ideias em segundo plano. A charge abaixo, publicada na Folha de São Paulo, em 28 de agosto de 2014, faz referência ao debate promovido pela TV Bandeirantes, no dia 26 de mesmo mês, e mostra um público apático em relação ao nível político do mesmo.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/08/28/2/>

Quando Marina Silva entrou na disputa eleitoral de 2014, surpreendentemente, passou a figurar como favorita naquele pleito, de acordo com as pesquisas divulgadas na época. No entanto, de acordo com seus adversários, seu plano de governo tinha pontos contraditórios. Outro aspecto negativo da campanha de Marina era o próprio PSB. Havia uma ala que aceitava a ex-senadora e outra que não. Essa discrepância partidária em relação à candidata levou o PSB a escolher um novo presidente para o partido, justamente para criar condições e clima para eleger a ex-ministra do meio ambiente como Presidente da República. A charge abaixo, de 31 de agosto de 2014, faz referência a este fato.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/08/31/2/>

Note que mais uma vez, Angeli se posiciona como autor-narrador, que segundo Flôres, acontece quando o chargista faz uso de um título ou legenda para sua charge, sem recorrer assim, a fala de um personagem.

No dia 04 de setembro de 2014, Angeli volta a publicar na Folha de São Paulo. O olhar do chargista desta vez se volta para a questão do Estado Islâmico. O leitor para interpretar a charge, deveria recorrer ao caderno Mundo, na matéria “Após decapitação, Obama diz que EUA destruirão milícia”, que abordava a decapitação do jornalista norte-americano, Steven Sotloff.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/09/04/2/>

Na oportunidade, Angeli fez uso do recurso humorístico, intermediado pela fala do algoz, que dessa vez, é o narrador da cena, como pode ser visto na figura acima.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/09/07/2/>

Como Marina Silva chegou a ser apontada como favorita para vencer as eleições presidenciais de 2014, evidente, que a imprensa acompanhava de perto suas declarações, e com Angeli não poderia ser diferente. A charge “A poda” (acima), menciona um fato delicado para qualquer político tratar num país conservador e religioso, como o Brasil: a questão dos direitos homossexuais. A candidata que afirmou desde o início de sua campanha, que integrava o que mesma denominou de “nova política”, se mostrou velha e presa a segmentos conservadores da sociedade brasileira a tratar da pauta LGBT (Lésbicas, gays, bissexuais e transexuais). Ela que afirmara que se eleita fosse, iria discutir a questão com todos os setores da sociedade, voltou atrás assim que soube da reação da igreja evangélica. Para sair pela tangente, Silva disse que era preciso discutir com mais atenção assuntos de tal natureza. “A poda” tem predominância do recurso imagético.

No dia 11 de setembro de 2014, Angeli publica na Folha de S. Paulo, a charge “Exotiquário”, como pode ser visto abaixo:



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/09/11/2/>

No desenrolar da corrida eleitoral, Dilma Rousseff voltou a ganhar força. Uma pesquisa feita pelo Instituto Data Folha, no dia 10 de setembro, publicada pela Folha de S. Paulo no dia posterior, mostrava uma pequena vantagem da candidata petista em relação à Marina Silva, que até então, liderava as pesquisas de intenção de voto. Mais uma vez, a configuração imagem e título voltam a se repetir. A força da candidata Dilma é simbolizada por uma foca maior, enquanto Marina aparece simbolizada por uma foca menor, indicativo de enfraquecimento numérico das pesquisas.

Na charge seguinte, datada do dia 14 de setembro de 2014, Angeli faz uso de dois recursos intertextuais citados por Flôres. O conteúdo da charge é composto de fala dos personagens e título. A figura “O fóssil da velha política”, abaixo, faz um discurso irônico em relação às declarações de muitos candidatos que afirmaram pertencer a uma nova classe política, rompendo com práticas antigas e conservadoras. Porém, de acordo

com olhar do chargista, o discurso político museológico, ainda está vivo e incorporado no cenário nacional.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/09/14/2/>

A charge abaixo foi publicada no dia 18 de agosto de 2014. A configuração título é predominante nesta análise. Posteriormente, serão feitas considerações sobre esse traço das charges de Angeli, além de outros aqui identificados.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/09/18/2/>

O título da charge faz menção a uma música do cantor Criolo, o que levou Angeli a dividir a assinatura da mesma. O desenho diz respeito ao comportamento violento da polícia do estado de São Paulo, daí o trocadilho “Não existe amor em SP”.

