

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO NORTE FLUMINENSE DARCY RIBEIRO
CENTRO DE CIÊNCIAS DO HOMEM
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA POLÍTICA

A LINGUAGEM DA CHARGE NO RECORTE DO PERÍODO ELEITORAL DE 2014: OS
DITOS E NÃO-DITOS DO DISCURSO

THÉSSILA SOARES DA SILVA STELLET RIBEIRO

Campos dos Goytacazes

2017

THÉSSILA SOARES DA SILVA STELLET RIBEIRO

A LINGUAGEM DA CHARGE NO RECORTE DO PERÍODO ELEITORAL DE 2014: OS
DITOS E NÃO-DITOS DO DISCURSO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Sociologia Política.

Orientador: Prof. Dr. Vitor de Moraes Peixoto

Campos dos Goytacazes

2017

FICHA CATALOGRÁFICA

Preparada pela Biblioteca do **CCH / UENF**

034/2017

R484 Ribeiro, Théssila Soares da Silva Stellet.

A linguagem da charge no recorte do período eleitoral de 2014 : os ditos e não-ditos do discurso / Théssila Soares da Silva Stellet Ribeiro – Campos dos Goytacazes, RJ, 2017.

174 f. : il.

Bibliografia: f. 140 – 145.

Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) – Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Centro de Ciências do Homem, 2017.

Orientador: Vitor de Moraes Peixoto.

1. Charge Política. 2. Análise de Discurso. 3. Análise de Conteúdo (Comunicação). 4. Mídia e Política. 5. Eleições 2014. I. Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro. II. Título.

CDD – 324.73

THÉSSILA SOARES DA SILVA STELLET RIBEIRO

A LINGUAGEM DA CHARGE NO RECORTE DO PERÍODO ELEITORAL DE 2014: OS
DITOS E NÃO-DITOS DO DISCURSO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Sociologia Política.

Aprovada em 05 de abril de 2017.

Prof. Dr. Vitor de Moraes Peixoto
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF)
Orientador

Prof. Dr. Márcio José Melo Malta
Universidade Federal Fluminense (UFF)

Prof. Dr. Mauro Macedo Campos
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF)

Prof. Dr. Hugo Alberto Borsani Cardozo
Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro (UENF)

Campos dos Goytacazes

2017

Aos meus pais, Eriane e José Luiz, pelo amor e incentivo que sempre dedicaram a mim. E ao meu esposo Zander, pelo companheirismo, carinho e compreensão em todos os momentos.

AGRADECIMENTOS

Ao meu Deus, que me iluminou durante esta caminhada, me dando força nos momentos em que me encontrei incapaz de prosseguir.

Aos meus pais, Eriane e José Luiz, por nunca terem medido esforços para que eu chegasse até aqui e por terem me ensinado o verdadeiro valor da vida. Obrigada por tudo!

À minha irmã Kézia e a todos os meus familiares pelas demonstrações de amor e carinho, vibrando a cada conquista. Em especial aos meus amados avós, que sempre se fizeram presentes na minha trajetória, principalmente com suas constantes orações.

À minha tia Ana Lúcia, por todo incentivo e assistência nessa jornada.

À Juliana Valpasso, amiga especial que me entende e compartilha das mesmas conquistas e angústias da vida acadêmica.

Ao meu amado esposo Zander Filho, que de forma especial, me deu força e coragem, me apoiando nos momentos mais difíceis. Por todo amor e compreensão que tem me dedicado. Sua presença foi fundamental.

Ao meu orientador Vitor Peixoto, que aceitou esse desafio, me direcionando na pesquisa e acreditando que eu seria capaz.

Aos professores Mauro Campos e Márcio Malta, por terem aceitado participar da minha banca e pelas importantes considerações no momento da banca de qualificação, que ajudaram a enriquecer o meu trabalho. Em especial ao professor Márcio, por ter me ofertado o livro de sua autoria “Diretas Jaz: o cartunista Henfil e a redemocratização através das ‘Cartas da Mãe’”, e pelas dicas que foram de grande importância para a realização dessa pesquisa. Também ao professor Hugo Borsani pelas críticas construtivas nas aulas de Seminários de Dissertação e por ter aceitado participar da banca da minha defesa final.

A CAPES, pela bolsa de estudos do mestrado, que proporcionou a realização dessa pesquisa.

Aos colegas do mestrado em Sociologia Política, especialmente à Jeniffer Almeida, pelo companheirismo desde o início dessa jornada.

Aos demais professores do Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, por todo conhecimento compartilhado.

“E em nada se estampa melhor a alma de uma nação do que na obra de seus caricaturistas. Parece que o modo de pensar coletivo tem seu resumo nessa forma de riso.”

(Monteiro Lobato)

RESUMO

O presente estudo priorizou como foco de suas análises, o discurso das charges de conteúdo político dos jornais *O Globo* e *Folha de S. Paulo*, delimitando como temática e recorte temporal dessas charges, o período das eleições presidenciais de 2014. A charge, como gênero do discurso, que denota crítica, humor, sátira, tem nos suportes midiáticos, como o jornal, um veículo que alcança milhares de leitores. Neste sentido, essa pesquisa teve como objetivo a análise do discurso político de humor desses veículos no dado período histórico, marcado por uma sucessão de eventos que definiram o resultado da eleição para presidente, vista como uma das mais acirradas da história política nacional. As análises das charges foram orientadas pelas perspectivas teórico-metodológicas da Análise de Discurso de linha francesa, elucidando os sentidos presentes nos ditos, não-ditos e interditos do discurso e da Análise de Conteúdo, que proporcionou a definição de categorias de classificação das charges e a aplicação da metodologia da análise de valências, indicando resultados mais precisos e com menor grau de subjetividade. O resultado das análises apontou um número expressivamente maior de charges negativas para todos os candidatos em ambos os periódicos, confirmando a natureza crítica da charge, apesar da desproporcionalidade de ilustrações negativas para a candidata do PT. A partir dos parâmetros de ambas as perspectivas, foi possível classificar padrões, desvios, permanências de representações dessas charges, registrando esses dados. O discurso político dos jornais ao longo do período mostrou-se semelhante, embora seja possível pontuar algumas divergências. A avaliação realizada nesse estudo não se julga exclusiva ou incontestada, uma vez que considera contingentes seus resultados. Assim, o intuito dessa pesquisa foi mostrar que as charges veiculadas nos referidos jornais, no período eleitoral de 2014, apontaram tendências que configuraram as eleições para presidente no Brasil. A análise da conjuntura através das charges permite-nos resgatar um olhar diferenciado desse momento, compreendendo e desvelando sentidos, relações, tendências com base nos dados e informações alcançadas, verificando como esses jornais se posicionaram nesse jogo de correlações de forças que, no decorrer do período, sofreu grandes mudanças e reviravoltas.

Palavras-chave: Charge política; Análise de Discurso; Análise de Conteúdo; Mídia jornalística; Eleições 2014.

ABSTRACT

The present study prioritized as the focus of its analyzes the discourse of the political cartoons of the newspapers *O Globo* and *Folha de S. Paulo*, defining as thematic and temporal cut of these illustrations, the period of the 2014 presidential elections. The political cartoon, as a genre of discourse, which denotes criticism, humor, satire, has in the media's supports, like the newspaper, a vehicle that reaches thousands of readers. In this sense, this research aimed to analyze the humor political discourse of these vehicles in the given historical period, marked by a succession of events that defined the result of the election for president, seen as one of the most intense in the national political history. The political cartoons' analyzes were guided by the theoretical-methodological perspectives of the Discourse Analysis, elucidating the meanings present in the said, unsaid and interdicted of the discourse and Content Analysis, which provided the definition of classification categories of political cartoons and the application of the valency analysis methodology, indicating more precise results and with a lower degree of subjectivity. The analyzes' result pointed to a significantly higher number of negative charges for all candidates in both newspapers, confirming the critical nature of the charge, despite the disproportionality of negative illustrations for Dilma Rousseff. From the parameters of both perspectives, it was possible to classify patterns, deviations, and permanences of representations of these political cartoons, recording these data. The newspapers' political discourse throughout the period was similar, although it's possible to score some differences. The evaluation carried out in this study is not considered exclusive or incontestable, since it considers contingent its results. Thus, the purpose of this research was to show that the political cartoons conveyed in the aforementioned newspapers, during the electoral period of 2014, pointed out trends that shaped the presidential elections in Brazil. The analysis of the conjuncture through political cartoons allows us to rescue a different view of this moment, understanding and revealing meanings, relations, trends based on the data and information reached, verifying how these newspapers have positioned themselves in this game of correlations of forces that, during the course of this period, has undergone great changes and reverses.

Keywords: Political charges; Discourse Analysis; Content Analysis; Journalistic media; 2014 Elections.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Charge Dilma Rousseff e Eduardo Cunha.	29
Figura 2: Caricatura da ex-presidente Dilma Rousseff.	30
Figura 3: Cartum Graúna do Henfil.....	31
Figura 4: Esquema elementar de comunicação.	47
Figura 5: Entrevistado na maratona eleitoral, <i>O Globo</i>	112
Figura 6: Dilma e Marina após a morte de Eduardo Campos, <i>O Globo</i>	114
Figura 7: Bailão eleitoral, <i>O Globo</i>	115
Figura 8: A surpreendente virada de Aécio Neves, <i>O Globo</i>	116
Figura 9: Aécio e Dilma em ringue de boxe, <i>O Globo</i>	117
Figura 10: Os salvadores da pátria, Batman e Robin, <i>O Globo</i>	118
Figura 11: Aécio em: “o sujo falando do mal lavado”, <i>Folha de S. Paulo</i>	119
Figura 12: Dilma preocupa-se com a ascensão de Marina, <i>Folha de S. Paulo</i>	120
Figura 13: Aécio em: “esqueceram de mim”, <i>Folha de S. Paulo</i>	121
Figura 14: O fracasso de Marina e a ascensão de Aécio, <i>Folha de S. Paulo</i>	123
Figura 15: A batalha entre o roto e o rasgado, <i>Folha de S. Paulo</i>	124
Figura 16: Dilma vence o segundo turno, <i>Folha de S. Paulo</i>	125

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Sequência mensal de aparições <i>O Globo</i>	129
Gráfico 2: Sequência mensal de aparições <i>Folha de S. Paulo</i>	130
Gráfico 3: Sequência mensal de valências negativas <i>O Globo</i>	133
Gráfico 4: Sequência mensal de valências negativas <i>Folha de S. Paulo</i>	133
Gráfico 5: Número agregado das charges com valências positivas, negativas e neutras de cada candidato em <i>O Globo</i>	134
Gráfico 6: Número agregado das charges com valências positivas, negativas e neutras de cada candidato na <i>Folha de S. Paulo</i>	135

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Charge, cartum e caricatura.....	31
Quadro 2: Número agregado de valência positiva, negativa e neutra a cada candidato nos jornais <i>O Globo</i> e <i>Folha de S. Paulo</i>	135

LISTA DE SIGLAS

AAD - Análise Automática do Discurso

AD - Análise de Discurso

AC - Análise de Conteúdo

CUT - Central Única dos Trabalhadores

DOXA- Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública

FRM - Fundação Roberto Marinho

IBOPE - Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística

IESP - Instituto de Estudos Sociais e Políticos

IUPERJ - Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro

MAV - Metodologia da Análise de Valências

MDB - Movimento Democrático Brasileiro

MST - Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra

PDT - Partido Democrático Brasileiro

PMDB - Partido do Movimento Democrático Brasileiro

PRN - Partido da Reconstrução Nacional

PSB - Partido Socialista Brasileiro

PSDB - Partido da Social Democracia Brasileira

PSOL - Partido Socialismo e Liberdade

PT - Partido dos Trabalhadores

SBT - Sistema Brasileiro de Televisão

TSE - Tribunal Superior Eleitoral

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
CAPÍTULO 1. A LINGUAGEM E OS GÊNEROS DO DISCURSO	18
1.1 A função social da linguagem.....	18
1.2 Os gêneros do discurso	24
1.3 O gênero charge	27
1.3.1 Charge, caricatura e cartum.....	28
1.3.2 A história da charge.....	32
1.3.3 Charge: um gênero opinativo	37
CAPÍTULO 2. A ANÁLISE DE DISCURSO COMO CAMINHO PARA A ANÁLISE DE CONTEÚDO	43
2.1 A Análise de Discurso de linha francesa	43
2.1.1 O discurso na Análise de Discurso.....	46
2.1.2 Formação discursiva e formação ideológica	49
2.1.3 As categorias da Análise de Discurso	51
2.2 As tendenciosidades do discurso	53
2.2.1 O conceito de ideologia.....	53
2.2.2 O discurso político	62
2.2.3 Debate entre esquerda e direita no Brasil.....	67
2.3 Análise de Conteúdo	69
CAPÍTULO 3. AS MÍDIAS E SUA RELAÇÃO COM O CAMPO POLÍTICO	74
3.1 Os diversos campos midiáticos.....	78
3.2 O jornalismo e o discurso da imparcialidade.....	81
3.3 Mídia e política	89
3.3.1 O campo político e o campo midiático.....	89
3.3.2 A relação entre mídia e política no jogo político	91
3.4 O contexto político das eleições de 2014.....	98

CAPÍTULO 4. AS CHARGES POLÍTICAS DAS ELEIÇÕES DE 2014: HUMOR E IRONIA NO DISCURSO DO CHARGISTA	102
4.1 O jornal O Globo	103
4.2 O jornal Folha de S. Paulo	106
4.3 Análise de Discurso das charges.....	111
4.3.1 O Globo.....	111
4.3.2 Folha de S. Paulo.....	119
4.4 Análise de Conteúdo das charges	125
4.4.1 Análises das charges de O Globo e Folha de S. Paulo.....	128
CONCLUSÃO.....	138
REFERÊNCIAS	140
ANEXOS	146
APÊNDICE	169

INTRODUÇÃO

A conjuntura político-partidária no Brasil contemporâneo tem, nos últimos anos, convivido com situações que poderiam ser denominadas de inusitadas pelas demonstrações de corrupção, denúncias, conflitos que envolvem os personagens que circulam nos espaços da política nacional. No período eleitoral, os ânimos são acirrados e revelados nas polarizações e nos discursos inflamados.

O presente estudo tem como eixo de suas análises o período das eleições presidenciais de 2014, que teve três candidatos principais na disputa, em dois turnos. Busca analisar no corpo do trabalho, a partir do discurso da charge, linguagem que envolve ironia, crítica e humor, as tendências dos atores envolvidos nesse pleito eleitoral, que culmina com a reeleição de Dilma Rousseff.

Os estudos sobre a linguagem e suas múltiplas formas de expressão, sentidos, intenções como uma das faces desse estudo, apoia suas bases teórico-metodológicas em instrumentos como a Análise de Discurso, a Análise de Conteúdo, assim como nos aportes das pesquisas da Linguística Social, que tem como uma de suas vertentes as contribuições do teórico russo Mikhail Bakhtin. A charge foi o texto escolhido para as análises do discurso político, por tornar evidente a polifonia dessa linguagem, que articula traços, palavras, humor, possibilitando uma leitura permeada de inferências.

Por uma conjuntura complexa, com a presença constante de conflitos históricos e posicionamentos de última hora, o contexto político à época das eleições presidenciais constituiu-se em motivação para a pesquisa, sobretudo, pelo interesse da pesquisadora em decifrar ditos, interdidos e não-ditos do discurso político dos dois maiores jornais de circulação no país, *O Globo* e *Folha de S. Paulo*, conglomerados editoriais tradutores de ideologias e interesses diversos.

A charge, que tem no suporte dos jornais, uma importante fonte de apresentação dessa linguagem, através de seus criadores, traduz uma forma de expressão singular, cuja leitura exige do leitor, um esforço cognitivo na busca de elucidação. Por outro lado, ela se desvela como arte, linguagem, discurso que possui uma função crítica, geradora de reflexão sobre o tema que aborda.

Para falar desse tema rico, que envolveu muitas leituras e momentos de angústia sobre o que priorizar ao longo da elaboração do trabalho, visto as informações serem muitas e os conceitos originários de múltiplas linhas teóricas, dividiu-se a pesquisa em capítulos.

Ao analisar o percurso definido nessa pesquisa, observou-se, no primeiro capítulo, a importância de se compreender o funcionamento social da linguagem e a necessidade de situá-la em um determinado contexto sócio-histórico, possibilitando um melhor entendimento do gênero charge. A discussão sobre a história e a evolução do mesmo, sobretudo na política nacional, permite alcançar a função e a importância do discurso chargístico dos jornais no recorte do período eleitoral de 2014.

Como foi possível observar, o humor gráfico possui um histórico relevante na vida política nacional. No século XIX, as revistas ilustradas satirizavam os problemas das cidades e seus habitantes, criticando e denunciando os principais temas que afligiam a sociedade no período monárquico. Nas Repúblicas, já no século XX, as ilustrações de humor passaram a ser veiculadas pelos jornais diários, satirizando temas como política, cultura, economia e costumes. O período da ditadura militar, apesar da censura, promoveu o apogeu da charge no Brasil, tendo sido notável a participação e empenho dessa forma de linguagem a serviço da redemocratização.

A revisão histórica da charge nos permite depreender sua função como um gênero do discurso presente, na maioria das vezes, nas primeiras páginas dos principais jornais do país, brindando os receptores com as diversas leituras sobre o cenário político contemporâneo.

No capítulo posterior, buscou-se apresentar as perspectivas teórico-metodológicas que nortearam as análises das charges: a Análise de Discurso de linha francesa e a Análise de Conteúdo. Para isto, foi realizado um retorno sobre o contexto histórico em que essas orientações se desenvolveram, assim como os instrumentos e objetivos a partir de seu emprego. A discussão sobre o histórico e o objetivo desses parâmetros permite-nos compreender sua relevância nas análises do discurso político de humor nos meios de comunicação de massa.

Ainda no capítulo dois, procurou-se discutir sobre o conceito de ideologia, questão central nas análises do discurso. Uma vez que o discurso é a materialização da ideologia, percebe-se que o discurso de todo enunciador é carregado de intenções influenciadas pela mesma, levando a crer na não existência de um discurso essencialmente neutro. Nesse sentido, verificou-se a necessidade de discutir sobre a natureza do discurso político, marcado,

principalmente, pela intenção de quem o reproduz, sejam os agentes políticos formais ou a mídia. As ideologias, assim, orientam o discurso político, demarcando tendências que, muitas vezes, se confrontam, como apresentamos ao discorrer sobre o debate entre a “direita” e a “esquerda” no país.

No terceiro capítulo, buscamos discutir sobre o reflexo da mídia no campo político. Nessa parte da pesquisa, pode-se observar a importância do impacto dos meios de comunicação de massa nas sociedades modernas. Com o advento da Modernidade, a mídia surgiu como uma das principais instituições desse processo, redirecionando as relações sociais e interferindo na prática política à luz da informação. O jornalismo, como uma das principais vertentes da mídia, possui a função social de manter o público informado, registrando os fatos e acontecimentos na sociedade, transformando-os em notícias, além de ser responsável por realizar a intermediação entre os agentes políticos e os eleitores.

