

**HUMOR E CHARGE NA SOCIEDADE BRASILEIRA**  
**Nilson Alves de Moraes – NEMC-IB/DSC/UNIRIO**

A pesquisa em desenvolvimento no NEMC (Núcleo de Estudo de Mídia e Conjuntura) pretende estudar Humor e Charge como linguagens identitárias e como linguagens que marcam e constituem a modernidade ocidental, influenciando o cotidiano social e individual de diferentes formas. Em nossa análise consideramos que o Humor e a Charge são considerados importantes gêneros enunciativos e estéticos, principalmente, em momentos de crise e de insatisfação diante das perspectivas que se coloca para a sociedade, grupos e indivíduos.

Nossa análise parte da perspectiva que há uma relação entre charge e humor. Charge é um gênero estético e cultural que na sociedade ocidental, principalmente a partir do século XVIII relaciona-se com a produção discursiva que relaciona-se com o humor. Podemos afirmar que nem toda charge refere-se a humor, ou busca construí-lo. Existem formas de charges -principalmente as caricaturas- que não pretendem produzir humor, por vezes remete ao processo que é o seu oposto ou negação. Elas, não são raras. Da mesma forma, existe uma relação que deve ser revista, toda charge é crítica em relação aos poderes. Da mesma forma que não existe esta relação crítica, as charges não são necessariamente revolucionárias ou comprometidas com teses ou valores populares.

Humor e Charge são modos de produção e resignificação de sentidos que interferem na compreensão dos fatos, processos e relações humanas e sociais; são modos de contextualização e estetização que descrevem, reinterpretam e reinventam através do recurso de traços que formulam sentidos e nexos as relações entre indivíduos, grupos sociais, “tipos” sociais, temas, projetos sociais, interesses ou ações específicas; são expressões de relações em mudanças ou em momento de crise; são recursos estéticos, simbólicos e imagéticos utilizadas para afirmar ou negar práticas e indivíduos que possuem capacidade de influenciar o seu tempo ou outros indivíduos e interesses.

Humor e Charge falam ou expressam a existência de diferenças e lutas, nos jornais e revistas produzem novas apresentações e confrontações em que o imagético ocupa um lugar estratégico. Humor e Charge transformam ou traduzem temas importantes em motivos de risos ou comentários divertidos os fatos, processos, fragmentos de momentos, ações e projetos individuais ou não marcados pela dramaticidade, tragédia ou prosaico que constituem ou fundamentam a realidade e as relações que cercam os indivíduos e contextos sociohistóricos. Humor e charge se transformam em mais um discurso que produz ou atribui sentido ao mundo que o cerca, constituindo uma outra visão e reflexão sobre o momento e os acontecimentos. Humor e Charge utilizam-se de diferentes recursos imagéticos e de sentidos. Observa-se que não constituem ou produzem uma mensagem velada.

Nos anos 60, análises de semiólogos e cientistas sociais chamaram atenção para a emergência de um novo modelo societário que se configurava, no chamado ocidente, um modelo social centrado no visual, no urbano e na velocidade. Ao lado do aspecto social e estético-cultural havia a afirmação de uma “sociedade do espetáculo” que despontava como uma ameaça ou uma ruptura aos padrões e modelos relacionais e racionais que orientavam as relações e concepções predominantes no mundo ocidental. A linguagem imagética começa a impor uma lógica e uma estética centrada no visual, uma cultura da imagem e, por isso, o plástico e estético despontam, inclusive dos meios impressos. Nos jornais é cada vez mais valorizada a imagem, o texto ganha crescentemente um papel secundário ou complementar o que a imagem demonstra. Nos últimos anos é possível constatar que os veículos jornalísticos mais importantes do país e do exterior possuem entre os seus quadros e editorias cartunistas contratados ou como colaboradores.