Já a charge seguinte (abaixo), do dia 21 de setembro, ao clima tempestuoso que tomou conta do período eleitoral, à medida que o primeiro turno se aproximava. Os ataques se

intensificavam, enquanto, as propostas e projetos para o país eram postos de lado. Através do recurso da legenda, Angeli narra o diálogo dos dois personagens ao avistarem uma tempestade se formando.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/09/21/2/>

Personagem quase folclórico da política brasileira, Paulo Maluf, é amplamente criticado pelos seus envolvimento em escândalos de corrupção. Os mais radicais, até o adjetivam abertamente de ladrão. Na charge abaixo, do dia 25 de setembro de 2014, Angeli faz referência ao fato de Maluf ter sido declarado como “ficha suja”, pelo TSE (Tribunal Superior Eleitoral), em sua candidatura para deputado. As mãos cheias de lama fazem referência simbólica a este fato.



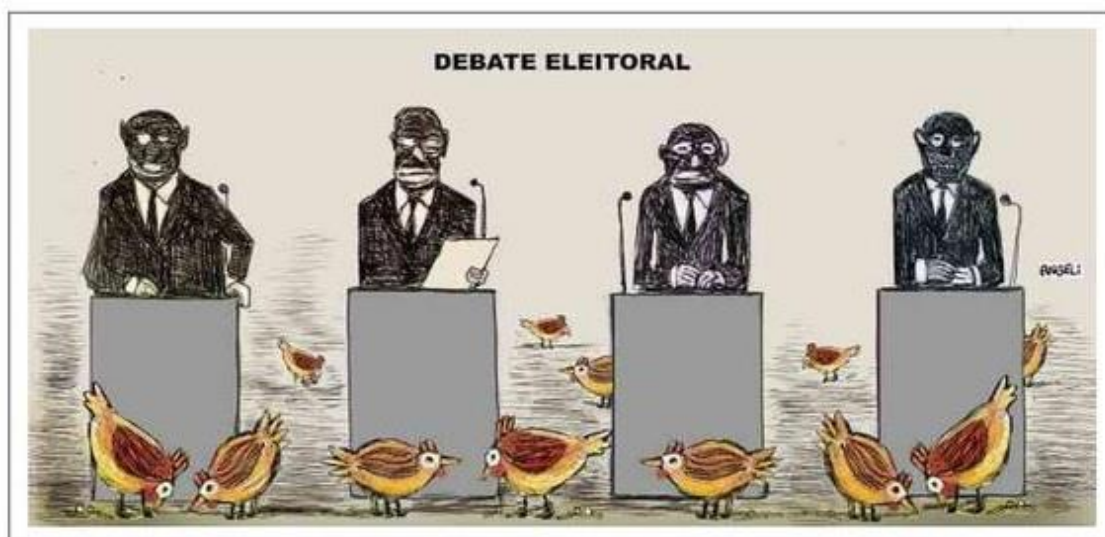
FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/09/25/2/>

Um dos motivos da campanha de Marina ter perdido força, de acordo com a imprensa, foi exatamente, as contradições de suas declarações. Como foi dito anteriormente, a substituta de Campos, dizia que integrava uma política nova, mas sua campanha tinha que atender interesses de segmentos retrógrados da sociedade brasileira. Essa falta de decisão ideológica, foi criticada por Angeli, como mostra a charge abaixo, datada do dia 28 de setembro de 2014.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/09/28/2/>

Os debates eleitorais eram sempre aguardados com ansiedade pelo público. Apesar de no quesito proposta, os mesmos ficarem devendo, no quesito troca de farpas, os debates eram recheados. A charge abaixo, publicada no dia 02 de setembro de 2014, faz uma sátira ao debate promovido pelo SBT, no dia anterior. O evento foi marcado por manifestações da plateia, ataques pessoais, candidato querendo desmascarar o outro e declarações polêmicas.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/10/02/2/>

Angeli se mostrou bem seco em relação a sua crítica. O baixo nível do debate foi simbolizado imagetivamente pelas galinhas. A charge mostra também os participantes apáticos.