Embora se trate de uma linguagem técnica, que busca a objetividade de seus textos, o discurso do jornalismo é ideológico, portando no material que veicula a intenção da empresa e do profissional, de acordo com o contexto. O jornal é visto como o principal suporte da charge política, que é reconhecida como uma das manifestações mais fortes e originais desse veículo. Ao apresentar uma perspectiva satírica da conjuntura, a charge contribui para a conscientização política e para o diálogo do público com os detentores do poder. Deste modo, os meios de comunicação de massa atuam como agentes efetivos na vida política, especialmente nos períodos eleitorais. Neste mesmo capítulo, procurou-se realizar uma breve apresentação do contexto político das eleições presidenciais de 2014, assim como dos eventos precedentes que foram vistos como cruciais, influenciando o desenrolar das eleições no dado período histórico.

Finalmente, o quarto capítulo e ponto principal desse trabalho, consiste na realização das análises do *corpus* por meio das orientações teórico-metodológicas propostas. No entanto, antes das análises, buscamos discutir sobre a história e representação dos jornais *O Globo* e *Folha de S. Paulo*, suportes das charges selecionadas, bem como apresentar seus respectivos cartunistas, autores do discurso político de humor desses veículos.

Como parte do processo metodológico, foram realizadas as análises orientadas pelos parâmetros da Análise de Discurso, cujo *corpus* foi composto por doze charges, seis de cada jornal, que representaram os principais momentos do período das eleições presidenciais. A opção por um número reduzido de ilustrações se deu pelo fato de a AD privilegiar um método

que vai além dos limites linguísticos do texto, buscando analisá-lo mais profundamente. Sua orientação teórico-metodológica examina os efeitos de sentido do discurso situando-o em seu contexto social e político. Assim, as análises elucidaram os sentidos presentes nos ditos, não-ditos e interditos do discurso político das charges, amparados na subjetividade manifesta dos autores.

Em seguida, as análises realizadas a partir da perspectiva teórico-metodológica da Análise de Conteúdo contaram com um *corpus* constituído por 127 charges, que retrataram as eleições presidenciais de 2014, somadas dos dois jornais, publicadas durante todo o período. A AC proporcionou o exame de todo o banco de charges de modo mais preciso e efêmero, uma vez que constitui-se como um método mais rígido, definindo categorias de classificação do texto, exigindo menor grau de subjetividade. As análises do conteúdo das charges possibilitaram a elaboração de gráficos que puderam elucidar melhor os resultados auferidos, a partir da classificação das valências - positiva, negativa ou neutra - dessas ilustrações.

A partir das análises realizadas no capítulo quatro, pôde-se compreender o discurso político de humor dos jornais definidos, classificando padrões, desvios, permanências de representações dessas ilustrações e registrando esses dados. Ao examinar o leque de charges publicadas no dado momento, foi possível alcançar a construção desse discurso, indicando o comportamento de ambos os veículos de acordo com o desenrolar dos eventos que marcaram o período eleitoral.

Constituindo-se como uma linguagem complexa que busca contribuir com o processo cognitivo dos leitores, provocando a formação de indivíduos críticos e reflexivos, verifica-se a necessidade de incitar uma reflexão sobre o emprego do gênero charge na análise política, visto a pouca quantidade de estudos sobre essas ilustrações de humor no campo da Sociologia Política.

Diante de tais argumentos, acredita-se que a análise da conjuntura sociopolítica por meio dos desenhos de humor nos permite obter uma abordagem diferenciada do dado período histórico, demonstrando que as charges veiculadas pelos jornais *O Globo* e *Folha de S. Paulo* apontaram tendências que configuraram as eleições presidenciais de 2014. Essas ilustrações revelam a polarização de ideias no então momento, em que a correlação de forças esteve bem representada no humor satírico e crítico dos charginistas.

CAPÍTULO 1. A LINGUAGEM E OS GÊNEROS DO DISCURSO

As abordagens desse capítulo inaugural, que têm por objetivo a linguagem como discurso, buscam discutir a importância dos estudos linguísticos, semióticos e da análise do discurso, como campos de estudo da(s) linguagem(ns), aqui vistas no plural, por envolverem concepções de ordem ética, estética, gráfica, artísticas, culturais, e outras.

A língua é o dado cultural que confere identidade ao grupo de falantes, com toda a carga histórica que a acompanha, logo, não pode ser vista a partir de fatos linguísticos isolados, na medida em que se concretiza nos diversos contextos da comunicação humana. Já a linguagem é a forma como os sujeitos se comunicam ao produzirem sentidos nos outros discursos.

No momento em que o linguista e filósofo suíço Ferdinand de Saussure parte do princípio de que a língua é um fato social, representada na visão dicotômica entre a língua e a fala, ele avança na direção da associação entre a língua e o ato comunicativo, mas não aprofunda essa questão, quando deixa de visualizar a língua concreta, viva na voz dos falantes e polifônica na multidimensionalidade dos contextos e significados que sugerem os discursos contemporâneos.

É o teórico russo Mikhail Bakhtin quem avança nos estudos sobre a linguagem ao formular a teoria do enunciado, com base na interação social, em que o interlocutor do discurso exerce papel ativo no ato da comunicação, ou seja, na configuração dos significados. Estes comentários mostram a íntima ligação entre o linguístico e o social, além de apontar a natureza dialógica da palavra que se faz discurso nas múltiplas vozes da enunciação.

Ao apontar a função social da linguagem presente na diversidade dos gêneros textuais que circulam no mundo contemporâneo, o capítulo vai analisar os gêneros do discurso, a partir da visão bakhtiniana, com enfoque no gênero charge, objeto central desse estudo acadêmico. Assim, após a discussão teórica sobre a linguagem e os gêneros do discurso, o capítulo também busca discutir sobre a história e a relevância da charge na política nacional.

1.1 A função social da linguagem

A linguagem falada constitui-se desde os primórdios da humanidade, como forma básica de comunicação entre os seres humanos e, mesmo que a linguagem não-verbal, presente nos

gestos e movimentos corporais, também transmitisse mensagens, a capacidade humana de se comunicar pela fala, caracterizou a humanidade da espécie.

Esse comentário revela a função primordial da língua: a comunicação e, mesmo que durante séculos, a linguagem tenha permanecido aprisionada às regras morfológicas, sintáticas, abstratas e ao uso restrito da fala aos valores morais ortodoxos. Na contemporaneidade, a linguagem que é enunciação, discurso e realidade comunicativa encontra sua gênese no diálogo entre homens.

Sobre isto, Brandão diz:

Essa visão da linguagem como interação social, em que o outro desempenha papel fundamental na constituição do significado, integra todo ato de enunciação individual num contexto mais amplo, revelando as relações intrínsecas entre o linguístico e o social. O percurso que o indivíduo realiza até o ato da enunciação é orientado socialmente na adaptação ao contexto imediato e aos interlocutores concretos (BRANDÃO, 2012, p. 8).

O que a autora considera nesse comentário, é o fato de que a linguagem como lugar dos sentidos, só cumpre sua efetiva missão no dialógico, que articula pensamento e linguagem nos diversos contextos de produção. Sendo assim, como um sistema de significação da realidade, a linguagem é um distanciamento entre a coisa representada e o signo que a representa e é nessa distância entre o que é representado e o signo que o representa, que a linguagem é atravessada pela ideologia, conceito que faz parte dos estudos linguísticos e semióticos que são partes das análises do discurso.

Quando diz que a linguagem como discurso é interação que se revela em um modo de produção social, Braga apud Brandão (2012) diz que a linguagem não é neutra, inocente e nem natural, sendo, por este motivo, o lugar privilegiado de manifestação da ideologia. Nessa perspectiva, é possível dizer que a linguagem é o “locus” do confronto ideológico, das intersubjetividades em conflito, não podendo ser analisada fora do contexto social, visto ser processo histórico-social, que envolve memória, ideologias, vivências individuais e coletivas.

Estes comentários são reveladores de que as condições de produção da linguagem, incluindo seus suportes, são condições para que haja comunicação. Conforme analisa Orlandi (2001, p. 30), as condições de produção compreendem fundamentalmente os sujeitos e a situação, assim como a memória e a forma como ela é associada por meio de imagens mentais, tendo “(...) em vista o contexto imediato que incluem o sócio-histórico e o ideológico”.

Quando comenta que o papel da ideologia é produzir evidências, colocando o homem na relação imaginária com suas condições materiais de existência, Orlandi (2001) quer dizer que a ideologia é condição para a constituição do sujeito e dos sentidos, na medida em que o sentido é uma relação determinada do sujeito, afetado pela língua, com a história, materializado no gesto de interpretação. Assim, como não há discurso sem sujeito, não há sujeito sem ideologia (Pêcheux, 1995).

A ideologia como é concebida na sua relação com a linguagem e, tendo em vista os estudos linguísticos contemporâneos, de acordo com Orlandi (2001) e Brandão (2012), não é vista nas visões da construção do conceito ao longo dos tempos, visto que não pode ser concebida como conjunto de representações, como visão de mundo ou como ocultação da realidade. “A ideologia, enquanto prática significativa, aparece como o efeito da relação necessária do sujeito com a língua e com a história para que haja sentido (ORLANDI, 2001, p. 48)”.

Bakhtin (2014, p. 51) é enfático ao afirmar que “(...) um discurso se produz sempre para outro sujeito, sendo que esse outro é constituído imaginariamente pelo sujeito-autor em um processo de antecipação de contrapalavras”. O autor ainda vai além quando diz que a compreensão de cada signo, interior ou exterior, efetua-se em ligação estreita com a situação em que ele toma forma. Nessa perspectiva, “(...) esta situação, mesmo no caso da introspecção apresenta-se como a totalidade dos fatos que constituem a experiência exterior, que acompanha e esclarece todo signo interior. Essa situação é sempre uma situação social (BAKHTIN, 2014, p. 63)”.

Todos esses comentários mostram que a língua não pode existir fora do contexto social, visto que as interações que provocam o discurso, com sua carga ideológica e as múltiplas possibilidades de significação.

No momento em que considera que os signos só emergem do processo de interação entre uma consciência individual e outra, Bakhtin (2003) diz, em outras palavras, que o ideológico tem lugar no material social particular de signos criados pelo homem. Situa-se, portanto, entre indivíduos organizados, constituindo o meio de sua comunicação. Entende-se, assim, que os signos pressupõem um terreno interindividual, desde que se trate de sujeitos socialmente organizados que formem uma unidade social, pois para o autor, a consciência individual é um fator de base sócio-ideológica.

Bakhtin enfatiza também o aspecto dialógico da linguagem, reafirmando a natureza sociocultural do enunciado. Para o autor, todo enunciado/texto existe em relação ou em função de outros enunciados, ou seja, “(...) todo discurso traz algo do discurso de outrem e, ao mesmo tempo, é realizado e absorvido para outros e por outros (LEITE, 2011, p. 52)”. Deste modo, o enunciado, seja ele verbal ou não verbal - manifestações artísticas, literárias, etc. - sempre possui fonte em outros enunciados, pois se comunica com eles. O texto não é estático, visto como uma enunciação monológica isolada. Todo discurso, portanto, é constitutivo de uma rede complexa de inter-relações dialógicas com outros enunciados. Na concepção bakhtiniana, todo enunciado é um ato responsivo, apresentado-se, assim, como uma resposta incitada pelo contexto.

Cabe ressaltar que o dialogismo não deve ser confundido com o conceito de polifonia, também presente nos escritos do autor. Ao chamar a atenção para a polifonia, Bakhtin, em *Problemas da poética de Dostoiévski* (2013b), se refere a uma metáfora para determinar uma nova maneira de compreender e estruturar o romance, em contraposição ao romance monológico (MACIEL, 2016, p. 583). Assim, o discurso polifônico seria marcado por uma multiplicidade de vozes procedentes de inúmeros falantes e de contextos diversos. Essa pluralidade de vozes existe, justamente, por causa do caráter dialógico do texto, intervindo no mesmo.

Retomando o papel das condições de produção que constituem os discursos, é possível compreender que estes funcionam de acordo com certos fatores, entre os quais, a relação de sentidos. Logo, entende-se que não há discurso que não se relacione com outros que lhes dão sustentabilidade, bem como com saberes futuros (ORLANDI, 2001). É esse entrelaçamento entre os dizeres, em uma espécie de *continuum*, que faz do discurso um eterno criador de sentidos, que vão muito além da interação social.

A compreensão das relações sociais entre os sujeitos falantes e, conseqüentemente pensantes, foi estudada por Bakhtin e explicada por Girola (2006), quando esta diz:

Para o entendimento da relação entre a sociedade e o signo e suas múltiplas implicações, Bakhtin recorre ao conceito de “psicologia do corpo social” que, segundo a teoria marxista, consiste em um elo entre a estrutura sociopolítica e a ideologia, que se materializa sob a forma de interação verbal. A psicologia do corpo social não é um conceito metafísico, não se situa no interior dos indivíduos. Pelo contrário, ela está na troca, na palavra, no gesto, enfim no processo de comunicação (p. 322).

Esta abordagem sugere que é no social, como lugar das relações entre os homens pelo ato comunicativo e entre as relações de produção do discurso e a estrutura sociopolítica que a linguagem se faz como plano dos sentidos.

Bakhtin (2003) analisa a organização hierarquizada da sociedade e de suas relações sociais, apontando para a forte influência que este contexto tem sobre as formas de enunciação que dão origem ao discurso. Na prática social, as formas do signo são condicionadas pela organização social dos indivíduos e pelas condições em que a interação acontece, provocando uma evolução social do signo linguístico. Bakhtin (2003) propõe algumas regras para o estudo dessa evolução: não separar a ideologia da realidade material do signo; não dissociar o signo das formas concretas da comunicação social e; não dissociar a comunicação e suas formas de sua base material, que é a infraestrutura.

Esses comentários mostram que a linguagem como mediação de sentidos, entre sujeitos que se encontram em condições de enunciação, só tem real significado no âmbito da função social da linguagem, quando é possível compreender os significados nas situações concretas da relação social e da interação de seus interlocutores.

Entende-se, assim, que o signo ideológico e o signo linguístico são marcados pelo horizonte social e que, os objetos valorizados, ou melhor dizendo, aqueles que recebem a atenção do grupo social, darão origem aos signos como uma reação semiótica ideológica. Conforme sinaliza Bakhtin (2003), os signos estão ligados às condições socioeconômicas do grupo social e possuem, portanto, uma significação interindividual e um valor social. Ao compreender o signo como uma arena de luta de classes, Bakhtin se rende a importância do social na constituição do discurso e mais, mostra coerência ideológica com o discurso sociopolítico do seu tempo e do seu lugar.

A presença do social é tão evidente na teoria bakhtiniana que, para o seu autor, a língua não se transmite, pois ela dura e evolui em um processo contínuo, como já foi comentado. É por essa razão que Bakhtin (2003) considera a dificuldade que os adeptos do objetivismo abstrato têm em lidar com a dimensão sincrônica da língua, pois veem os fatos linguísticos como conformidades fixas às normas e não como fatos vivos impregnados da realidade evolutiva e suas funções sociais.

Assim, ao considerar que a enunciação tem uma natureza social, Bakhtin não só questiona o objetivismo abstrato, como também, o simbolismo individual. Para ele, não é possível visualizar a enunciação individual no sentido literal do termo, pois esta é sempre o

produto da interação de dois indivíduos socialmente situados em determinado grupo social organizado.

Ao propor um novo ponto de vista para o estudo da linguagem, Bakhtin (2003) sinaliza para a criação de uma língua, que jamais pode ser dissociada de seus conteúdos ideológicos, pois é eminentemente social, viva, ligada à evolução sócio-histórica, essencialmente sociológica e atravessada pela intencionalidade de seus interlocutores e seus contextos.

Como explica Bormann (2001):

[...] a interação constitui uma categoria que nos permite superar uma concepção de sujeito centrada na polaridade do eu e do tu, assim o centro da relação é o espaço discursivo que fica entre ambos, o que equivale dizer que o sujeito só constrói sua identidade na interação com o outro, em uma relação de alteridade e identidade. A interação está localizada na relação social, que é antes de tudo linguagem. Desse modo, os lugares sociais somente podem existir por meio de uma rede de lugares discursivos. Logo, é possível dizer que os sujeitos se constituem pela linguagem (p. 175).

É, portanto, por meio da linguagem que o homem se comunica, produz cultura, significa o mundo, atribui sentidos às representações sócio-culturais e lê e elabora textos, deixando suas marcas nas produções que constrói, sempre da posição que o define social, histórica e ideologicamente. Logo, as várias formas linguísticas de representar o que os sujeitos produzem nada mais são do que frutos das múltiplas interações que os sujeitos estabelecem para se comunicar e dizer de suas ideias, sonhos, sentimentos.

O texto como um construto histórico-social, que se dá por intermédio da linguagem com uma intenção e um sentido, independente da extensão, porque o que importa é a busca do significado. O texto é, portanto, a unidade de análise, o discurso que se abre a múltiplos sentidos, porque pode ser significado (AGUIAR, 2007). Nessa perspectiva, todo texto contém uma historicidade, uma materialidade, que pressupõe intertextos e uma interdiscursividade.

Quando se focaliza a linguagem e sua função social, os textos tornam-se objeto de análise, por conterem em si, a linguagem. Todo discurso traz em si uma dispersão de textos que, para efeito da atribuição de significados, devem ser analisados em suas formações discursivas.

Sobre o texto, Orlandi comenta:

O texto [...] é a unidade de análise afetada pelas condições de produção e é também o lugar da relação com a representação da linguagem [...] e, sobretudo, espaço significante: lugar de jogo de sentidos, de trabalho de linguagem, de funcionamento da discursividade (ORLANDI, 2001, p. 72).

A charge é, portanto, texto, discurso, que cumpre como gênero discursivo a importante função social de interagir com seus leitores, ideologicamente e transmitindo uma linguagem única, pois é irônica e permeada de humor.

1.2 Os gêneros do discurso

Ao iniciar as discussões sobre os gêneros do discurso, torna-se necessário estabelecer a distinção entre tipos textuais e gêneros textuais, tendo em vista que a concepção contemporânea de gêneros discursivos/textuais é uma contribuição recente dos estudos linguísticos, mesmo que a visão de gêneros seja bastante antiga.

Ao diferenciar tipo de gêneros textuais, Marchuschi (2002) diz que o tipo textual é caracterizado principalmente por seus traços linguísticos predominantes. É o autor quem diz que “tipo textual designa uma espécie de sequência definida pela natureza linguística de sua composição - aspectos lexicais, sintáticos, verbais, relações lógicas (MARCUSCHI, 2002, p. 60)”. O autor ainda apresenta em suas explanações os principais tipos textuais presentes nas seguintes estruturas discursivas: a narrativa, a descritiva, a expositiva e a injuntiva.

Silva (2002) analisa que sequências tipológicas variadas podem aparecer no mesmo texto, logo, o que caracteriza o tipo textual é o predomínio dessas sequências. Sobre isso, a autora diz: “(...) a percepção e apropriação dessas sequências são o resultado de uma reflexão consciente do processo de formação do texto enquanto unidade linguística (SILVA, 2002, p. 36)”.

Já Travaglia (1997, p. 112) diferencia os textos em dissertativos, narrativos, descritivos e injuntivos, segundo critérios que tomam por base a perspectiva da competência do locutor e do que aborda o ato comunicativo na interlocução. O autor ainda distingue os textos argumentativos e não argumentativos, tendo por princípio o fato do locutor se colocar concordando ou não, aderindo ou não ao discurso do seu interlocutor. É possível afirmar com base nas análises, que os textos narrativos e descritivos produzem uma representação do mundo, os dissertativos, por sua vez, analisam, interpretam, explicam e avaliam os dados da realidade.