A conjuntura -ou temas predominantes socialmente- é elementos constantes na produção do Humor e da Charge. Os movimentos sociais, costumes, relações sociais entre grupos e indivíduos, tipos sociais são temas presentes em diferentes conjunturas. Ao contrário dos desenhos, as fotografias constituem importante e valorizado discurso ou enunciado jornalístico, e, nos dias atuais, os jornais estão ligados a uma rede planetária de profissionais do campo. A linguagem fotográfica é uma linguagem e um recurso gráfico crucial e cada vez mais importante na produção diária do veículo e

induz forte impacto no seu consumo e na produção dos sentidos que o jornal pretende atingir.

A produção e circulação das charges e cartoons em jornais apresenta as características que Pierre Bourdieu destacou, esta produção está subordinada a uma lógica produtiva e de circulação que não permite ilusões intelectuais ou artísticas. Trata-se de um produto dirigido a um mercado social. A conjuntura que se inicia nos anos noventa demonstra que vivemos um "período triste da sátira e da ironia, porque não há censura propriamente dita mas há uma autocensura grande, além da 'censura' econômica e das limitações dos editores".

O cartoon e a charge ganham lugar fixo nos jornais e inicialmente enfrentam preconceitos e resistências de significativas parcelas do público leitor de diversos jornais. O cartoon e a charge mexem com estereótipos, abalam instituições, provocam e desarrumam algumas idéias que – em diferentes ocasiões- o próprio veículo pretende afirmar como verdadeiro. Antônio Vasco lembra algumas controvérsias que geraram seus desenhos, sobretudo aqueles que se prendem com sexualidade e religião. Segundo o cartunista português, permanecem "muitos tabus" sobre estes temas. E as publicações, orientadas por uma lógica quase estritamente comercial, podem acabar por preferir não perturbar certas suscetibilidades - estreitando a liberdade ou o âmbito de intervenção do desenho satírico".

Humor e, em particular, Charge, possuem a capacidade de informar e expressar as tensões e expectativas que marcam pessoas, nações, culturas, artes, instituições e atores sociais e intelectuais. Humor e Charge são, a um só tempo, produtores de impactos; condensadores de formas e projetos sociais em disputa; e, por fim, instrumentos de agilização comunicacionais. Além disso, e estes são traços inconfundivelmente brasileiros, dinâmicos e coloridos.

Humor e Charge apontam alguns dos grandes desafios humanos, sociais e individuais que incomodam a importantes segmentos e pensadores. O efeito cômico que satiriza indivíduos ou processos narrados caracteriza-se por registrar, exagerar, dramatizar, estetizar detalhes e exarcebar as –chamadas- marcas identitárias. A caricatura carrega uma intenção, por vezes explícita. Humor e Charge não se

preocupam em apenas fazer rir, pretendem provocar reflexões. Humor e Charge são expressões imagéticas e discursivas que pretendem informar, explicar, interpretar e, por vezes, apresentar aspectos e projetos –individuais e sociais- alternativos para a vida e para a sociedade.

Importa destacar que Humor e Charge posicionam-se frente aos acontecimentos, expectativas e relações do seu tempo. Desta forma é usual a compreensão e a afirmação de que Humor e Charge podem falar (no sentido de expressar) mais que uma manchete, uma notícia, um editorial ou uma fotografia. Humor e Charge revelam e sintetizam num espaço e traços –por vezes, reduzidos- dimensões que muitas vezes são imperceptíveis nos fatos e processos provocando situações-sínteses.

No Brasil, Humor e Charge possuem uma história recente porém rica. Intelectuais como Kalixto, Raul Pederneiras, Ângelo Agostini, Di Cavalcanti, J. Carlos, Barão de Itararé, Millor Fernandes, Jaguar, Henfil, Ziraldo, Jésus, Péricles, Claudius, Lan, Ique, Angeli, Glauco, Chico e Paulo Caruso,... entre muitos outros podem ser citados. Muitos não conseguiram sobreviver no campo e dirigiram-se para outras profissões e estratégias discursivas.

Nilson Alves de Moraes

Professor e Pesquisador do Mestrado em Memória Social e Documento e  
Departamento de Saúde da Comunidade-Universidade do Rio de Janeiro

[moraes@unirio.br](mailto:moraes@unirio.br)

[nilsonmoraes@gmail.com](mailto:nilsonmoraes@gmail.com)