Contrariando as expectativas, quem passou para o segundo turno foi o candidato do PSDB Aécio Neves. Com as barbeiragens da campanha de Marina, somados aos duros ataques da campanha de Dilma e também do próprio Aécio, o tucano acabou passando para segundo turno. Na charge abaixo, Angeli faz alusão à saída da ex-ministra, de uma forma categórica, chamando um táxi.



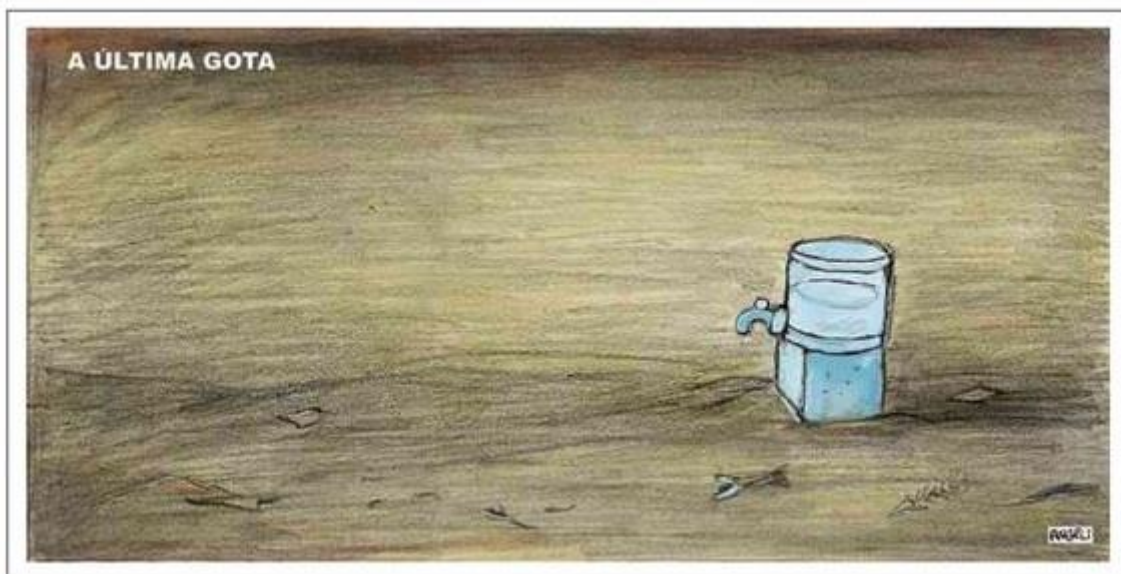
FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/10/12/2/> (31)

De candidato dado como derrotado no primeiro turno, em que, a cúpula do PSDB chegou a cogitar a desistência de sua candidatura para apoiar Marina Silva, Aécio chegou ao segundo turno apontado como franco favorito, mesmo com uma pequena margem de vantagem. Sua recuperação foi meteórica!



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/10/12/2/>

Os jornalistas sabiam que aquela eleição seria a mais acirrada de toda história do Brasil. Para vencer, era preciso disputar voto a voto. E, os mais de 20 milhões de eleitores de Marina estavam sendo alvo da campanha eleitoral tanto de Dilma, como de Aécio. A charge acima, do dia 12 de outubro de 2014, intitulada “A revoada”, explora o referido contexto. Angeli, mais uma vez, tem seus traços voltados para a crise hídrica do estado de São Paulo. O pequeno bebedouro simboliza o nível crítico que chegou o Sistema Cantareira, como pode ser visto abaixo, na charge publicada na Folha de S. Paulo, no dia 23 de outubro de 2014.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/10/23/2/>

Para fechar a série desta análise, a última charge foi publicada justamente no dia de votação do segundo turno, ou seja, 26 de outubro de 2014.



FONTE: <http://acervo.folha.com.br/fsp/2014/10/26/2/>

A crítica do chargista fica por conta a postura extremista que tomou conta dos eleitores de Dilma e de Aécio Neves. Muitas ofensas foram trocadas nesse período, principalmente, por intermédio das redes sociais. Fato este, que levou Angeli a compará-los a verdadeiros terroristas.

CONCLUSÃO

Desde seu surgimento, a charge exerceu e exerce um papel muito importante dentro do jornalismo. Utilizada pelos jornais, para tornar a leitura destes mais atrativa, os desenhos de traços exagerados passaram a atuar como um forte instrumento de material gráfico opinativo. Gerada a partir das notícias, principalmente, os fatos noticiosos que formam a chamada opinião pública, deve ser reconhecido na charge, seu alto teor dissertativo e intertextual.