Mas, a importante revolução na abordagem dos gêneros textuais/discursivos foi feita por Bakhtin (2003), quando em suas pesquisas sobre a linguagem, ele analisa que os gêneros textuais são formas relativamente estáveis de enunciados situados, que possuem origem nas

variadas esferas da vida social. Esses enunciados são intencionais, ideológicos, e possuem natureza dialógica, possuindo formas típicas como conteúdos temáticos e marcas de estilo.

Marcuschi (2002, p. 29) diz que “quando denominamos um gênero textual, não denominamos uma forma linguística e sim, uma forma de realizar linguisticamente objetivos específicos em situações sociais particulares”.

Bakhtin considera que os gêneros textuais, por apresentarem um caráter essencialmente funcional e comunicativo, revelam:

[...] a riqueza e a variedade de gêneros do discurso que são infinitas, pois a variedade virtual da atividade humana é inesgotável, e cada esfera dessa atividade comporta um repertório de gêneros do discurso que vai diferenciando-se à medida que a própria esfera se desenvolve e fica mais complexa (BAKHTIN, 2003, p. 279).

Nessa classificação dos gêneros textuais, o teórico russo considerou a situação e o propósito comunicativo, além dos interlocutores envolvidos no processo interacional e os aspectos contextuais, internos e externos envolvidos na comunicação. Diante das características da Modernidade, Bakhtin soube refletir sobre os novos textos, a intertextualidade, a polifonia, apontando para as novas formações discursivas.

Para Marcuschi (2002), os gêneros são uma espécie de armadura cognitiva geral que as sequências tipológicas preenchem e que podem ser bastante heterogêneas, mas inter-relacionadas, assim, tipo e gênero se interpenetram. Eles são produções linguísticas concretas, determinadas por produções sócio-comunicativas e constituem textos empiricamente realizados, cumprindo funções em situações comunicativas.

Quando o filólogo russo trata dos gêneros do discurso, ele pretende destacar sua dimensão dialógica, ou seja, “(...) o fenômeno que ocorre na esfera dos interlocutores, no efeito do diálogo, que é uma corrente ininterrupta e constante de pergunta e resposta *ad infinitum* (LEITE, 2011, p. 53)”.

A partir da compreensão da infinidade dos gêneros do discurso, pode-se afirmar que a heterogeneidade desses gêneros, que podem ser orais ou escritos, incluindo inúmeras manifestações de discurso, como a curta réplica do diálogo cotidiano e a diversidade de temas que este pode apresentar; o relato familiar; a carta; o repertório bastante diversificado de documentos oficiais; declarações públicas; horóscopo; telefonema; receitas; romances; charges; cartuns; entre muitos outros.

Silva (2007) comenta a respeito da diversidade de gêneros textuais:

Privilegiar a interação é, pois, reconhecer a diversidade textual que se manifesta na sociedade e confrontar as diferentes formas textuais no tocante à organização, finalidades, dificuldades e facilidades de produção. É, enfim, compreender e considerar as etapas de processamentos e realização que as envolve (p. 34).

Percebe-se nesse comentário que os gêneros textuais exercem mais uma função social do que discursiva propriamente dita, mesmo que sejam vistos como formações discursivas, por dependerem do contexto sócio-histórico. Em sua evolução, a humanidade produz meios de comunicação e, no momento em que imperam as novas tecnologias, a multiplicidade de gêneros surgidos desse processo evolutivo enriquece o fenômeno da comunicação contemporânea.

Segundo Aragão (2007), a sistematização do estudo dos tipos e gêneros textuais contribui para o enriquecimento da estrutura de um texto, tendo em vista, não só a heterogeneidade, assim como o predomínio de um tipo sobre outro. Para Marcuschi (2002, p. 27), compreender um texto trata-se de um processo que exige competências diversas, logo, “(...) a rigor, pode-se dizer que o segredo da coesão textual está precisamente na habilidade demonstrada no ‘fazer essa costura’ ou tessitura das sequências tipológicas, como uma armação de base, ou seja, uma malha infra-estrutural do texto”.

Quanto a Travaglia (2004), este processo propõe uma tríade - tipo, gênero, subtipo - que são caracterizados como “elementos tipológicos”, na medida em que colaboram para classificar os textos de acordo com os sentidos que eles provocam em cada contexto comunicativo com seus discursos. Travaglia comenta:

O tipo de texto corresponde ao modo de instaurar a interação, fundamenta-se, basicamente na narração, dissertação, injunção e descrição. O gênero textual exerce a função social que permite a troca por meio de um veículo específico. Já o subtexto diz respeito aos aspectos formais de estrutura e superfície linguística e aos aspectos ligados ao conteúdo (TRAVAGLIA, 2004, p. 23).

O conceito de gêneros do discurso de Bakhtin remete a uma visão plural dos sentidos do discurso no ato comunicativo. A riqueza dos gêneros contemporâneos está na sua multidimensionalidade, tendo em vista que, independente do gênero, todo texto pressupõe a intertextualidade, assim como os significados nascidos da polifonia pelos diversos sentidos dados aos contextos discursivos. Esta visão traduz diferentes olhares, fazendo com que em muitas situações um gênero assumo o outro.

Os estudos bakhtinianos sobre os gêneros do discurso traduzem, ainda, um novo olhar sobre a interpretação de textos, pois conforme analisa Orlandi (2001, p. 9), é urgente “(...)

problematizar as maneiras de ler, levar o sujeito falante ou o leitor a se colocarem questões sobre o que produzem e o que ouvem nas diferentes manifestações da linguagem”.

Hoje, através das análises de Bakhtin e outros autores, como Michel Pêcheux, sabemos que não há neutralidade nas várias formas de linguagem e que no ato da comunicação desencadeador do discurso, faz dos sujeitos da interlocução, em qualquer nível, reféns da opacidade e dos equívocos da linguagem. Os gêneros do discurso estão aí no mundo letrado e nas mais diversas formas outras de comunicação, para serem significados.

1.3 O gênero charge

Um gênero discursivo é definido a partir de certos elementos essenciais que se encontram ao expressar-se, distinguindo-o dos demais. Dentre os elementos presentes na estrutura da charge que a caracterizam como um gênero discursivo, incluem-se o texto não-verbal, a ironia, o humor e a crítica a uma personalidade, fato, ou acontecimento político. Nesse sentido, dentre os gêneros que exercem atualmente uma função social crítico-reflexiva, que instiga o leitor a pensar e desvelar sentidos encontra-se a charge, veiculada nos jornais de grande circulação no país, que será vista nesse trabalho como um discurso que realiza a crítica política, especificamente no período de eleições.

A charge é uma importante ferramenta de crítica político-social que se apresenta como um texto híbrido, articulando as linguagens verbal e não-verbal. Sendo uma manifestação sincrética, a imagem transmite a mensagem principal, sendo acrescida por um pequeno texto que a complementa. Contudo, não constitui-se imprescindível a presença do texto verbal num discurso chargístico, existindo casos em que o texto fica tão somente por conta do traço.

Embora carregue em seu discurso certo grau de informatividade, pois aborda um tema já conhecido pela maioria dos interlocutores, a charge é classificada, essencialmente, como um gênero opinativo. A carga ideológica conferida à charge pelo artista é constituída com base em diversas vozes de um debate, isto é, uma polifonia de vozes de diferentes enunciadores. De acordo com Barbosa (2003, p. 76), a composição das charges “abarcará vozes não convergentes, vozes que estão em constante tensão, impedindo sua redução a uma única visão. O texto das charges se caracteriza por adotar, ao mesmo tempo, a intertextualidade e a polifonia”.

No que tange à intertextualidade, esse é o principal processo de composição das charges, pois para compor seu texto, o chargista parte de referências e assimilações de outros

textos, como, por exemplo, reportagens e artigos presentes no jornal. Da mesma forma ocorre com o dialogismo presente em sua estrutura, pois a charge não é um texto monológico, estático, mas um texto que busca dialogar com outros textos e discursos.

Constituindo-se como um conjunto de já-ditos, a charge é caracterizada por sua interdiscursividade, uma vez que possui fontes em outros enunciados, utilizando aquilo que já foi dito para sustentar seu discurso, marcado por um contexto sócio-histórico e ideológico. Por conseguinte, a observação do interdiscurso, que sustenta o dizer da charge, nos permite identificá-la em sua historicidade, desvelando sua influência política e ideológica.

Por meio do humor irreverente, da crítica mordaz, da sátira e da ironia, essas imagens transmitem um posicionamento crítico e ideológico sobre personagens, fatos ou acontecimentos políticos. As charges dizem o que, na maioria das vezes, o texto corrido não pode ou não é capaz de dizer.

Não obstante a charge ser utilizada para retratar diversos temas do cotidiano de uma determinada sociedade - arte, futebol, consumo, ciência, etc. - devido sua popularização, sua natureza é política. A charge surgiu, essencialmente, com a finalidade de protestar e denunciar temas políticos, a título de exemplo a não liberdade de expressão.

No entanto, antes de adentrarmos diretamente na discussão sobre a função e a importância do gênero charge, bem como seu histórico na política nacional, faz-se necessária a diferenciação entre os termos charge, caricatura e cartum, os quais são comumente motivos de confusões. Conforme Teixeira (2005), o fato de reproduzirem o real através de um mesmo traço de humor contribui para que tomemos um pelo outro, contudo, cada um expressa a realidade de modo próprio, com intenções específicas para com os objetos que retratam.

1.3.1 Charge, caricatura e cartum

Apesar de utilizarmos, principalmente, o termo “charge” quando nos referimos aos desenhos críticos de humor, foi a partir do termo “caricatura” que essas ilustrações começaram a ser definidas. Segundo Cruz (2010), nos países de língua portuguesa o termo caricatura passou a denominar apenas os desenhos cômicos da face humana. Isso ocorreu devido a uma “(...) confusão etimológica, pois a palavra caricatura procede do verbo italiano *caricare* (carregar, acentuar ou exagerar) e não da palavra cara (rosto) (CRUZ, 2010, p. 1)”.

Contudo, alguns pesquisadores prosseguem utilizando os dois termos. Rodrigo Patto Sá Motta (2006), por exemplo, ao analisar a produção caricatural sobre o ex-presidente João

Goulart e os desdobramentos que culminaram no golpe militar de 1964, optou por utilizar o termo caricatura, pois, de acordo com o autor, este permaneceria a designação genérica para as diversas formas de humor gráfico.

A charge é uma ilustração humorística que estrutura sua linguagem como reflexão e crítica social. Segundo Teixeira (2005), ela é um traço de reflexão através do humor, que reproduz sujeitos reais por meio de personagens e resume conflitos políticos. Ao apresentar um personagem diferente do sujeito, através dessa diferença, a charge estaria tornando transparente e verdadeiro o que, antes, estava oculto. O humor é o principal fundamento de sua linguagem, pois é através deste que a charge transforma a notícia numa *consciência* sobre ela. Neste sentido, por abordar sujeitos e fatos específicos, a charge é compreendida como um discurso efêmero, que se perde no tempo, mas que se transforma em memória de uma época (Figura1).

Figura 1: Charge Dilma Rousseff e Eduardo Cunha.



Fonte: Gazeta do Povo (*online*), 03 de dezembro de 2015.

Quanto à caricatura, sua definição é mais abrangente, como expresso anteriormente, podendo designar, assim, diferentes manifestações gráficas de humor. Fonseca (1999) explica que a caricatura pessoal, que utiliza a deformação física e o exagero dos traços e características do sujeito, é apenas uma de suas manifestações, bem como a charge - que faz uso da caricatura em seu discurso - e o cartum. A caricatura, desse modo, nem sempre visa à

crítica, mas ao humor. Logo, não há construção de um personagem, pois seu objetivo é realizar uma cópia exagerada do sujeito (Figura 2).

Na concepção de Teixeira,

Como caricatura, se define um modo de apropriação do sujeito por si próprio, a partir de características marcantes - orelha de abano, topete eriçado, nariz grande, barriga proeminente -, capaz de provocar o riso naquele que a observa. A caricatura, ao contrário da charge e do cartum, não trabalha com dicotomias como ‘mundo real/mundo fictício’ ou ‘sujeito/personagem’, permanecendo presa nos limites da realidade, ancorada pelas dobras e bordas anatômicas do sujeito (TEIXEIRA, 2005, p. 92).

Como é possível observar, o termo caricatura é bastante abrangente e apresenta diversas definições. Entretanto, nesse trabalho optamos pelo uso da expressão “charge”, como é frequentemente utilizado em nosso país para nos referirmos aos desenhos críticos de humor presentes nos jornais.

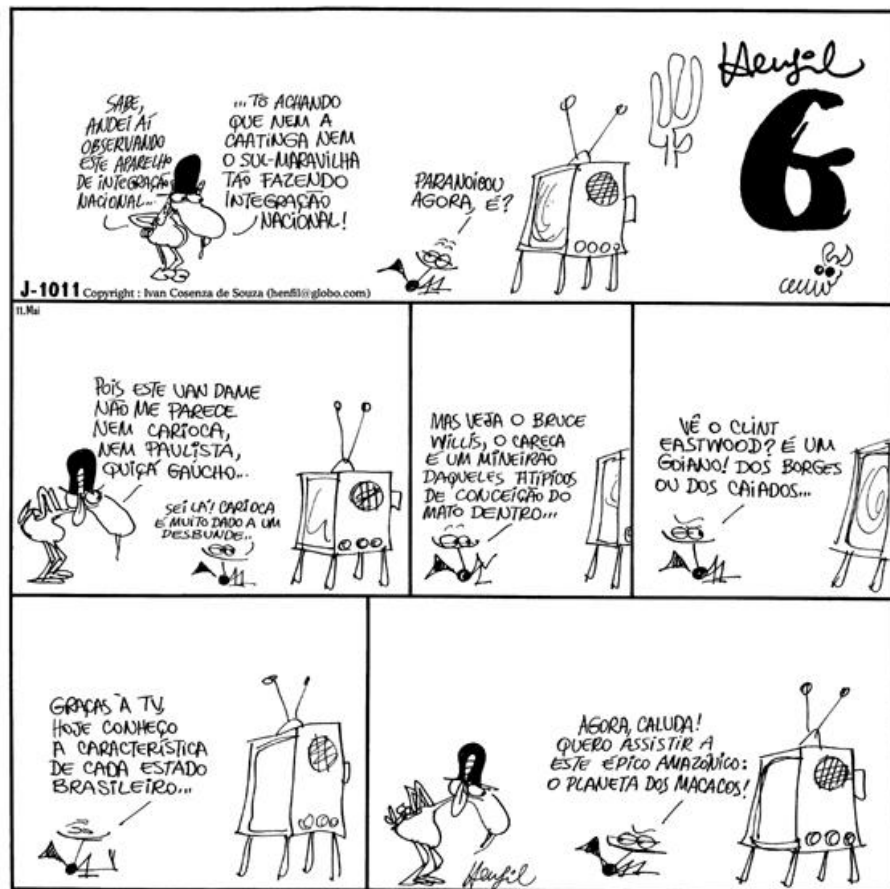
Figura 2: Caricatura da ex-presidente Dilma Rousseff.



Fonte: www.cartapolis.com.br, 07 de outubro de 2015.

O cartum é um discurso crítico, que através de seu traço de humor, procura levar o leitor à reflexão. Diferente da charge, que está inserida no tempo e espaço definidos, o cartum é um discurso atemporal e universal. Ele reproduz personagens fictícios e problemas sociais através de situações imaginárias, criticando hábitos, costumes, culturas, ideologias, política, entre outros. Assim, ele visa o “coletivo”, ou seja, reproduz identidades e personagens coletivos, sem particularidades, para que, assim, possa representar todo aquele que com ele se identifica (Figura 3) (TEIXEIRA, 2005).

Figura 3: Cartum Graúna do Henfil.



Fonte: <http://institutohenfil.blogspot.com.br/>, 18 de dezembro de 2013.

Em seu livro *Sentidos do humor, trapaças da razão: a charge*, Luiz Guilherme Sodré Teixeira (2005) sintetiza a diferença entre os termos charge, caricatura e cartum por meio de um quadro, que disponibilizamos abaixo:

Quadro 1: Charge, cartum e caricatura.

Charge	mundo real	→	mundo fictício
	sujeito	→	personagem
Cartum	mundo real	→	mundo fictício
	sujeito	→	personagem
Caricatura	mundo real	→	mundo real
	sujeito	→	sujeito

Fonte: Adaptado de TEIXEIRA, 2005, p. 128.

Visto que esse trabalho possui como foco as charges políticas que retratam um determinado momento histórico da política nacional, acredita-se que seja relevante realizar uma pequena síntese sobre a história e origem da charge, assim como sua inserção e importância no país.

1.3.2 A história da charge

A origem da charge se confunde com a da caricatura. Conforme analisa Fonseca (1999), a caricatura surgiu apenas no Renascimento, sendo um produto desse novo pensamento pautado na ênfase dada ao indivíduo. Para o autor, a caricatura teve origem no século XVII, na Itália, com os irmãos Agostino e Annibale Carracci. Os italianos, que eram observadores do cotidiano, saíram às ruas de Bolonha captando os rostos de pessoas “comuns”. Inicialmente, os retratos caricaturados dos irmãos Carracci eram conhecidos como *ritratini carichi*. Posteriormente, o termo caricatura foi utilizado pela primeira vez com A. Mosini ao referir-se à *Diverse Figure*, coleção lançada em 1646 que abrangia os retratos caricaturados dos Carracci.

Segundo Motta (2006), as caricaturas dos Carracci pouco desenvolveram as possibilidades de crítica política. O autor destaca:

O amadurecimento da caricatura política deu-se na Inglaterra do século XVIII, para o que contribuiu o clima de relativa liberdade vigente naquela monarquia moderada e as paixões despertadas pelas lutas revolucionárias (e contra-revolucionárias) do período 1780-1820, igualmente responsáveis por impulsionar a produção caricatural na França (MOTTA, 2006, p. 16).

Na Inglaterra, a primeira caricatura apareceu durante o processo judicial do doutor Sacheverell, que teve grande repercussão política em 1710 (FONSECA, 1999). Nota-se que a caricatura reproduzida nesse dado momento histórico, referia-se a um fato específico, o que a aproxima da definição do termo “charge”.

De acordo com Fonseca, foi na França que a caricatura política alcançou amplo desenvolvimento, desde a invenção da imprensa. Antes tolerado pelas monarquias desde que se apresentassem somente para desabonar o vício e atingir os inimigos da nação, a caricatura usada como arma para combater as instituições, viria a servir também para combatê-las.

A mudança no front, no entanto, aconteceu pouco a pouco, e os caricaturistas franceses começaram a mostrar suas unhas, de início durante o período do Império e da Restauração (1815), para então revelarem-se por inteiro sob os governos de Charles X e Louis-Philippe (até 1848) (FONSECA, 1999, p. 67).

Conforme o autor, para conseguir driblar as interferências do poder contra sua forma de expressão, os caricaturistas tiveram que lançar mão de inúmeras manobras, como “(...) passar do ataque franco à insinuação, à caricatura dos costumes, à criação de personagens populares quase sempre simbólicos, ou mesmo ao inofensivo retrato caricaturado (FONSECA, 1999, p. 68)”. Todas essas manobras assumidas pelos caricaturistas franceses para sobreviverem à censura resultou na riqueza de sua expressão. Logo, diante de tais argumentos, compreendemos que a charge, como uma manifestação derivada da caricatura, atinge sua forma, sentido e significação na França do século XIX.