Por conta disso, vale mais uma vez evocar Onici Flôres (2002), que afirmou que a temperatura ideológica da charge é alta, e sua leitura é bastante exigente. Por tanto, é impossível fazer a leitura de um discurso chargístico num contexto isolado. Para fazer sentido pro espectador, o mesmo deve estar familiarizado com o enredo noticioso que norteou a mente do chargista ao dar luz ao seu desenho. Outro aspecto importante fica por conta da temática abordada. Segundo o chargista Diogo Salles, a charge pode atuar em qualquer fato de conhecimento público, seja nos jogos de futebol ou até mesmo para fazer piada de uma gafe de um famoso. Porém, é na política que a charge tem lugar cativo. Os poderosos sempre estão na mira dos desenhistas. Miani (2012) é um dos estudiosos que defendem a natureza essencialmente política das charges.

Na questão da análise, mesmo Flôres tendo um método bastante incisivo, é muito difícil enquadrar uma charge no que diz respeito sua concepção imagética e o seu arranjo gráfico. A temática abordada também pode ser bastante variável, vai depender evidentemente, da característica do chargista. Angeli, por exemplo, tem visão universalista com os fatos que o cercam. Exemplo disto, foi o olhar do chargista para o conflito da faixa de Gaza e para os episódios extremistas do Estado Islâmico. Outro traço marcante de seus desenhos é o seu posicionamento enquanto autor-narrador. Característica apontada por Flôres na configuração entre título ou legenda para compor linguisticamente a imagem, tendo esta última, um grau predominante.

Do ponto de vista da visão cidadã de Angeli, o mesmo se mostra descrente das instituições políticas. Fato este, comprovado em seus testemunhos evidenciados neste trabalho, e também através de suas charges que tiveram seus conteúdos interpretados aqui.

Outro aspecto que vale a pena ser defendido é a opinião de Jal a respeito da formação dos chargistas. O mesmo defende a formação jornalística dos referidos ilustradores pelo fato da charge ter conteúdo essencialmente noticioso. Infelizmente, a charge ainda carece de referencial teórico que possa situá-la como um desdobramento do chamado gênero jornalístico.

No mais, tudo que foi escrito já foi dito. No entanto, este trabalho se inscreve no universo de múltiplas interpretações de questões de sentidos em constante estado de mutação.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA. Lara Monique O; OLIVEIRA. Neide Aparecida de. Gêneros jornalísticos opinativos de humor: caricaturas e charges. Lorena, Fatea, n.4, 2006.
- ARRIGONI. Mariana de Mello. Debatendo os conceitos de caricatura, charge e cartum. Londrina, UEL, 2011.
- CARDOSO. Silvia Helena. O poder do riso. Revista Cérebro & Mente. Campinas, Unicamp, 2002.
- CEIA. Carlos. E-Dicionário de Termos Literários. Disponível em: <<http://www.edtl.com.pt>>. Acesso em: 21 de maio. 2015. Não paginado.
- DUARTE. Vania Maria do Nascimento. O signo linguístico. Disponível em: <<http://www.portugues.com.br/redacao/o-signo-linguistico.html>>. Acesso em: 21 de maio. 2015. Não paginado.
- FOLHA TEEN. Sou um desenhista de imprensa. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0506200708.htm>>. Acesso em: 29 de maio. 2015. Não paginado.
- FLORES. Onici Claro. A Leitura da Charge. Canoas: Ulbra, 2002.
- GOMES. Wilson; MAIA. Rousiley C. M. Comunicação e democracia: problemas e perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008.
- HÉLVICA. Heloísa. Pele de Lobo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/serafina/sr2604200912.htm>>. Acesso em: 29 de maio. 2015. Não paginado.
- IG. Apuração – Eleição 2014. Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/eleicoes/apuracao/2014/1turno/>>. Acesso em: 01 de jun. 2015. Não paginado.
- KURTZ. Adriana Schryver; RAUPP. Eric Machado. AS CHARGES DE ZERO HORA SOBRE AS MANIFESTAÇÕES NO BRASIL: Uma análise sobre a “opinião ilustrada” do jornalismo gaúcho. São Paulo, ESPM-Sul, 2014.
- LEMOS. Ariane Barbosa; NASSIF. Mônica Erichsen. Informação e notícia: conexões no âmbito da Ciência da Informação e da Comunicação Social. Revista de Informação, Belo Horizonte, UFMG, n. 03, 2011.
- LEIVAS. Antero. O universo de Ziraldo. Disponível em: <<http://literatura.uol.com.br/literatura/figuras-linguagem/34/artigo206992-2.asp>>. Acesso em: 22 de maio. 2015. Não paginado.