Após ganhar forma na Europa, a caricatura ganha o mundo e se estabelece na América Latina na metade desse mesmo século. No Brasil, a primeira charge surgiu no traço de Manuel Araújo Porto Alegre em 1837. A ilustração que apareceu inicialmente como uma prancha avulsa e sem assinatura, consistiu numa crítica às propinas recebidas por um funcionário do governo. Entretanto, Porto Alegre lançou a revista *Lanterna Mágica*, que circulou no Rio de Janeiro entre 1844 e 1845, marcando o início das publicações ilustradas com charges impressas (FONSECA, 1999).

Nas ilustrações da revista, dois personagens fictícios satirizavam os problemas da cidade e seus habitantes. De acordo com Teixeira (2001, p. 5), “a *Lanterna Mágica* é precursora do humor político na imprensa brasileira, mas não tem as mesmas características - a principal delas, a sátira com sujeitos reais - que a situem na linha evolutiva do que definimos como charge”.

Seguindo a *Lanterna Mágica*, surgiram inúmeras revistas ilustradas no país, como a *Semana Ilustrada* do alemão Henrique Fleuiss, *O Mosquito*, *Ilustração Brasileira*, a bilíngue *L'Iride Italiana*, etc. Contudo, quem revolucionou a charge no país com publicações regulares e sistemáticas foi o italiano Ângelo Agostini, que chegou ao Brasil em 1859. Após passagem por São Paulo com as revistas *Diabo Coxo* (1864) e *O Cabrião* (1866), Agostini se estabeleceu no Rio de Janeiro, onde lançou a *Revista Ilustrada*, que se manteve de 1876 a 1891. Distribuída em todas as províncias e nas principais cidades do interior, Agostini conseguiu manter a revista com grande prestígio e popularidade durante as duas décadas. Com a publicação da *Revista Ilustrada*, seguiram-se outras revistas como o *Bazar Volante* e *Vida Fluminense*. Contudo, nenhuma alcançou o mesmo sucesso (FONSECA, 1999).

A *Revista Ilustrada* era a grande revista do período monárquico. O traço do italiano servia para criticar e denunciar as principais questões que assolavam a sociedade da época,

como as campanhas abolicionista e republicana. Consoante Teixeira (2001), Agostini foi o primeiro chargista a se engajar num projeto de mudança estrutural da sociedade, municinando seu traço com posicionamento crítico e ideológico, satirizando os problemas institucionais do regime, a precariedade da saúde pública e o abandono da cidade.

Segundo o autor, as charges na Monarquia possuíam algumas características estruturais de linguagem que as diferenciavam das charges do período republicano, como pluralidade de quadros, abundância de textos e engajamento político. Essas características tanto das charges de Agostini e Fleuiss quanto de outros chargistas da época, tornavam mais próximas essas ilustrações da linguagem das HQs do que das charges contemporâneas (TEIXEIRA, 2001).

No entanto, por que ligamos os desenhos de humor dessa época às origens da charge no país? Teixeira (2001, p. 12) explica que “isso se deve ao conteúdo essencialmente político de seu traço que antecipa essa vocação ‘moderna’ da charge, tornando-a um instrumento efetivo de intervenção política e observação crítica do real”. O autor destaca que outra característica comum aos chargistas desse período era a construção fidedigna dos personagens, com a preocupação de torná-los idênticos aos sujeitos reais dos quais os inspiraram. O traço, nessa época, não possuía autonomia em seu discurso, mas servia de suporte para o texto. Contudo, no final do século XIX, a caricatura como deformação da anatomia humana, começa a ser incorporada na composição dos personagens dos desenhos de humor.

Com a proclamação da República em 1889, as revistas ilustradas começavam a desaparecer ao mesmo tempo em que inúmeros jornais diários começavam a surgir. As revistas, que eram marcadas pelo tom da crítica e da sátira, provavelmente não eram a expressão mais adequada para os heróis da República (LUSTOSA, 1989). Entretanto, como afirma Teixeira (2001), a partir de 1894, com os governos civis de Prudente de Moraes e Campos Sales, a postura crítica na sociedade renascia da mesma forma que as revistas ilustradas ressurgiam.

No início do século XX, surgiram publicações como *O Malho* (1902), *Kosmos* (1904), *Fon-Fon* (1907), etc., além de novos talentos como Raul (Raul Paranhos Perdeneiras), K. Lixto (Calixto Cordeiro), Rian (Nair de Teffé), Max Yantok, J. Carlos (José Carlos de Brito e Cunha) - considerado o mais talentoso desse período e sucessor de Agostini -, entre outros (FONSECA, 1999). Foi com o carioca J. Carlos, conforme Teixeira (2001), que a charge deu

início ao seu processo de transição, evoluindo do traço acadêmico na Monarquia para o traço “brasileiro”, que começava a se desenvolver durante a República Velha. Nesse momento, as charges abordavam diversos temas, como a política e os “modos” e costumes da sociedade emergente, perdendo sua agressividade e humor ácido, funcionando como um instrumento cultural.

Entretanto, após esse momento que Teixeira (2001) chama de “imaturidade” da charge, em 1930, chega ao Brasil o paraguaio André Guevara, que viria a impulsionar a grande transformação da charge no país. Com o paraguaio, ela fecha o ciclo de seu amadurecimento, possibilitando a ruptura entre a imagem e o texto que a explicava, bem como se definindo como um instrumento de intervenção política.

Guevara promove uma revolução na estrutura pobre de recursos internos da própria charge, enxugando o texto verbal e sacudindo o pó dessa linguagem prolixa e redundante; ele a liberta dos limites gráficos a que ela esteve sujeita durante os dois períodos anteriores [...] Através de dois jornais violentos, *A Manhã* e *Crítica*, Guevara reintegra a charge como porta-voz da sociedade e resgata a intervenção política como prerrogativa inerente de seu discurso. Ele a prepara para a modernidade, aprofundando suas duas características funcionais básicas: agressividade como forma e “oposição” de conteúdo (TEIXEIRA, 2001, p. 44-45).

A charge que antes dependia do texto para falar por ela, a partir desse momento, garante a autonomia em seu discurso: o traço passou a ser seu próprio texto.

A década de 1930 também encerrou o ciclo das revistas ilustradas, que já se encontravam em processo de decadência desde os primórdios da República. Nesse sentido, elas eram agora superadas pelos jornais diários, veículo mais ágil, dinâmico, sofisticado e moderno. Revistas como *Fon-Fon*, *O Malho* e *Careta* conseguem resistir até a década de 1960, no entanto, a sociedade começa a se interessar por revistas com conteúdo mais moderno, como *O Cruzeiro* e *A Cigarra* (TEIXEIRA, 2001).

Embora o momento tenha sido de grande transição para os meios de comunicação do país, a Revolução de 1930 e o Estado Novo, decretado em 1937, trouxeram, como consequência, a censura da imprensa imposta pelo governo federal, interrompendo o processo de desenvolvimento da charge brasileira. Em seguida, com o retorno à democracia, a partir da década de 1940, surgiu uma nova geração de chargistas brasileiros, como: Théó (Djalma Pires Ferreira), Hilde Veber, Luis Sá, Millôr Fernandes, Péricles, Ziraldo, Borjalo (Mauro Borja Lemos), etc (FONSECA, 1999).

A década de 1960 tinha tudo para promover um outro hiato no desenvolvimento da charge no país. Com a instauração do Regime Militar de 1964, veio também a censura

imposta aos meios de comunicação. De fato, as charges quase desapareceram nesse período, sendo publicadas esporadicamente e submetidas à fiscalização do governo. Contudo, foi exatamente nesse período em que a charge, como instrumento de intervenção política e denúncia, se consagrou através de grandes artistas como Henfil, Jaguar, Millôr, Ziraldo e outros.

Essas transformações sociais e os eventos políticos das décadas de 1960 e 1970 forneceram o terreno perfeito para o surgimento, em 1969, do jornal humorístico *O Pasquim*. O jornal, que obteve imenso sucesso, consistia numa plataforma de sátira e irreverência que comentava a sociedade brasileira daquela época. Era uma forma de resistência ao Regime Militar, a serviço da redemocratização. Atuando como um veículo de oposição ao governo militar, o novo periódico ficou conhecido como um tipo de imprensa alternativa. Por denunciarem a violência e a arbitrariedade, tornaram-se vítimas de perseguições (MALTA, 2012). Para Melo (1994, p. 172), “o modelo d’*O Pasquim* constitui uma síntese do jornalismo caricato: o traço e o texto, lado a lado, ironizam o cotidiano, satirizam os protagonistas da notícia, registram com humor a emergência de um novo projeto de sociedade”.

Além de jornalistas “mordazes”, o jornal contava com um time consagrado de chargistas, como Millôr, Ziraldo, Jaguar, Claudius, Zélio, Fortuna, etc. Foi *O Pasquim*, aliás, que lançou nacionalmente o mineiro Henfil (Henrique de Souza Filho). Henfil foi considerado o mais brilhante cartunista brasileiro de sua geração. (FONSECA, 1999). Segundo Malta (2012), a arte do cartunista se evidencia pelo alto grau de expressividade de seus personagens e a emoção era o ponto principal de sua obra, onde o ciclo só se encerrava no momento da reflexão do leitor. Conforme o autor, esse era o principal objetivo de Henfil, “(...) a produção de uma consciência crítica (MALTA, 2012, p. 53)”.

O humor de Henfil (2014) não era um humor panfletário; ele fazia seu humor político engajado participando das manifestações e reivindicações das quais defendia em seus traços. Sua arte não provinha somente a partir de seus pensamentos ou de sua ideologia, mas de suas ações, de suas participações, de seu engajamento no cenário político. De acordo com o cartunista, a chave para se fazer humor político engajado é estar engajado.

Nos anos seguintes, outros artistas foram surgindo, contribuindo para o estabelecimento da charge nas páginas dos jornais, bem como na valorização dos desenhos de humor na política nacional. Nomes como Laerte, Angeli, Glauco e Chico Caruso - entre

outros - deram continuidade à arte de realizar a crítica política e social através de suas ilustrações de humor.

Após seu longo processo de amadurecimento, a charge tornou-se um importante texto presente nas páginas dos principais periódicos nacionais. O acelerado desenvolvimento das tecnologias e da comunicação trouxe oportunidades também para o gênero charge, que ultrapassou os limites gráficos e alcançou as mídias eletrônicas. Com o advento da *internet*, a charge não dependia mais somente das revistas ou jornais para alcançar o público. Além dos *sites* e *blogs* especializados em humor, as redes sociais também contribuem para o ritmo frenético em que as charges são disponibilizadas na *web*. Sem contar com a abrangência que esses desenhos de humor atingiram, chegando a alcançar pessoas de todas as partes do mundo. As charges do artista brasileiro Carlos Latuff, erguidas em cartazes por manifestantes no Cairo em 2011 - na Primavera Árabe -, com o intuito de protestar contra o governo ditatorial de Hosni Mubarak, é um ótimo exemplo.

A despeito de a história nos revelar inúmeros momentos em que a charge se manifestou como forma de oposição ao poder hegemônico, funcionando como um armamento ideológico eficaz e certeiro, esses desenhos de humor não são utilizados somente como um discurso de oposição, pois eles podem servir para reverberar discursos produzidos pelo poder dominante, assim como consagrar figuras políticas.

1.3.3 Charge: um gênero opinativo

Tendo em vista os aspectos observados sobre a história da charge, fica clara sua influência na política nacional. Seu discurso, permeado de ironia e crítica ácida, com uma pitada de humor irreverente, traduz um posicionamento ideológico recheado de intencionalidades de quem a produz. Como aponta Teixeira (2005, p. 11), a charge “(...) é uma arma de grosso calibre a serviço da manifestação de uma ‘opinião pública’, canalizando sua agressividade latente contra quem se evidencia na atividade pública, na prática controversa da política”.

Nesse sentido, ela foca nas questões do cotidiano, registrando conflitos sociais e políticos, apontando falhas, ironizando atitudes, satirizando pontos de vista, revelando desejos ocultos e introduzindo questionamentos. A função social da charge é levar o leitor à reflexão. Refletir a charge significa desvelar as tendenciosidades embutidas nos traços dos chargistas.

Contudo, a função da charge vai além desse caráter informativo, crítico e questionador, pois ela também possui a capacidade de persuasão, “(...) intervindo no processo de definições políticas do receptor, através da sedução do humor, criando um sentimento de adesão que pode culminar com um processo de mobilização (MIANI, 2012, p. 49)”. A partir da forma agressiva como retrata o sujeito no personagem que a charge intensifica o impacto visual de seu discurso, incitando emoções e despertando a consciência dos interlocutores (TEIXEIRA, 2005).

Desse modo, ao avaliar como ela atua ao moldar o imaginário coletivo, Flôres comenta:

Através de sua análise [da charge] podem-se perceber as estratégias utilizadas pelos vários segmentos envolvidos nos jogos de poder e manipulação de que consciente ou inconscientemente somos atores e alvos. Atua diretamente sobre a necessidade de pertencer a um grupo social. Essa necessidade de pertença nos impele a investir os objetos de valores simbólicos, funcionando eles como senhas de entrada, de aceitação nos grupos (FLÔRES, 2002, p. 11).

Para que essa troca entre o artista e o leitor ocorra, este último deve possuir um considerável conhecimento de mundo, precisa estar atento ao que esteja acontecendo em seu meio social. Esse caráter efêmero da charge permite que somente se estabeleça construção de sentidos se o sujeito - leitor - estiver situado no tempo e espaço nos quais ela foi gerada. Portanto, compreende-se que no processo de produção de sentidos da charge, o receptor não é apenas um simples ponto de chegada, mas parte essencial do processo de significação. Logo, o receptor integra o texto. De acordo com Flôres:

A interação da charge com a 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, p. 11).

Charles Sanders Peirce (1977) é considerado o pai da Semiótica Moderna e, segundo sua teoria, um signo é uma coisa que representa ou substitui outra coisa, ou seja, seu objeto. Desse modo, para Peirce, o signo seria tudo que busca significar algo do mundo real para alguém. Se partirmos da teoria de Bakhtin, que diz que todo signo é ideológico, percebemos que a charge se utiliza de estratégias semióticas para orientar a opinião pública. Ao produzir a charge, o artista busca referência no público para que seu discurso obtenha sucesso nos efeitos de sentido esperados pelo autor. Assim, o traço do artista poderia atuar como uma forma de armamento ideológico dentro dos jornais.

Baseado no argumento de que a charge atua como uma forma de discurso de manifestação de ideologia, compreende-se que esta não apenas informa, mas busca opinar sobre os temas em destaque na sociedade. Em muitos jornais, a charge possui lugar em suas páginas nobres, junto ao editorial. Conforme José Marques de Melo (1994), o universo opinativo do jornal não se limita aos textos, mas também incorpora a imagem. O uso das charges atende, muitas vezes, ao imperativo de influenciar um público muito maior do que aquele que dedica leitura atenta aos gêneros opinativos convencionais como crônicas, colunas, artigo e editorial (MELO, 1994).

Melo argumenta que a charge, enquanto gênero jornalístico, possui uma função social mais significativa que a emissão rotineira de opinião nos jornais, atuando como instrumento de persuasão:

É que a imagem, na imprensa, motiva de tal modo o leitor e produz uma percepção tão rápida na opinião que se torna instrumento eficaz de persuasão. Por isso a caricatura incomoda mais os donos do poder que o editorial ou o artigo. Não é raro na história do jornalismo de muitos países, como o Brasil, que a caricatura murcha durante os governos autoritários, reaparecendo e desenvolvendo-se com ímpeto quando volta a florescer a vida democrática (MELO, 1994, p. 166).

No entanto, segundo o autor, se por um lado a charge possui essa capacidade de estigmatizar personalidades da vida pública, por outro lado, ela contribui para humanizá-los, popularizá-los. Foi a partir dos traços da charge que muitas personalidades ganharam legitimação pública e se destacaram socialmente (MELO, 1994). Nesse sentido, ao caricaturá-las, colocando-as em situações satíricas e as expondo ao ridículo, tais personalidades, que antes eram vistas em posições canônicas perante o povo, são aproximadas ao público pelo traço do artista.

Apesar de fazer parte do universo opinativo do jornal, bem como se apresentando junto ao editorial, a charge atuaria como um “editorial às avessas”. Teixeira (2005, p. 13) afirma que a função da charge é “(...) temperar a monotonia e a severa objetividade do texto com a permissividade de um discurso que diz o que o verbo não pode, não deve, não ousa expressar”. De acordo com o autor, a charge não produziria outra notícia dentro do jornal, mas sim a mesma, com subjetividade e parcialidade. Decerto, isso não comprova a “incontestável” objetividade e imparcialidade das matérias e reportagens disponibilizadas pelos jornais. Entretanto, diferente do texto que, muitas vezes, precisa vestir a roupagem da neutralidade, a charge produz um discurso além de qualquer imparcialidade e objetividade, desafiando a seriedade que marca o tom do discurso jornalístico.

Conforme sinaliza Teixeira, o jornal toleraria essa transgressão diária infiltrada em suas páginas, porque seria positiva para a relação que mantém com o leitor, dando a ambos a ilusão de quebra das regras em relação à realidade, à racionalidade cotidiana. “Transgressão que reforça seus laços de mútua cumplicidade - a dose certa de subversão diária - uma ‘travessura’ acima de controles e regras, além do tédio, da mesmice e da chatice do dia-a-dia (TEIXEIRA, 2005, p. 14)”.

A expressão “editorial às avessas” utilizada por Teixeira provavelmente provém do conceito de carnavalização de Bakhtin (2013a). No livro *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento no contexto de François Rabelais*, o filólogo russo aprofunda tal conceito que já havia sido apontado na obra *Problemas da poética de Dostoiévski*. Bakhtin acreditava que as obras do francês François Rabelais, autor de *Gargantua e Pantagrue*, não haviam sido compreendidas da maneira correta pelos críticos literários russos, em face da relação das obras de Rabelais com as festas populares e carnavalescas da Idade Média, assim como no realismo grotesco e na sátira menipéia.

Para o filólogo russo, a compreensão do grotesco se dá por meio da cultura popular, por considerá-lo como um corpo social que se opõe a um corpo clássico, como o carnaval - que compreendia festas cômicas que existiam em oposição às festas oficiais -, em que permitia a inversão da ordem estabelecida pela sociedade, a fuga temporária da realidade. Essas festas populares ofereciam aos homens um período de pausa na rotina, uma liberdade não usufruída habitualmente.

Portanto, ao provocar a inversão da ordem imposta, isto é, dos valores, status, sexualidade, etc., o riso tinha o poder de romper as barreiras hierárquicas, sociais, ideológicas; o que não ocorria nas festas oficiais, que reiteravam as desigualdades. Essa inversão da ordem imposta pela sociedade consistia num modo de “virar o mundo às avessas”. Nesse sentido, tais manifestações populares não buscavam somente o humor, mas também realizar críticas às rígidas instituições de sua época. O riso seria uma forma de oposição à cultura oficial daquela época (BAKHTIN, 2013a).

Segundo Bakhtin, as manifestações da cultura cômica popular expressavam-se em três formas: formas de ritos e espetáculos, obras cômicas verbais - orais e escritas - e diversas formas e gêneros do vocabulário familiar e grosseiro. Cruz (2010) argumenta que a influência desse espírito de carnavalização nas obras literárias, que também pode ser encontrada nas

charges, decorre de usos de recursos estilísticos, como a ironia, o burlesco, o estereótipo, entre outros. Desse modo, o autor acrescenta:

A partir da recuperação desse conceito, poderemos afirmar que as charges provocam essa desconstrução do social, essa carnavalização do mundo. Uma vez que à charge é permitida a opinião e a construção do cômico e do humor nas páginas “sérias” do jornal [...] (CRUZ, 2010, p. 10).

Apesar de possuir como uma de suas principais características o humor, a charge não tem como finalidade primeiramente o riso. O cômico procede do ato de ridicularizar e satirizar personalidades da vida pública e fatos atuais e específicos, de virar o “mundo às avessas”. Na charge há também o que podemos chamar de “não-sério”, que consiste numa instância do humor e prática de controle da razão, que busca expressar conteúdos de verdade privados de seriedade (TEIXEIRA, 2005). Em um depoimento à Tárík de Souza, ao discorrer sobre o humor político, Henfil (2014, p. 23) afirma que o humor “(...) é capaz de existir no resultado final, mas a determinação de quem faz é política” Seu desígnio é a crítica, o riso é consequência.

Por retratar figuras e eventos situados no tempo e espaço definidos, a charge se encontra proscrita numa determinada conjuntura histórica. Essa efemeridade da charge a confere a possibilidade de se constituir como um documento e fonte primária no campo da história - apesar de não ser reconhecida devidamente como tal. Mas a charge é, “(...) sobretudo, um documento atípico, porque produz verdade através de personagens que carecem de veracidade, e porque registra a história a partir do que a história, objetivamente, não registra (TEIXEIRA, 2005, p. 12)”.

Nessa perspectiva, concordamos com Cruz (2010) quando o autor afirma desempenhar a charge um lugar de “memória carnavalizada”, constituindo-se num espaço de catarse da crítica política aos discursos hegemônicos. O autor acrescenta que “(...) o conceito de memória não se limita à conservação de informações, é ainda o espaço onde essas podem ser ressignificadas (CRUZ, 2010, p.13)”. Sendo assim, a charge pode se constituir como um documento alternativo de um dado momento histórico, onde apresenta verdades que não se encontram na história oficial. É através da agressividade de seu discurso que “(...) a sociedade se permite dizer verdades que permanecem inacessíveis a outros meios, por outros discursos, outras linguagens (TEIXEIRA, 2005, p. 84)”.

Em virtude dos argumentos apresentados, entende-se que os desenhos de humor, mais especificamente as charges, são documentos importantes para a análise de conjuntura

sociopolítica. Por meio das charges, é possível realizar uma releitura de um determinado período histórico e identificar as principais ideologias dominantes no dado momento. Assim, acredita-se que analisar as charges de um determinado contexto histórico permite-nos resgatar uma abordagem diferenciada de tal momento, bem como os diferentes discursos políticos e ideológicos que traduzem o período.

Por constituírem um importante instrumento de intervenção política, que têm no humor mordaz e na ênfase ao ridículo seus principais meios de combate, as charges se revelam como uma prática política capaz de articular discursos próprios e singulares. Conforme Márcio Malta (2012), as charges possuem aderência à Ciência Política por abordarem o poder, os políticos profissionais, as instituições políticas e os principais temas políticos presentes na sociedade. O autor acrescenta:

A charge deve ser compreendida como um instrumento privilegiado para a compreensão política por se comportar quase sempre como oposição e de maneira crítica às estruturas do poder. Somado a isso, está o elemento de que a charge é um veículo de ampla repercussão pública, pois sua linguagem direta e lúdica alcança setores não habituados a manusear outras formas de informação, como textos jornalísticos (MALTA, 2012, p. 28).

A charge, como gênero textual que denota crítica, humor e sátira, tem no suporte da mídia jornalística o lócus de sua interlocução com o leitor. Nesse sentido, conclui-se que a charge, com sua linguagem que agrega diferentes sentidos e representações, constitui-se como um exemplo de discurso de manifestação de ideologia.

CAPÍTULO 2. A ANÁLISE DE DISCURSO COMO CAMINHO PARA A ANÁLISE DE CONTEÚDO

O discurso como objeto de análise tem como referencial teórico-metodológico duas importantes fontes de estudo da linguagem, a Análise de Discurso de linha francesa (AD) e a Análise de Conteúdo (AC), que no contexto da presente pesquisa contribuem para o percurso metodológico da análise do *corpus*.

Ao longo do estudo das charges, a partir da metodologia da AD, serão selecionadas charges, em número determinado de cada jornal, que serve de suporte à pesquisa, tendo por base as categorias de “dito”, “não-dito” e “interdito”, na perspectiva de uma análise mais minuciosa do discurso chargístico. Quanto à AC, os resultados serão apresentados em tabelas e gráficos que elucidarão os conteúdos apreendidos pelas valências, conforme modelo metodológico utilizado.

Assim, nesse segundo capítulo buscou-se apresentar as perspectivas teórico-metodológicas que nortearam as análises das charges, ou seja, a Análise de Discurso de linha francesa - que tem como principal teórico o francês Michel Pêcheux - e a Análise de Conteúdo - segundo a compreensão de Laurence Bardin. Para discutir sobre essas duas orientações, procurou-se realizar um breve resgate do contexto histórico em que foram desenvolvidas, bem como seus instrumentos e objetivos.

As abordagens deste capítulo ainda deverão discutir o conceito de ideologia, que se apresenta como central nas análises do discurso político. Da mesma forma, buscou-se refletir sobre o discurso político-ideológico, por ser ele uma das características do gênero charge. Compreende-se, assim, que as ideologias direcionam o discurso político e, ao mesmo tempo, se contrapõem, como é delineado na seção que discute sobre o debate entre “direita” e “esquerda” no Brasil. Neste sentido, serão analisados conceitos como política e ideologia associados ao discurso, bem como a tendenciosidade do discurso político midiático, mais especificamente das charges.

2.1 A Análise de Discurso de linha francesa

Ao estudarmos a linguagem, percebemos que há diversas maneiras de compreendê-la. E justamente por reconhecer que há várias formas de se significar, que os estudiosos começaram a pensar a linguagem de uma maneira particular, dando origem à Análise de Discurso (AD) (ORLANDI, 2001). A AD surgiu com o intuito de demonstrar que o discurso é

o lugar onde podemos observar a relação entre a língua e a ideologia e entender como ocorre a produção de sentidos para os sujeitos.

A AD como nova vertente de estudo da linguagem está diretamente ligada à figura do filósofo francês Michel Pêcheux, que apresenta a proposta desse novo objeto de estudo, o discurso, com sua tese *Analyse Automatique du Discours* (AAD), em 1969. Pêcheux integrou o grupo de alunos comandado por Louis Althusser na *École Normal Supérieure* (ENS) em Paris. Para a composição de sua teoria, Pêcheux baseou-se nos estudos de filósofos como Althusser e Canguilhem.

No ano de 1966, era publicado nos *Cahiers pour L'Analyse*, revista do *Cercle d'Épistémologie de l'École Normale Supérieure* em Paris, um artigo cujo título era *Reflexões sobre a situação teórica das ciências sociais e, especialmente, da psicologia social*, assinado por Thomas Herbert. Este, até então desconhecido, era ninguém menos que o próprio Pêcheux, em sua primeira publicação. Em 1968, Herbert voltava a publicar um segundo texto, intitulado *Observações para uma teoria geral das ideologias*. Em ambos os textos assinados por Thomas Herbert, Pêcheux aborda questões de ordem epistemológica, referindo-se, principalmente, às Ciências Sociais (HENRY, 2014).

No intervalo entre a publicação desses textos sob o pseudônimo de Thomas Herbert, Pêcheux publica outros dois trabalhos relativos à análise do discurso, que continham a assinatura do próprio autor: *Analyse de contenu et théorie du discours*, em 1967; e *Vers une technique d'analyse du discours*, no início de 1968. No entanto, sua obra *Análise automática do discurso*, de 1969, é considerada o texto fundador da Análise de Discurso de linha francesa.

Ao desenvolver sua teoria, Pêcheux tinha como objetivo fornecer às ciências sociais um instrumento que seria a contrapartida de uma abertura teórica em seu campo. O que quer dizer que, para o autor, as ciências sociais eram um tanto pré-científicas, e o estabelecimento de uma ciência precisa de instrumentos. Nesse momento, Pêcheux realizava uma crítica sobre o estado em que essas ciências se apresentavam. Ele almejava a transformação da prática nas ciências humanas, que viria a reverter o estado das mesmas, transformando tal prática de veras científica, pois esta estaria desprovida de sentido, principalmente no que tange à filosofia. Conforme Pêcheux, as ciências sociais não passavam de ideologias. O autor estava seguro de que as práticas científicas careciam de instrumentos - materiais ou abstratos - mesmo que a aplicação destes não garanta que uma prática seja efetivamente científica (HENRY, 2014).

Nessa perspectiva, as ciências sociais seriam, sobretudo, técnicas que possuem uma ligação essencial com a prática política e com as ideologias concebidas em contato com tal prática, do qual o instrumento é o discurso. Nesse ponto, percebe-se que Pêcheux rejeita a noção de linguagem que a reduz a um simples instrumento de comunicação de significações. Sua principal preocupação se encontrava na ligação entre o discurso e a prática política, que passaria, assim, pela ideologia. E é a partir da ideologia que o autor estabelece o sujeito enquanto efeito ideológico elementar. “É enquanto sujeito que qualquer pessoa é ‘interpelada’ a ocupar um lugar determinado no sistema de produção (HENRY, 2014, p. 31)”. Entende-se que, para o autor, a AAD consistira em uma espécie de instrumento de análise nas ciências humanas, expressando a ligação entre linguagem e ideologia, introduzindo o que ele chama de “discurso”.

Surgida na França, a AD é uma grande ruptura com as disciplinas que se dedicavam à linguagem naquela época, como a Análise de Conteúdo, a Filologia e a Linguística, pois estas não consideram a ação da ideologia e dos conflitos sociopolíticos sobre a língua.

A Análise de Conteúdo, que da mesma forma que a AD, nos interessa nesse trabalho, busca extrair sentidos de um texto por meio das informações que este apresenta. De modo diferente ocorre na AD, que considera que a linguagem não é transparente, sendo o sentido social e histórico, não podendo ser identificado na mera decodificação do texto.

Ao mesmo tempo em que a AD rompe com as disciplinas da linguagem em voga nos anos 1960, esta se apresenta como a junção e reformulação de conceitos de três áreas distintas: a Psicanálise, o Marxismo e a Linguística. Por mais que a AD tenha rompido com a última, ocorre que ela rejeita a noção de língua autônoma, fechada em si mesma, contudo, considera a ideia de não-transparência da linguagem.

Do Marxismo, a AD considera a herança do materialismo histórico, ou seja, de que o homem faz história, mas não sendo esta transparente. Por outro lado, a Psicanálise contribui com a noção de sujeito, que se constitui com relação à história. Desloca-se, assim, a noção de homem para a de um sujeito afetado pela história (ORLANDI, 2001). Herdeira dessas três áreas de conhecimento, a AD apenas absorve alguns conceitos, não agregando integralmente tais disciplinas.

[...] se a Análise de Discurso é herdeira das três regiões de conhecimento - Psicanálise, Linguística, Marxismo - não o é de modo servil e trabalha uma noção - a de discurso - que não se reduz ao objeto da Linguística, nem se deixa absorver pela Teoria Marxista e tampouco corresponde ao que teoriza a Psicanálise. Interroga a Linguística pela historicidade que ela deixa de lado, questiona o Materialismo

perguntando pelo simbólico e se demarca da Psicanálise pelo modo como, considerando a historicidade, trabalha a ideologia como materialmente relacionada ao inconsciente sem ser absorvida por ele. (ORLANDI, 2001, p. 20).

É por meio de tais discussões e questionamentos relativos a essas áreas do conhecimento que se constitui a Análise de Discurso, entendida como uma disciplina de entremeio, propondo a reflexão discursiva. Desse modo, a Análise de Discurso constitui um novo objeto de estudo: o discurso.

Diferente de Saussure, que se preocupa com o estudo da língua, considerando-a um fato social, mas isolado, sem levar em conta a natureza dialógica e polifônica da linguagem; os teóricos da AD compreendem esta como maneira de significar, enquanto exercício simbólico, parte do trabalho social geral, característico do homem e sua história. No entanto, concentram-se no discurso. O discurso é “(...) palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando (ORLANDI, 2001, p. 15)”. De acordo com Orlandi, a partir do estudo do discurso é possível entender melhor o que faz do homem um ser especial com sua capacidade de significar e significar-se.

A Análise de Discurso concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. Essa mediação, que é o discurso, torna possível tanto a permanência e a continuidade quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade em que ele vive (ORLANDI, 2001, p.15).

Pensando o homem na sua história, a AD leva em conta os processos e as condições de produção da linguagem, isto é, o analista relaciona a linguagem à sua exterioridade. A partir desse modo de estudo da linguagem, pode-se inferir que o indivíduo não possui total autonomia em seu discurso, sendo este determinado pelas condições sócio-históricas e pela realidade ideológica nas quais está inserido.

Estes comentários remetem à compreensão de que a AD de linha francesa parte de uma relação fundamental entre o dizer e as condições de produção desse dizer, tendo a exterioridade como elemento essencial na apreensão do discurso. Assim, a linguagem deve ser estudada não só a partir de seu sistema interno, enquanto formação linguística, mas também enquanto formação ideológica, que se manifesta por meio de um nível socioideológico (BRANDÃO, 2012).

2.1.1 O discurso na Análise de Discurso

O discurso é definido por Michel Pêcheux como “(...) um objeto sócio-histórico onde o linguístico intervém como pressuposto (PÊCHEUX; FUCHS, 2014, p. 191)”. Visto que o

discurso é social e é a materialização de informações, a AD busca refletir de que maneira a linguagem está materializada na ideologia e como a ideologia se manifesta na língua (ORLANDI, 2001).

Dessa forma, a AD compreende o discurso enquanto efeito de sentido, como um lugar específico em que ocorre essa relação. Nessa lógica, pode-se afirmar que “(...) não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia: o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia e é assim que a língua faz sentido (PÊCHEUX apud ORLANDI, 2001, p. 17)”.

Assim, a AD rompe com os modelos de estudo da linguagem que se limitavam ao estudo da língua “fechada” em si mesma, considerando a produção de sentidos além da superficialidade do texto, constituindo um conjunto de ideias de um indivíduo ou um grupo orientado pela conjuntura social e política.

O discurso, na Análise de Discurso, não consiste em uma simples transmissão de informação ou de mensagem, como pode ser visto no esquema elementar da comunicação abaixo:

Figura 4: Esquema elementar de comunicação.



Fonte: Adaptado de ORLANDI, 2001, p. 21.

Nesse esquema, o emissor transmite uma mensagem (informação) ao receptor através de um código (língua), mensagem esta que se refere a algum elemento da realidade (referente). Esse esquema configura um processo estático, onde o receptor capta a mensagem e a decodifica. A AD rejeita a noção de língua como código - conjunto de regras - e a de mensagem, propondo, assim, o conceito de discurso como efeito de sentidos entre locutores (ORLANDI, 2001).

Orlandi (2001) argumenta que, da mesma forma, o discurso não deve ser confundido com a noção de “fala” apresentada por F. Saussure - na dicotomia língua/fala -, pois este não se opõe à língua, sendo visto apenas como uma ocorrência casual e individual desta última, como ocorre com a fala. Ao contrário, o discurso possui sua regularidade, seu funcionamento,

constituindo-se como uma construção linguística ligada ao contexto social onde o texto se articula. Saussure define fala como um ato individual e o discurso, segundo a AD, é social.

Conforme Pêcheux (2014), o discurso pertence a um conjunto de regras que procedem da estrutura de uma ideologia política, inserido em um determinado lugar de uma dada formação social. Ou seja, para o autor, o discurso é sempre pronunciado a partir de certas *condições de produção*.

As condições de produção compreendem os sujeitos e a situação, bem como a memória integra a produção do discurso. Segundo Orlandi (2001), as condições de produção em sentido estrito, correspondem às circunstâncias da enunciação, o contexto imediato - lugar, indivíduos envolvidos e o momento histórico que marca o acontecimento. Contudo, se as considerarmos em um sentido amplo, estas abrangem o contexto sócio-histórico e ideológico - posicionamentos político-ideológicos que caracterizam os indivíduos envolvidos, maneira como a sociedade está organizada no dado período histórico, etc.

De acordo com as concepções de Pêcheux (2014), o processo discursivo não possui início, o que quer dizer que o discurso é sempre associado a um discursivo anterior. É a partir desse pensamento que se introduz a noção de memória discursiva, que, por sua vez, trabalha de maneira conjunta com as condições de produção do discurso.

Vale ressaltar que o conceito de memória presente na AD não remete à psicológica, cognitiva, individual, mas à memória discursiva, o saber discursivo que torna possível todo dizer, entendida por Orlandi (2001) como o interdiscurso. Para a autora, o fato de existir um “já-dito”, que sustenta todo dizer, é essencial para entender o funcionamento do discurso, a sua relação com os sujeitos e com a ideologia. A observação do interdiscurso permite relacionar um determinado discurso a toda uma memória de dizeres, e a identificá-lo em sua historicidade, revelando seus engajamentos políticos e ideológicos.

Desta maneira, pode-se inferir que existe uma relação entre o já-dito e o que se está a dizer, entre o interdiscurso e o intradiscurso, ou melhor, entre a constituição do sentido e sua formulação. Nesse ponto, Orlandi apresenta a visão de Courtine, que considera a constituição o que chamamos de interdiscurso, e a formulação, o que se entende por intradiscurso, aquilo que dizemos no dado momento. De acordo com a autora, “todo dizer, na realidade, se encontra na confluência dos dois eixos: o da memória (constituição) e o da atualidade (formulação). É desse jogo que tiram seus sentidos (ORLANDI, 2001, p. 33)”.

A noção de interdiscurso, porém, não deve ser confundida com a de intertexto. O interdiscurso, na concepção de Orlandi (2001), consiste em um conjunto de formulações feitas e já esquecidas que determinam o que vamos dizer, enquanto o intertexto limita-se à relação de um texto com outros textos.

2.1.2 Formação discursiva e formação ideológica

Outros dois conceitos tradicionais na AD são o de formação discursiva (FD) e o de formação ideológica (FI). O discurso, como já visto anteriormente, pressupõe o lugar em que ocorre a materialização da ideologia ou, em outras palavras, uma das condições materiais da “existência material” das ideologias (BRANDÃO, 2012). A partir dessa reflexão, insere-se a noção de formação discursiva, que permite ao analista a compreensão do processo de produção de sentido. Orlandi define a FD “(...) como aquilo que numa formação ideológica dada - ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica dada - determina o que pode e deve ser dito (ORLANDI, 2001, p. 42)”.