LISCA. Geraldo José Rodrigues. As marcas sociolinguísticas, culturais e históricas para a/o produção/desvio do significado. Alfenas, Unifal; 2012.

MIANI. Rozinaldo Antônio. Charge: uma prática discursiva e ideológica. São Paulo, UEL, v.1, n.1, 2012.

NATALI. João Batista. Conheça a história do jornal Charlie Hebdo, alvo de ataque a tiros em Paris. Disponível em: <
<http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2015/01/1571639-conheca-a-historia-do-jornal-charlie-hebdo-alvo-de-ataque-a-tiros-em-paris.shtml>>. Acesso em: 22 de maio. 2015. Não paginado.

O GLOBO. Titãs lançam clipe da música 'República dos bananas'. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/cultura/musica/titas-lancam-clipe-da-musica-republica-dos-bananas-15645559>>. Acesso em: 31 de maio. 2015. Não paginado.

OLIVEIRA. Mariana. Viúva de Campos diz em ato do PSB que atuará 'por dois' na campanha. Disponível em: <
<http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/pe/noticia/2014/08/viuva-de-campos-diz-em-ato-do-psb-que-atuara-por-dois-na-campanha.html>>. Acesso em: 01 de jun. 2015. Não Paginado.

PINHEIRO. Marcelo. Confissões de um cartunista. Disponível em: <http://brasileiros.com.br/2012/03/confissoes-de-um-cartunista/>>. Acesso em: 28 de maio. 2015. Não paginado.

QUADROS, Cynthia Morgana Boos. As relações interdiscursivas entre a arte, a política e o jornalismo: as charges de Cao Hering. Palhoça, 2008. 131p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Linguagem) – Universidade do Sul de Santa Catarina, 2008.

QUARTO, Leonardo. Você sabe como nasce uma charge? Processo de criação demora até 24 horas 2012. Disponível em: <
http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2012/11/noticias/especiais/1376220-voce-sabe-como-nasce-uma-charge-processo-de-criacao-demora-ate-24-horas.html> Acesso em: 23 abr. 2015. Não paginado.

RABAÇA, Carlos Alberto e BARBOSA, Gustavo. Dicionário de Comunicação. Rio de Janeiro: Codecri, 1978.

RIBEIRO. Eduardo; BARONCELLI. Wilson. O humor como consciência. Disponível em: <
http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/_ed837_o_humor_como_consciencia/>. Acesso em: 19 de maio. 2015. Não paginado.

SALLES, Diogo. A diferença entre charge e caricatura 2010. Disponível em: <
<http://blogs.estadao.com.br/tragico-e-comico/2010/02/28/a-diferenca-entre-charge-e-caricatura/>>. Acesso em: 23 abr. 2015. Não paginado.

SANTOS, Richardson. Charges, cartuns e caricatura 2012. Disponível em: http://ilustradores.ning.com/group/cartum?xg_source=activity>. Acesso em: 06 maio. 2015. Não paginado.

SILVA. Nadilson Manuel da. Fantasias e cotidiano nas histórias em quadrinhos. Pinheiros: Annablume, 2002.

SOUSA. Emanuel. Gêneros e propósitos comunicativos: uma análise de editoriais de jornal. Piauí, UFPI, 2013.

TRAQUINA. Nelson. Estudo do Jornalismo no século XX. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

VALE. Rony Petterson Gomes do. O discurso humorístico: um percurso de análise pela linguagem do riso. Belo Horizonte, 2013. 280p. Tese (Doutorado em linguística) – Faculdade de Letras da UFMG, 2013.

VIANA. Chico. Do riso à crítica social. Disponível em: <<http://revistalingua.com.br/textos/79/artigo259444-1.asp>>. Acesso em: 26 de maio. 2015. Não paginado.

WEISZFLOG, Walter. Michaelis Moderno Dicionário da Língua Portuguesa. São Paulo: Melhoramentos, 2014.

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