Mainueneau (1998) aponta que o conceito de formação discursiva foi, inicialmente, utilizado por Foucault como um grupo de enunciados relacionados a um mesmo sistema de regras, historicamente determinadas. No entanto, foi somente com Pêcheux que esse conceito foi introduzido na AD. Conforme a autora, esse conceito caracteriza um sistema de regras que estabelece a unidade de um conjunto de enunciados sócio-historicamente circunscrito.

Segundo Brandão (2012), o ponto do materialismo histórico que interessa a Pêcheux é a noção da superestrutura ideológica, ligada ao modo de produção dominante em uma determinada formação social. Em meio às relações de produção, uma das maneiras pelo qual o domínio ideológico funciona é a da interpelação ou assujeitamento do sujeito como sujeito ideológico.

Essa interpelação ideológica consiste em fazer com que cada indivíduo (sem que ele tome consciência disso, mas, ao contrário, tenha a impressão de que é senhor de sua própria vontade) seja levado a ocupar seu lugar em um dos grupos ou classes de uma determinada formação social. As classes sociais, assim constituídas, mantêm relações que são reproduzidas continuamente e garantidas materialmente pelo que Althusser denominou AIE¹ (BRANDÃO, 2012, p. 46-47).

¹ AIE corresponde ao que Althusser chama de Aparelhos Ideológicos de Estado. Esses compreendem instituições tais como: AIE religiosos (igrejas); AIE escolar (escolas públicas e privadas); AIE cultural (artes, esportes, etc); AIE familiar; AIE jurídico; AIE político (sistema políticos e os partidos); AIE sindical; AIE de informação (imprensa).

Nesse sentido, entende-se que toda formação social está sujeita a se caracterizar em alguma relação entre classes sociais, originando posições políticas e ideológicas. Essas relações entre classes são identificadas a partir do confronto de posições políticas e ideológicas, que se organizam em formações que mantêm entre si relações de aliança, de antagonismos ou de dominação (BRANDÃO, 2012). Essa organização de posições políticas e ideológicas é que constitui as formações ideológicas, que incluem formações discursivas interligadas, definindo o que pode e deve ser dito, a partir de uma posição estabelecida em uma determinada conjuntura histórica. Logo, conclui-se que os discursos são governados pelas formações ideológicas.

O conceito de formação discursiva está relacionado à noção de “sujeito” na Análise de Discurso. O sujeito na AD não consiste na noção de um sujeito idealista, centrado na dominância do Eu, marcado pela ideia de fonte absoluta de sentido, mas sim de um sujeito histórico e ideológico, marcado no tempo e no espaço, cuja fala é produzida a partir de um lugar e de um tempo determinados. O sujeito, para Pêcheux, é construído socialmente, interpelado pela ideologia.

Para a construção de sua noção de sujeito, Pêcheux parte da teoria de Althusser de que a ideologia interpela os indivíduos em sujeitos, ou seja, a ideologia é a condição para a constituição do sujeito e dos sentidos (ORLANDI, 2001). O sentido, segundo Orlandi (2001), seria uma relação determinada do sujeito, que é afetado pela língua, com a história. Para Pêcheux (1995), o sentido de uma palavra, de uma expressão, de uma proposição - entre outros -, “não existe em si mesmo”, pelo contrário, é determinado pelas posições ideológicas que estão em jogo no processo sócio-histórico no qual as palavras, expressões e proposições são produzidas e reproduzidas.

Ao trazer essas reflexões para o campo da linguagem, no ponto específico da materialidade do discurso e do sentido, Pêcheux afirma que “(...) os indivíduos são ‘interpelados’ em sujeitos-falantes (em sujeitos de seu discurso) pelas formações discursivas que representam ‘na linguagem’ as formações ideológicas que lhes são correspondentes (PÊCHEUX, 1995, p. 161)”. Essa interpelação do indivíduo em sujeito do discurso efetua sua identificação com a formação discursiva que o domina (na qual ele é constituído como sujeito), constituindo o que Pêcheux denomina “forma-discurso”.

Consoante Brandão (2012), enquanto o histórico e o ideológico não se apresentam como preocupação na constituição do sujeito, este continua marcado por sua onipotência,

centrado na dominância do Eu. Contudo, à medida que se passa a introduzir a relação locutor-ouvinte numa perspectiva dialógica, como parte necessária no processo de significação, a preocupação com o social passa a ser incorporada nos estudos linguísticos. Segundo a autora, a preocupação com o “discurso do Outro” introduz a noção de história e a de ideologia, provocando o deslocamento do conceito de sujeito. Logo, o sujeito perde seu centro, caracterizando-se pela dispersão, por um discurso heterogêneo que incorpora e manifesta vozes distintas. Seu discurso é situado em relação aos discursos do outro. Esse sujeito é, assim, constituído pelo inconsciente e pela ideologia, no entanto, o inconsciente é sempre o discurso do outro. De acordo com Pêcheux (1995), o discurso de cada um reproduz o discurso do outro.

No que tange à ideologia, a AD procura ressignificá-la a partir da consideração da linguagem, construindo, assim, uma definição discursiva de ideologia. Orlandi (2001) aponta que o trabalho da ideologia seria produzir evidências, situando o homem na relação imaginária com suas condições materiais de existências. Para a autora, “linguagem e mundo se refletem no sentido da refração, do efeito imaginário de um sobre o outro (ORLANDI, 2001, p. 47)”.

Nesse sentido, a ideologia não é compreendida como conjunto de representações, visão de mundo ou ocultação da realidade. Na verdade, não há realidade sem ideologia. Na qualidade de prática significativa, ela aparece como efeito da relação do sujeito com a língua e com a história para que, assim, se produza o sentido. Em contrapartida, é também a ideologia que permite a existência do sujeito. O principal efeito ideológico, portanto, é a constituição do sujeito. Logo, por meio da interpelação ideológica do indivíduo em sujeito, introduz-se a discursividade (ORLANDI, 2001).

2.1.3 As categorias da Análise de Discurso

A Análise de Discurso de orientação francesa, compreendida como uma disciplina que teoriza a interpretação - ou seja, coloca a interpretação em questão -, articula-se em dispositivos teóricos. Visando entender como os objetos simbólicos - enunciados, textos, músicas, ilustrações, etc. - produzem sentido, verifica-se a necessidade de que, em um processo de análise discursiva, o analista estabeleça o caminho pelo qual percorrerá ao indagar os sentidos encontrados nas diversas formas de produção, isto é, verbais e não-verbais. No entanto, a AD não busca um sentido verdadeiro, uma verdade oculta atrás do texto, por meio de uma “chave” de interpretação. A partir da construção de seu dispositivo

teórico, o analista será capaz de depreender os gestos de interpretação, bem como os processos de significação que constituem o texto, possibilitando a percepção de outros sentidos ali presentes e a compreensão de como estes se constituem (ORLANDI, 2001).

Nessa perspectiva, os aspectos teóricos que integram o conjunto dos dispositivos teóricos da Análise de Discurso que interessam a essa pesquisa, são o “dito” e o “não-dito”, entrecruzados nos interdiscursos do texto, constituinte do *corpus* a ser analisado.

Orlandi (2001) assegura que os dizeres não se apresentam apenas como mensagens que precisam ser decodificadas, mas como efeitos de sentidos produzidos em condições determinadas, presentes na forma como se diz, deixando vestígios que o analista deve perceber. E a autora continua:

São pistas que ele aprende a seguir para compreender os sentidos aí produzidos, pondo em relação o dizer com sua exterioridade, suas condições de produção. Esses sentidos têm a ver com o que é dito ali, mas também em outros lugares, assim como com o que não é dito, e com o que poderia ser dito e não foi (ORLANDI, 2001, p. 30).

A Análise de Discurso como nova prática de leitura considera que o dizer possui relação com o não dizer. Ela procura “(...) escutar o não-dito naquilo que é dito, como uma presença de uma ausência necessária (ORLANDI, 2001, p. 34)”. O não-dito, objeto de estudo de alguns linguistas, dos quais se destaca o francês Oswald Ducrot; também consiste no silêncio que atravessam as palavras de um texto. Contudo, nessa pesquisa, é entendido como aquilo que está subentendido, implícito, mas presente nas entrelinhas. Ainda de acordo com Orlandi, o que já foi dito e esquecido implica o dizer, que se atualiza formando uma formulação, ou melhor, o interdiscurso determina o intradiscurso. O não-dito, por conseguinte, integra o discurso que não é palavra, ele é constituinte do discurso; ele se constitui acrescentando, complemento o dizer (SILVA, 2008).

A partir desses comentários, entende-se que é na relação entre o dizer e o não dizer que ocorre a produção de sentido. Portanto, tanto o dito quanto o não-dito são determinados pelas condições de produção, pelas formações discursivas e ideológicas, constituídas pela memória discursiva.

Conforme Silva (2008), a análise dos implícitos pode ser realizada em qualquer gênero textual. Entretanto, o discurso humorístico da charge se apresenta como um espaço produtivo para a discussão sobre as relações entre o dito e o não-dito. Visto que as charges são textos construídos, principalmente, com base no que não é dito, mas que é proposto a partir do dito.

Desse modo, a Análise de Discurso como disciplina que trabalha com categorias de análise como “prática social”, sujeito, dito e não-dito e interdiscurso, contribui de forma sistemática para a elucidação do discurso da charge, com suas ideologias, tendenciosidades, intencionalidades. O implícito presente no dito que abre possibilidades de leitura dos não-ditos que as charges representam.

2.2 As tendenciosidades do discurso

Com Bakhtin (2014), o contexto ganha destaque na produção da linguagem. Ele reconhecia o caráter social da linguagem, deixando de ser puramente formal. O autor reconhecia a importância do interlocutor no processo de produção da linguagem, no ato da constituição do significado. A enunciação deixa de ser um ato individual e transforma-se em um ato social, não existindo fora de um contexto social. Segundo o autor, a enunciação é de natureza social, portanto, ideológica.

Ainda de acordo com o filólogo russo, o signo e a situação social estão intimamente ligados. Todo signo é ideológico e faz parte de uma determinada realidade - natural ou social. No entanto, o signo também reflete e refrata uma outra realidade, que lhe é exterior. Os sistemas semióticos, assim, funcionam para exprimir a ideologia e são, de alguma forma, modelados por ela (BAKHTIN, 2014). Nesse sentido, concebe-se que o discurso do enunciador é carregado de intenções influenciadas pela ideologia.

Para Orlandi (2001, p. 43), os sentidos de um discurso são sempre determinados ideologicamente; “(...) tudo o que dizemos tem, pois, um traço ideológico em relação a outros traços ideológicos”. A ideologia, assim, produz seus efeitos ao materializar-se no discurso. Neste sentido, compreende-se que não existe discurso neutro.

Pode-se afirmar que todo discurso possui uma carga ideológica significativa, o que torna o conceito de ideologia central nos estudos sobre o mesmo. Apesar de se constituir como um termo primordial, a ideologia é marcada, principalmente, por sua complexidade de definição, sendo um dos temas mais polêmicos e controversos das ciências sociais.

2.2.1 O conceito de ideologia

Mario Stoppino (1998) argumenta que tanto na linguagem política prática, como na filosófica, sociológica e político-científica, não existe, decerto, uma outra palavra que se assemelhe à ideologia pelo seu uso tão frequente e, acima de tudo, pela série de significados

diferentes que lhe são atribuídos. Conforme relata John B. Thompson (2011), o termo ideologia foi introduzido, originalmente, pelo filósofo francês Destutt de Tracy, em 1796, para descrever seu projeto que pretendia elaborar uma nova ciência das ideias, que se dedicaria à análise sistemática das ideias e sensações.

Mas o sentido pejorativo dos termos “ideologia” e “ideólogos” veio de um discurso de Napoleão Bonaparte, em 1812. Em sua declaração, Napoleão condenava a ideologia e a caracterizava como “metafísica obscura”, como a negação de uma arte política astuta, culpando-a pelos males que sofria a França naquela época. A partir desse momento, a ideologia passava a ser vista como uma doutrina irrealista e sectária, sem fundamento objetivo, sendo um perigo para a ordem estabelecida (BRANDÃO, 2012). Mais tarde, a palavra ideologia voltava a aparecer de maneira pejorativa, quando Karl Marx e Friederich Engels ocuparam-se desse termo, definindo-o como um “conjunto de ideias” que busca ocultar sua origem nos interesses sociais de um determinado grupo da sociedade. A ideologia, nesse sentido, consistiria em um modo de tornar aceitável algo que nunca seria assim considerado.

No decorrer do século e no subsequente, o termo ideologia continuou a ser alvo de pesquisa de inúmeros estudiosos, causando polêmicas por suas várias definições. No complexo e múltiplo uso desse conceito, pode-se delinear duas tendências gerais ou dois tipos gerais. Segundo Stoppino (1998), Norberto Bobbio as define como “significado fraco” e “significado forte” da ideologia. Já Thompson (2011) prefere chamá-las de “concepções neutras de ideologia” e “concepções críticas de ideologia”.

Conforme destaca o autor, as concepções neutras são aquelas que tentam caracterizar fenômenos ideológicos sem que estes sejam, necessariamente, fenômenos ilusórios e enganadores, ou que estejam ligados com os interesses de um grupo particular. De acordo com as concepções neutras, ideologia seria um aspecto da vida social, não sendo nem mais nem menos problemático que outro. Pode-se encontrar a ideologia, por exemplo, em qualquer programa político, seja ele orientado para a revolução, a restauração ou a reforma, podendo almejar a transformação ou a preservação da ordem social. A ideologia pode servir tanto para manter submissos grupos, em uma luta contra a ordem social, como para um grupo dominante, em busca da preservação do *status quo* (THOMPSON, 2011).

As concepções críticas de ideologia possuem um sentido negativo, crítico ou pejorativo. Tais concepções, diferentemente das primeiras, caracterizam a ideologia como um

fenômeno enganador, ilusório ou parcial. Dentre os estudiosos que defendem a ideologia como um fenômeno negativo, pode-se destacar Marx, que apresenta uma definição de ideologia que Thompson chama de “concepção latente”:

[...] ideologia é um sistema de representações que servem para sustentar relações existentes de dominação de classes através da orientação das pessoas para o passado em vez de para o futuro, ou para imagens e ideais que escondem as relações de classe e desviam da busca coletiva de mudança social (THOMPSON, 2011, p. 58).

Apoiando-se nessa definição, Thompson (2011) argumenta que a concepção latente destaca que a ideologia é um sistema de representações que enganam e iludem, servindo para manter as relações de dominação.

Stoppino (1998) ressalta que no significado fraco, ideologia designaria um conjunto de ideias e valores relacionados à ordem pública, buscando orientar os comportamentos políticos coletivos, apresentando-se como um conceito neutro. O significado forte de ideologia, por sua vez, tem origem no conceito de Marx, compreendido como falsa consciência das relações de domínio entre as classes. Assim, o significado forte diverge do primeiro, pois mantém o sentido negativo do conceito, indicando o caráter mistificante de falsa consciência de uma crença política.

De fato, tanto no conceito neutro como no conceito negativo de ideologia, pode-se encontrar teorias divergentes inseridas nas duas linhas, como, por exemplo, a interpretação neopositivista de Vilfredo Pareto, no que tange ao conceito negativo, onde o requisito da falsidade da ideologia é mantido, mas deixando de ser um produto de uma determinada forma de sociedade, tornando-se, então, um produto da consciência individual. Nota-se, assim, que, nessa interpretação de ideologia, perde-se completamente a sua gênese social, como é vista em Marx (STOPPINO, 1998). Da mesma maneira, apesar da definição de Marx estar inserida no complexo da aceção negativa de ideologia, outros pensadores formularam suas próprias definições, influenciados pelo pensamento marxista, como é o caso de Lênin e Lukács. Suas definições de ideologia apontam para uma neutralização do conceito, definindo-o como ideias que expressam e promovem os interesses pertencentes às principais classes engajadas em um conflito (THOMPSON, 2011).

Thompson (2011) afirma que nos escritos de Marx, o conceito de ideologia sempre preservou o sentido pejorativo, contraditória, originário do discurso de Napoleão. Esse sentido negativo, segundo o autor, foi redirecionado de diferentes maneiras pelas inúmeras concepções de ideologia implícitas na literatura de Marx, porém, seu sentido negativo era

encontrado em todas elas. Quando formulou sua teoria, juntamente com Engels em *A ideologia Alemã*, Marx jamais a caracterizou como uma ideologia, mas como uma representação científica da realidade social e, ao mesmo tempo, expressão dos interesses da classe proletária. Não obstante, no âmbito do marxismo, Lênin fez referência à “ideologia socialista” como sinônimo da teoria científica revolucionária, indicando que a ideologia não era uma falsa consciência da realidade em todos os casos. No que diz respeito ao proletariado, a ideologia socialista seria uma consciência verdadeira da sociedade (GORENDER, 1998).

Consoante Stoppino (1998), a ciência política contemporânea tende a preterir o conceito negativo de ideologia, relegando-o para o campo da sociologia do conhecimento e considerando-o pouco útil para o estudo empírico dos fenômenos políticos. Nesse ponto, não interessaria aos estudos políticos científicos contrapor a ideologia à verdade, ao conhecimento válido em geral, e sim o valor funcional da mesma. Entretanto, o autor comenta que esta posição pode ser contestada, pois na interpretação originária do conceito, a marxista, a falsidade e a função social da ideologia são interdependentes, ou seja, estreitamente ligadas entre si.

De uma parte, a falsa consciência, velando ou mascarando os aspectos mais duros e antagônicos do domínio, tende a facilitar a aceitação da situação de poder e a integração política e social. De outra parte, porque falsa consciência, a crença ideológica não é uma base independente do poder e a sua eficácia e sua estabilidade dependem, em última análise, das bases efetivas da situação de domínio (para Marx, as relações de produção) (STOPPINO, 1998, p. 586).

Se a essas proposições, como verifica o autor, possam ser conferidos significados descritivos e empíricos, o conceito crítico ou negativo de ideologia, especialmente o definido por Marx, torna-se, conseqüentemente, um conceito essencial para o estudo científico do poder e, portanto, para o estudo científico da política. De acordo com a acepção de Stoppino, a apuração do caráter ideológico de uma crença política permitiria chegar a significativas conclusões sobre a relação de poder à qual a crença alude, como, por exemplo, sobre sua potencial conflitualidade e sua estabilidade (STOPPINO, 1998).

Deste modo, Stoppino (1998) avança em seu estudo ao apresentar a perspectiva do conceito negativo de ideologia, de modo a sugeri-lo como um instrumento legítimo e promissor para a ciência política, especialmente no que concerne às relações de poder. No entanto, como observa o autor, um estudo sobre a aplicabilidade e utilidade do conceito de ideologia na análise política não poderia deixar de ocupar-se tanto do conceito negativo, como do conceito neutro da mesma.

A fim de ampliar e melhor compreender o conceito de ideologia, o pensamento de Thompson (2011) apresenta-se como alternativa satisfatória, especialmente na esfera da cultura moderna. Pode-se afirmar que o autor procurou combater o conceito neutro de ideologia, tentando formular sua própria definição, encaixando-a no complexo da concepção crítica. Nesta lógica, ele procurou repensar o conceito de ideologia a partir dos meios de comunicação de massa. Uma das principais questões apontadas por Thompson é que algumas das explicações teóricas que orientaram a maioria dos trabalhos contemporâneos sobre a análise da ideologia nas sociedades modernas, não conferem a devida importância e centralidade da comunicação de massa nessas sociedades.

Alguns trabalhos, como dos teóricos críticos da Escola de Frankfurt, até buscaram levar em conta a centralidade da comunicação de massa - como Habermas, em seu primeiro trabalho sobre a esfera pública -, mas não apresentam uma base adequada para repensar o conceito de ideologia nas sociedades modernas. O autor argumenta que uma análise eficaz da ideologia nessas sociedades deve se basear, ao menos em parte, em um entendimento da natureza e do desenvolvimento dos meios de comunicação de massa (THOMPSON, 2011).

Para melhor entender essa relação, o autor desenvolve o conceito de “mediação da cultura moderna”, entendido como “(...) as maneiras como as formas simbólicas, nas sociedades modernas, tornaram-se crescentemente mediadas pelos mecanismos e instituições da comunicação de massa (THOMPSON, 2011, p. 104)”. Nesse sentido, Thompson comenta que esse processo consiste em uma característica central da vida social moderna e, ao procurar compreendê-lo, ele reformula o conceito de cultura, destacando o caráter simbólico da vida social e o fato das formas simbólicas estarem inseridas em uma determinada estrutura social, que abrange diferentes conflitos e desigualdades significativas quanto à distribuição de recursos e poder (LOPES, 2014).

De acordo com o autor, sua concepção de ideologia busca oferecer um enfoque que está orientado para a análise concreta dos fenômenos sócio-históricos, sem, contudo, perder o caráter crítico transmitido na história do conceito. A análise da ideologia, segundo sua concepção, busca compreender como as formas simbólicas se relacionam com as relações de poder, bem como o sentido, no mundo social, é mobilizado, servindo para reforçar pessoas e grupos em posições de poder. O autor sintetiza que “estudar ideologia é estudar as maneiras como o sentido serve para estabelecer e sustentar relações de dominação (THOMPSON, 2011, p. 76)”. Ou seja, ideologia é o sentido a serviço do poder.

Com a finalidade de melhor estabelecer sua formulação teórica, Thompson (2011) explica que o sentido que interessa ao seu conceito é o sentido motivado pelas formas simbólicas, que estão inseridas nos contextos sociais e que circulam no mundo social. Por formas simbólicas, o autor entende

[...] um amplo espectro de ações e falas, imagens e textos, que são produzidos por sujeitos e reconhecidos por eles e outros como construtos significativos. Falas linguísticas e expressões, sejam elas faladas ou escritas, são cruciais a esse respeito. Mas formas simbólicas podem também ser não linguísticas ou quase-linguísticas em sua natureza (por exemplo, uma imagem visual ou um construto que combina imagens e palavras) (THOMPSON, 2011, p. 79).

A aproximação da concepção de ideologia delineada por Thompson (2011) com a concepção marxista ocorre porque o autor buscou manter a negatividade do conceito, preservando seu critério de sustentação das relações de dominação. No entanto, sua concepção descarta o critério das formas errôneas e ilusórias. Isto em razão de que as formas simbólicas nem sempre precisam ser errôneas e ilusórias para que sejam ideológicas, pois não interessa ao autor a falsidade ou a verdade dessas formas, mas como elas servem, em determinadas circunstâncias, para estabelecer e sustentar relações de dominação.

Outro aspecto em que a concepção de Thompson diverge da teoria de Marx está relacionado à compreensão das relações de dominação. Em Marx, o critério que sustenta tais relações é geralmente entendido no sentido de relações de classe, que determinam os principais fundamentos da desigualdade e exploração nas sociedades. Entretanto, Thompson (2011) enfatiza que as relações de classe são apenas um modo de dominação e subordinação, pois também devem ser consideradas as relações entre os sexos, entre os grupos étnicos, entre os indivíduos e o estado, entre estado-nação e blocos de estados-nação, entre outros. Logo, em sua concepção, a ideologia não estaria relacionada somente às relações de dominação de classe, mas, também, a outras formas de dominação, sejam advindas ou não das relações de produção.

Segundo o autor, pode-se verificar uma situação de dominação quando as relações de poder forem sistematicamente assimétricas. Isto é, “(...) quando grupos particulares de agentes possuem poder de uma maneira permanente, e em grau significativo, permanecendo inacessível a outros agentes, ou a grupos de agentes, independentemente da base sobre a qual tal exclusão é levada a efeito (THOMPSON, 2011, p. 80)”.

Thompson (2011) destaca que as relações de dominação podem ser sustentadas por outras maneiras, para além do sentido mobilizado pelas formas simbólicas. No entanto, isto

não implica no fato de que essas outras maneiras devam ser entendidas como formas de ideologia. Conforme argumenta o autor, as relações de dominação podem ser sustentadas pelo exercício da força bruta, por meio de um massacre, pela repressão de um golpe, pela morte, por um protesto, etc., mas não seria coerente reconhecer que essas maneiras de sustentar relações de dominação sejam formas de ideologia.

De acordo com o autor, para que o conceito de ideologia seja útil, sua esfera de aplicação deve ser limitada. O conceito de Thompson define, assim, um campo de investigação, propondo uma limitação que possui enfoque na maneira pela qual o sentido, mobilizado pelas formas simbólicas a serviço dos indivíduos e grupos dominantes, servindo para sustentar relações sociais estruturadas. Assim, alguns indivíduos ou grupos se beneficiam mais que outros, onde os primeiros possuem o interesse em preservar, enquanto outros procuram contestar.

Em conformidade com essa acepção crítica de ideologia, as formas simbólicas são ideológicas apenas enquanto funcionam para sustentar relações sistematicamente assimétricas de poder. Sendo a ideologia hegemônica por natureza, serve para sustentar as relações de dominação e reproduzir a ordem social que favorece indivíduos e grupos dominantes. De maneira inversa, as formas simbólicas serão contestatórias ou críticas da ideologia quando estas buscarem a destruição dessas relações de dominação. A essas intervenções desafiadoras e transformadoras do *status quo*, Thompson (2011) chama “formas simbólicas contestatórias” ou “formas simbólicas incipientes da crítica da ideologia”. Deste modo, a interpretação da competência ideológica ou contestatória de uma forma simbólica deve ter em vista o contexto sócio-histórico específico no qual ela é produzida, transmitida e recebida. Da mesma forma, deve ser levada em conta a relação entre o sentido mobilizado pela mesma e as relações de dominação mantidas ou subvertidas por esse sentido (LOPES, 2014).

Como ressaltado acima, a análise da ideologia nas sociedades modernas deve conferir um papel central ao impacto da comunicação de massa, ainda que este não seja o único espaço para a produção e manifestação da ideologia. As formas simbólicas são caracterizadas como fenômenos ideológicos significativos, uma vez que servem, em contextos sócio-históricos determinados, para sustentar relações de dominação. No entanto, esses fenômenos ideológicos também podem ser identificados numa pluralidade de situações dentro de um contexto de ação e interação entre os agentes. Por isso, como reforça o autor, mesmo reconhecendo que os meios de comunicação de massa possuem um papel central na análise da ideologia, não é

prudente desconsiderar os demais contextos em que as formas simbólicas são transmitidas (THOMPSON, 2011).

Prosseguindo, o comentarista discorre que, no mundo contemporâneo, a experiência cultural é profundamente moldada pela propagação das formas simbólicas através dos múltiplos meios de comunicação de massa. É essa mediação da cultura moderna que deve servir como um quadro referencial para a análise da ideologia no mundo moderno. A análise da ideologia deve orientar-se, antes de tudo, pelas várias e complexas maneiras em que os fenômenos simbólicos circulam no mundo social e se entrecruzam com as relações de poder (THOMPSON, 2011).

Sendo assim, segundo o autor, os meios técnicos de comunicação de massa são de suma importância não apenas por serem os meios em que as formas simbólicas são difundidas, mas também por criarem e reproduzirem novos tipos de ação e interação, bem como relações sociais que são difundidas no tempo e no espaço. E na medida em que os meios de comunicação de massa se desenvolvem - como, por exemplo, o avanço dos meios impressos para os meios eletrônicos e a internet -, aumenta a circulação e propagação das formas simbólicas, expandindo, assim, o raio de operação da ideologia. Portanto, entende-se que a ideologia deve preocupar-se tanto com as formas simbólicas que são divulgadas por meio dos inúmeros meios de comunicação de massa, como com o contexto sócio-histórico em que elas são produzidas e recebidas (THOMPSON, 2011).

Visto que Thompson (2011) salienta a relevância das circunstâncias sócio-históricas particulares das formas simbólicas, cabe ressaltar que não se deve analisar o caráter ideológico da comunicação de massa somente a partir das características organizacionais da instituição da mídia ou das mensagens por ela reproduzida, como se tivessem um efeito predeterminado ao chegarem aos receptores, tornando-os prisioneiros das mesmas. Ao contrário, as mensagens da mídia carecem, da mesma forma, ser analisadas quanto aos contextos específicos em que elas são produzidas e recebidas pelos indivíduos.

Outro argumento elementar na teoria de Thompson (2011) é o de que os meios técnicos de comunicação de massa, principalmente a televisão, empregam estratégias de construção simbólica ao apresentar determinada personalidade pública, como, por exemplo, líderes políticos. Tais estratégias têm o poder de influenciar no julgamento em que os receptores farão das personalidades em destaque, tanto para o bem, como para o mal. Nesse sentido, o autor defende que, na era da comunicação de massa, a análise da ideologia deve

levar em consideração as estratégias de construção simbólica e organização simbólica da apresentação de personalidades, que são atributos que fazem parte da imagem gerenciada de líderes políticos. Mais uma vez, nota-se a importância do contexto sócio-histórico na análise da ideologia, uma vez que “é apenas dentro desses contextos que as mensagens mediadas podem, ou não, constituir-se como ideológicas; é apenas aqui que a mensagem construída a fim de sustentar o poder terá sucesso, ou não, em sustentá-lo (THOMPSON, 2011, p. 348)”.

Com a sua concepção crítica de ideologia, Thompson (2011) procura chamar a atenção para como o conceito de ideologia ganha um novo sentido e complexidade a partir do momento em que é compreendido no curso da difusão das formas simbólicas, através do processo de mediação da cultura moderna. Sua teoria é relevante nesse estudo, uma vez que busca entender o fenômeno ideológico através da natureza e do desenvolvimento dos meios de comunicação de massa. O discurso chargístico dos jornais, por certo, se insere no escopo das formas simbólicas definidas por Thompson. Entretanto, ao conferir à ideologia uma natureza hegemônica, sua concepção exclui, automaticamente, as demais formas de crença e ação que não estão relacionadas a um poder dominante. Logo, conforme a aceção do autor, o feminismo e o socialismo, a título de exemplo, que geralmente estão vinculados ao conceito de ideologia, não seriam vistos como manifestações ideológicas.

Evidentemente, não seria razoável ampliar o conceito de maneira excessiva, considerando todo modo de crença ou ação como forma de ideologia, o que dissiparia todo o poder de análise do termo. Ademais, não significa afirmar que a concepção neutra ou a concepção crítica estão corretas. Ambas as concepções são pertinentes, associadas a tradições diferentes, podendo ter utilidade em contextos diversos. Aliás, na análise do discurso da mídia, mais especificamente das charges, o que interessa é a questão do caráter tendencioso desses discursos. Ou seja, em um jogo de correlação de forças, qual lado o discurso político de humor de cada jornal tende a sustentar?

Do mesmo modo, o objetivo desse estudo não consiste, porém, em analisar as diferentes forças ou crenças em evidência na corrida presidencial de 2014, mas, sim, como dois jornais de grande circulação no país, que são vistos como formadores de opinião; como se apresentaram ideologicamente através de seu discurso de humor no dado momento histórico. Entender a ideologia apenas como os modos pelos quais as significações sociais são empregadas para manter um poder dominante, não nos permitiria ver o sentido que pode ser mobilizado pelas formas simbólicas, com o intuito de destituir tal poder, como uma forma de

ideologia. Portanto, optar pela concepção neutra ou crítica de ideologia limitaria este trabalho, visto que o que interessa é a importância atribuída ao discurso, sobretudo o discurso da mídia.

Apesar da breve reflexão sobre o conceito de ideologia, o objetivo dessa pesquisa não consiste em realizar uma discussão acerca do tema. Contudo, somente proporcionar uma pequena compreensão sobre esse termo tão complexo e polêmico, que rege e direciona o discurso chargístico dos jornais.

2.2.2 O discurso político

A partir dos escritos de Pêcheux, nota-se a importância que o autor concede ao discurso político como objeto privilegiado na constituição de seu projeto de análise de discurso. Como disse Orlandi (2001, p. 9) ao discorrer sobre a não existência da neutralidade no uso dos signos, conseqüentemente, dos discursos: “(...) estamos comprometidos com os sentidos e o político”. Deste modo, o projeto de Pêcheux buscava verificar as formas textuais de representação do político que mascarava a relação de dominação política (CAVALCANTI, 2013). Para este autor, há uma ligação entre o discurso e a prática política, e esta ligação, certamente, passa pela ideologia (HENRY, 2014). A prática política tem por objetivo, através do discurso, transformar as relações sociais, reformulando a demanda social.

Por via de regra, os discursos políticos são apresentados em um espaço marcado pela tensão e por embates entre indivíduos ou grupos que buscam impor suas “visões de mundo”, ou melhor dizendo, suas ideologias. Sobre isto, Bourdieu (1989) argumenta que os discursos políticos de uma determinada conjuntura são reflexos das “lutas simbólicas” que se desdobram no interior do campo político - visto como um subespaço específico do “espaço social” -; travadas por agentes sociais pelo “poder simbólico”, ou seja, pelo poder de “(...) fazer ver e fazer crer, de confirmar ou de transformar a visão do mundo e, deste modo, a ação sobre o mundo, portanto, o mundo (BOURDIEU, 1989, p. 14)”. Os agentes sociais, ao produzirem seus discursos políticos na luta simbólica, em busca do poder simbólico, estariam nada mais que em busca do monopólio da representação legítima do mundo social, da imposição de sua ideologia.

Nesta disputa pelo monopólio de uma representação legítima do mundo social, alguns atores - partidos políticos, militantes, etc. - buscam introduzir em seus discursos características que possam diferenciá-los dos demais discursos políticos de seus concorrentes. Esses agentes, além de produzirem discursos que atendam seus próprios interesses, buscam

acrescentar conteúdos que atendam às necessidades externas, isto é, seus eventuais consumidores, com o intuito de conquistar o maior número possível de receptores. Desta maneira, compreende-se que os discursos políticos são resultado tanto das condições sociais dos agentes internos, como das condições sociais dos agentes externos. Uma vez estabelecido o poder simbólico, há uma tendência para que aqueles que se encontram na condição de dominados, busquem produzir discursos que visem à subversão da ordem estabelecida, ao passo que, aqueles que estão na situação de dominantes, produzam discursos políticos que promovam a perpetuação da legitimidade de sua dominação (SILVA, 2005).

Na percepção de Bourdieu (1989), como se pôde conferir, os discursos políticos são produzidos a partir dos processos de lutas simbólicas, onde as diferentes partes procuram elaborar seus discursos com o objetivo de alcançar o poder simbólico, o poder de fazer ver e fazer crer, de transformar ou conservar o *habitus* dos indivíduos, e conseqüentemente, o mundo social. Nesse sentido, o conteúdo de cada discurso político é resultado de condições objetivas e subjetivas específicas, bem como de interesses em jogo na luta política, o que não atribui o caráter de verdade absoluta a nenhuma das ideologias políticas, sendo vistas apenas como visões de mundo relativas. No entanto, dizer que um discurso político não se constitui como verdade absoluta, não significa que este não seja legítimo (SILVA, 2005).

De acordo com Luis Felipe Miguel (1997, p. 63), os discursos políticos são “pronunciamentos de lideranças ou slogans de manifestações de rua, plataformas partidárias ou pichações em muros (...)”, que divulgam projetos e interesses de diferentes grupos, antecipam cenários e, muitas vezes, encerram a luta política em si mesmos. O autor comenta que na política democrática, onde o uso da violência física surge como exceção, é visível a centralidade do discurso - no entanto, reconhecendo que toda violência física necessita de um discurso anterior que a promova, justifique e a suscite. Ademais, os mecanismos de identificação entre político e eleitor também passam pelos discursos, que veiculam as propostas e os projetos que o primeiro pretende incorporar (MIGUEL, 1997).

A partir do discurso, a personalidade política é capaz de traçar seu perfil, na maioria das vezes, adequando-o ao seu eleitorado potencial. Uma das principais tarefas de um discurso político é atender às necessidades de seus eleitores, porém, claro, sempre de acordo com o programa de seu partido, junto à promoção de seus próprios interesses e valores. O agente político, assim, procura lançar mão de estratégias comunicativas para construir sua imagem, a partir de um discurso que o distinga de seus adversários, apresentando-se melhor posicionado, trabalhando sempre na desconstrução do discurso do outro. Os vários discursos

na arena política estão em busca do mesmo espaço, o que torna o marketing e o discurso político tão próximos (PINTO, 2006).

Uma das principais características do discurso político é seu poder de persuasão e sedução, uma vez que, em uma democracia, para alcançar o poder, o agente precisa conquistar o maior número de eleitores, que se constitui como um público heterogêneo. O convencimento é o principal objetivo do discurso político, sendo alcançado pela imagem que o enunciador idealiza de si mesmo (*ethos*) ao se expressar e sua capacidade de tornar sua ideologia comum a todos os eleitores. O discurso do agente político será sempre o de uma “idealidade social”, que almeja o bem-estar do cidadão, contra a desordem social e política existente (CHARAUDEAU, 2010). Deste modo, o sujeito político precisa eleger suas estratégias discursivas para persuadir ou seduzir melhor o destinatário.

A representação do discurso político varia entre a razão e a paixão, combinando *logos*, *ethos* e *pathos*. “O sujeito falante então recorre a estratégias discursivas que tendem a tocar a emoção e os sentimentos do interlocutor - ou do público - de maneira a seduzir ou, ao contrário, lhe fazer medo (CHARAUDEAU, 2007, p. 245)”. As estratégias de persuasão compreendem, sobretudo, as maneiras pelas quais o sujeito político irá apresentar sua ideologia, a imagem que ele projeta de si mesmo e ao processo de dramatização do discurso, que consiste em provocar adesão passional do receptor apelando para suas pulsões emocionais. Segundo Charaudeau (2007), essa última estratégia discursiva, de tendência populista, é constitutiva, principalmente, nas democracias.

Consoante Pinto (2006), o discurso político é polêmico por natureza e uma de suas principais características é que, para sua sobrevivência, ele precisa impor sua verdade a muitos, no entanto, é o discurso que está mais propenso a não conseguir, pois sua verdade está sempre ameaçada em um jogo de significações. É neste jogo em que o discurso político sofre diariamente a desconstrução. Simultaneamente, ele só se constrói com a desconstrução do discurso de seu concorrente. O discurso político, conforme a autora, deve ser analisado nessas duas linhas: o êxito em desconstruir o outro e a maneira como constrói a si próprio, como oposição ao outro.

Os discursos políticos possuem locais específicos de enunciação, sendo legítimo quando partem de partidos políticos, assembleias legislativas, do governo, entre outros. Entretanto, com as democracias contemporâneas, deve-se considerar que existem cada vez mais espaços em que o discurso político é construído, concorrendo com os espaços

tradicionais. Pinto (2006) define como discurso político *estrito sensu* aquele que é enunciado a partir de locais bastante óbvios, como os locais da política, mas também há o discurso político feito pela imprensa, bem como o discurso político feito na sociedade. Isso porque quanto mais se democratiza um país, maior será o número de cidadãos debatendo os problemas sociais e políticos em locais não tradicionais da política, havendo, portanto, uma maior democratização dos espaços onde os discursos políticos são enunciados.

Nesta perspectiva, compreende-se que o discurso político adquiriu certas nuances ao longo da história. O que hoje consideramos ser um discurso político, não o era no passado. Seu caráter institucional, obviamente, permanece, mas os meios de divulgação desses discursos tiveram algumas mudanças (CAVALCANTI, 2013). No passado, reis e chefes de Estado chagavam ao poder através de seus discursos proferidos em comícios em praças públicas. Hoje, com as mudanças sociais e tecnológicas, o discurso político adquiriu outras instâncias para sua difusão, como a televisão, o jornal impresso, a internet, etc. No mundo contemporâneo, a relação entre os que governam e os que são governados é intermediada, especialmente, pelos meios de comunicação de massa.

Segundo Pinto (2006), todo discurso é um discurso de poder, na medida em que visa provar sua verdade a respeito de alguma área da ciência, da ética, da moral, etc. Contudo, a autora afirma que o discurso político se destaca de todos os demais, pois “(...) enquanto os outros tendem a deslocar seus desejos de poder, tornando-os opacos, o discurso político explicita sua luta pelo poder (PINTO, 2006, p. 92)”. A explicitação do desejo de poder seria o próprio discurso. A autora reitera que, posto isso, o discurso político se distinguiria do discurso da mídia, pois esta se opõe ao poder, assumindo uma objetividade da investigação, construindo, assim, um discurso do saber que se aproxima das regras do discurso científico. Mas o fato de passar por um discurso objetivo não o faz deixar de ser um discurso político.

Pode-se afirmar que um dos principais princípios da mídia, mais especificamente do jornalismo, é o da objetividade da notícia, bem como sua imparcialidade. No entanto, na sociedade contemporânea, observa-se uma tendência à espetacularização do discurso político fomentado pelos meios de comunicação de massa. O discurso político veiculado pela mídia, especialmente pelo jornalismo impresso, dificulta a interpelação à personalidade política pelo receptor-eleitor ou até mesmo de seus adversários políticos, sendo o sujeito enunciator a única “voz” a se manifestar.

A partir desses comentários, compreende-se que a mídia é uma instância fundamental na construção e produção de discursos políticos na contemporaneidade. Ela atua de maneira ambígua, pois na medida em que almeja construir uma relação de credibilidade com o leitor, insistindo na objetividade e neutralidade de seu conteúdo, lança mão de estratégias discursivas para a cooptação de seus receptores. Os próprios líderes políticos têm plena consciência da importância do papel dos meios de comunicação em suas estratégias. É importante ressaltar que ela não se limita a divulgar o discurso político, ela também o transforma (MIGUEL, 2015).

Assim, a mídia se constitui como um aparato indispensável nas campanhas eleitorais. Além de reproduzir e transformar o discurso do sujeito político, ela possui seu próprio discurso político que, na maioria das vezes, é subjugado à ideologia de grupos midiáticos particulares e seus editores. A mídia é um requisito da democracia e pode atuar tanto de modo a contribuir para sustentar um poder dominante ou como em favor da subversão da ordem estabelecida.

Nesse sentido, faz-se necessário reconhecer a importância da teoria de Thompson (2011) para a compreensão dessa lógica, pois por meio das formas simbólicas, o sentido é mobilizado com o objetivo de favorecer uma força ou crença política. Assim, compreende-se que a mídia pode servir para sustentar um poder dominante ou, até mesmo, trabalhar para a destituição desse poder, com o intuito de favorecer uma outra força, de acordo com sua posição ideológica.

Em geral, o discurso político se manifesta através da linguagem verbal. Esta se apresenta como fundamental, contudo, não exclui outras formas de manifestação desse discurso, como é o caso do uso de imagens, gestos e manifestações artísticas em geral. Deste modo, a charge, como uma ferramenta de discurso político dos jornais, possui a essência e as principais características do mesmo. Reconhecendo que um discurso político é formado a partir da linguagem com sua exterioridade, acredita-se que a charge seja um discurso potencial em períodos eleitorais, sendo ideológica e polêmica por natureza. O chargista utiliza de estratégias de discurso para construir os efeitos cômicos e reflexivos sobre o tema ou o sujeito em questão. A persuasão e a sedução do discurso político da charge ocorrem através do humor e da ironia, dispositivos que o enunciador lança mão almejando a cooptação do público-leitor.

2.2.3 Debate entre esquerda e direita no Brasil

No cenário de luta simbólica entre as forças ideológicas presentes numa disputa política, especialmente no cenário democrático brasileiro, destaca-se o debate entre esquerda e direita. Para ampliar um pouco a questão, optou-se, nessa sessão, por investigar a relação entre o comportamento do eleitor brasileiro e essa polarização.

Acerca do dualismo direita-esquerda presente no pensamento e discurso político brasileiro, Miguel (2010) considera-o arbitrário e reducionista, ressaltando que sua gênese remonta ao século XVIII. Na primeira república Francesa, os delegados se sentavam numa disposição tal que à esquerda ficavam os mais radicais e igualitários, e à direita os mais moderados e aristocráticos (SINGER, 2000).

A inadequação dos termos para os dias atuais deve-se, ainda, a fatores como: o colapso do comunismo e o fato de que a vida social contemporânea se organiza a partir de múltiplas perspectivas políticas como a ecologia, multiculturalismo e seus desdobramentos. Assim, a antiga dicotomia esquerda-direita se mostra ineficiente hoje, pois o conflito entre capital e trabalho, que no passado acomodou as opções políticas dos cidadãos, atualmente envolve complexas relações (MIGUEL, 2010).

Além disso, as disputas políticas atuais do cenário brasileiro dificultam o uso do rótulo esquerda ou direita, porque os partidos brasileiros não constituem sistemas contínuos, ou seja, eles se desfazem, mudam de nome, se fundem com outros partidos com a mesma facilidade com que são criados. Desse modo, o eleitorado não cria uma identificação partidária e as disputas se tornam pessoais, pois o político se filia a diferentes legendas - de esquerda ou de direita - durante a sua carreira (MIGUEL, 2010).

De acordo com Tarouco e Madeira (2013a), a identificação ideológica dos partidos é importante para a pesquisa e, nesse sentido, os conceitos de esquerda e direita são categorias necessárias para classificar os partidos brasileiros. Para compreender o funcionamento do sistema partidário, é necessário conhecer as preferências políticas dos partidos e algumas variáveis como “políticas públicas, ciclos de gastos públicos, desempenho dos governos, resultados macroeconômicos, coligações, comportamento do eleitor, atuação parlamentar, governabilidade” (TAROUCO; MADEIRA, 2013b, p.94). Para isso, recursos teóricos e metodológicos precisam superar os impasses gerados pela crise de representatividade dos partidos.

Conforme sinaliza Singer (2000), a maioria dos eleitores brasileiros se divide entre direita, esquerda e centro, votando de acordo com sua orientação ideológica. Para o cientista político, embora os eleitores não saibam explicitar suas posturas ideológicas, intuem seus sentidos e se comportam de acordo com elas. Para explicitar este fenômeno, o autor utiliza o conceito de identificação ideológica, segundo o qual as pessoas percebem o sentido do discurso político e seu debate público, posicionando-se entre uma escala que vai de extrema esquerda à extrema direita. Mesmo não sabendo verbalizar o significado das forças políticas presentes no cenário nacional, os eleitores votam orientados por sua identidade ideológica.

Telles e Storni (2011) lembram que o voto é um fenômeno complexo e que a ideologia é uma de suas explicações no âmbito sociológico. Pessoas que vivem nas mesmas condições materiais “(...) votam não apenas com o seu grupo social, mas pelo grupo (p.1)”. Assim, o status socioeconômico e as experiências dos grupos sociais produzem condutas políticas, que podem ser traduzidas pelo Índice de Predisposição Política (IPP). Nesta perspectiva, o voto é uma experiência coletiva condicionada pela ideologia do grupo.

Os partidos traduziriam a luta de classes condicionada pela ideologia de direita e esquerda. Assim, as classes de baixa renda optam por partidos de esquerda, enquanto as classes com renda superior, pelos de direita. O interesse econômico explicaria esse comportamento, pois:

[...] a esquerda se apresenta como um meio para as mudanças sociais e a igualdade, maximizando ganhos econômicos aos indivíduos de mais baixa renda. Deste modo, o voto na esquerda responde a uma necessidade dos grupos mais pobres, tais como a segurança de renda, de trabalho satisfatório e de status e reconhecimento social. Os indivíduos de renda mais elevada se contrapõem a esta conduta, pois o acesso da esquerda a cargos políticos reduziria os seus benefícios, por isso se alinham aos partidos de direita (TELLES; STORNI, 2011, p.2).

Carreirão (2008) lembra que outra perspectiva do estudo sobre as opiniões políticas dos eleitores brasileiros pode ser o sentimento partidário, que varia entre rejeição e preferência por determinado partido. No entanto, o autor sustenta a hipótese de que as ideologias políticas têm reduzido seu peso na dinâmica do processo político nacional. A composição da espinha dorsal do governo e a formação de sua base de apoio requerem uma coalizão mais heterogênea ideologicamente, que sinalizam uma diluição da rigidez ideológica que costumava ser associada aos discursos e ações petistas. Assim, a diferenciação do PT dos demais partidos começa a se diluir na percepção de uma boa parte do eleitorado brasileiro. Deste modo, as diferenças entre esquerda e direita começam a se esvaír.

Para Limongi e Guarnieri (2014, p. 5), a polarização PT-PSDB, característica das eleições presidenciais no Brasil, deve-se ao “despreparo do eleitor, de suas carências materiais e cognitivas”. Desde 1994, sempre os mesmos dois partidos têm controlado os pleitos presidenciais.

De acordo com Brugnaro e Chaia (2015), as eleições de 2014 escreveram um novo capítulo na polarização PT-PSDB. Após as manifestações de junho de 2013, o sentimento de identificação em direita e esquerda reascendeu entre as pessoas, mobilizando militantes da declarada esquerda, contra um suposto plano neoliberal do PSDB, e militantes da direita, desenvolvendo um forte sentimento antipetismo. O radicalismo de ambos os lados adquiriu elementos de ódios, e as pessoas começaram a discutir política em todo lugar. O embate se radicalizava, sobretudo, nas redes sociais e nos protestos nas ruas, contaminando, também, os candidatos à presidência da República.

Nas discussões das análises de conteúdo e de discurso, a radicalização da política no período eleitoral de 2014, reflete a polarização entre direita e esquerda no Brasil, representada no discurso político das charges que compõem o *corpus* desse estudo.

2.3 Análise de Conteúdo

Como mencionado no início desse capítulo, a pesquisa parte de duas orientações teórico-metodológicas para a análise do *corpus*, a Análise de Discurso de linha francesa, já discutida até aqui, e a Análise de Conteúdo (AC).

Sobre os primórdios da Análise do Conteúdo, Bardin (1977) argumenta que a escrita sempre foi abordada sobre diferentes perspectivas. A hermenêutica, como arte de interpretar os textos sagrados, é considerada uma prática muito antiga. A interpretação dos sonhos, a explicação religiosa, a análise de textos literários, a prática da astrologia ou psicanálise advêm de um processo hermenêutico. A *retórica* e a *lógica* também podem ser consideradas práticas de observação de um discurso, anteriores à análise de conteúdo. A primeira relacionava-se ao uso de expressões mais propícias à locução persuasiva, a segunda referia-se à análise dos enunciados e encadeamentos, do discurso e sua conformidade com as regras formais do raciocínio correto.

A história mostra casos prematuros de análises de conteúdo. Em 1640, a pesquisa de autenticidade de hinos religiosos feita na Suécia, tinha como objetivo saber se estes hinos podiam afetar negativamente os Luteranos. Para tanto, uma análise dos temas religiosos, seus

valores, modalidades e complexidade estilística foram observados. Entre 1888-1892, o francês B. Bourbon, para demonstrar a expressão das emoções e tendências na linguagem, usou o livro de Êxodo de um modo rigoroso, classificando a temática das palavras-chave. Entre 1908-1918, Thomas e Znaniecki fizeram um estudo sociológico profundo de cartas, diários íntimos, relatórios oficiais e artigos de jornal para conhecer a integração dos emigrantes polacos na Europa e na América (BARDIN, 1977).

Assim, a atitude interpretativa passa a ser validada pela análise do conteúdo. A AC tem origem nos Estados Unidos no início do século XX, na Escola de Jornalismo da Columbia, através do estudo quantitativo dos textos jornalísticos através da verificação do grau de sensacionalismo dos artigos, tamanhos dos títulos, localização na página e etc. H. Lasswel é o primeiro personagem da história que se dedicou em 1915 a fazer análise do conteúdo de jornalismo e propaganda. Durante a Segunda Guerra, o governo americano requereu dos analistas a identificação de jornais e revistas com propaganda subversiva, especialmente nazista. Após a guerra, a análise do conteúdo ganhou destaque nos departamentos de ciências políticas das universidades e aumentou o número de investigadores especialistas. Nas décadas de 1940 e 1950, o conceito que orientava a compreensão da AC era o de uma técnica de investigação cuja finalidade é a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo da comunicação (BARDIN, 1977).

Bardin (1977 p. 22) sintetiza da seguinte forma os fenômenos que afetam a investigação e a prática da análise do conteúdo a partir da década de 1960: “o primeiro é o recurso ao computador, o segundo o interesse pelos estudos referentes à comunicação não-verbal e o terceiro é a inviabilidade da precisão dos trabalhos linguísticos”.

No final da década de 1970, a AC era compreendida por Bardin como um conjunto de instrumentos metodológicos em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos diversos. O fator comum desses múltiplos instrumentos é uma hermenêutica controlada, baseada na dedução/inferência. Desse modo, a AC é um esforço de interpretação que oscila entre o rigor da objetividade e a profundidade da subjetividade. Trata-se de uma busca pelo escondido, aquilo que é latente e não aparente, o potencial inédito da mensagem (BARDIN, 1977).

Atualmente, a Análise de Conteúdo é um método de organização e análise de dados da pesquisa qualitativa. A abordagem qualitativa é comumente aplicada ao estudo da história, relações e representações do ser humano, suas crenças, percepções e opiniões acerca do modo

como vivem, sentem, pensam, constroem seus artefatos e a si mesmos (CAVALCANTE; CALIXTO; PINHEIRO, 2014).

Trata-se, portanto, de uma metodologia de pesquisa que pode ser usada para interpretar e descrever o conteúdo de uma variedade de textos e documentos. Ela permite descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, ajuda a reinterpretar as mensagens e alcançar significados que estão além da leitura comum. A pesquisa constitui-se “mais do que uma simples técnica de análise de dados, representando uma abordagem metodológica com características e possibilidades próprias” (MORAES, 1999, p.8).

Para Bardin (1977) as técnicas de descrição do conteúdo da comunicação, o uso de procedimentos sistemáticos e indicadores permitem a inferência de conhecimentos expressos em falas ou textos. Algumas dessas técnicas são:

[...] análise temática ou categorial, análise de avaliação ou representacional, análise de enunciação, análise da expressão, análise das relações ou associações, análise do discurso, análise léxica ou sintática, análise transversal ou longitudinal, análise do geral para o particular, análise do particular para o geral, análise segundo o tipo de relação mantida com o objeto estudado, análise dimensional, análise de dupla categorização em quadro de dupla entrada, dentre outras (CAVALCANTE; CALIXTO; PINHEIRO, 2014, p. 14).

A matéria-prima usada na análise de conteúdo pode ser verbal ou não verbal: “cartas, cartazes, jornais, revistas, informes, livros, relatos autobiográficos, discos, gravações, entrevistas, diários pessoais, filmes, fotografias, vídeos, etc (MORAES, 1999, p. 9)”. A perspectiva qualitativa da análise de conteúdo parte do pressuposto de que o sentido simbólico de um texto pode ser obtido pelo exame do mesmo. Cabe lembrar que um texto pode conter muitos significados, pois o sentido que o autor atribui ao texto pode coincidir com o sentido que o leitor percebe; cada leitor pode atribuir um sentido diferente ao texto; um texto pode expressar um sentido diferente do atribuído pelo autor. Portanto, os textos podem ser investigados por múltiplas perspectivas e estas estão intimamente relacionadas ao contexto em que a comunicação se insere (KRIPPENDORF, 1990 apud MORAES, 1999).

A AC pode ser compreendida como uma interpretação pessoal do pesquisador, pois uma leitura nunca é neutra. Toda leitura é uma interpretação. Sua evolução tem demonstrado que a compreensão do contexto é indispensável para compreensão do texto. “É preciso considerar, além do conteúdo explícito, o autor, o destinatário e as formas de codificação e transmissão da mensagem” (MORAES, 1999 p.10)

A Análise do Conteúdo desdobra-se nas seguintes etapas: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, inferência, interpretação. A pré-análise é a etapa em que o pesquisador entra em contato direto com o material de pesquisa, nela ocorre a relação entre as hipóteses e as teorias relacionadas ao tema. Ela consiste de quatro etapas: leitura flutuante, que é o momento em que se começa a conhecer o texto; escolha dos documentos, que consiste na seleção do que será analisado; formulação das hipóteses e dos objetivos; referenciação dos índices e elaboração de indicadores por meio de recortes de texto nos documentos de análise (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011).

Na fase de constituição do corpus da pesquisa, alguns critérios de validade qualitativa: a exaustividade, a homogeneidade, a exclusividade, a objetividade e a adequação ou pertinência. Ainda na pré-análise, é feita a formulação e reformulação de hipóteses iniciais. A última tarefa da pré-análise consiste em elaborar os indicadores para a interpretação final (CAVALCANTE; CALIXTO; PINHEIRO, 2014).

A segunda fase a exploração do material representa a definição de categorias, ou seja, de sistemas de codificação e a identificação das unidades de registro e das unidades de contexto dos documentos. A exploração do material é importante, porque permite uma riqueza de interpretações e inferências. A codificação, a classificação e a categorização são fundamentais nesta fase (BARDIN, 1977).

A terceira fase é a do tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Nela ocorre a síntese das informações essenciais para a análise, é o momento da intuição, da análise reflexiva e crítica. Na etapa de exploração do material a meta é encontrar expressões ou termos significativos que organizam o conteúdo da fala. Assim, palavras, frases, temas, personagens e acontecimentos relevantes são selecionados. Em seguida, codificações e índices quantitativos são escolhidos como regras de contagem. Por fim, o pesquisador classifica e agrega os dados, selecionando as categorias teóricas ou empíricas, responsáveis pela especificação do tema (BARDIN, 1977). Em seguida, infere-se e interpreta-se a partir do quadro teórico construído ou surgem novas dimensões teóricas e interpretativas (CAVALCANTE; CALIXTO; PINHEIRO, 2014).

Devido ao número expressivo de charges que compõem o *corpus*, a Análise de Conteúdo surge como uma perspectiva teórico-metodológica apropriada, permitindo uma análise efêmera e bem definida. O procedimento baseado na AC adequa-se melhor à

classificação das categorias, constituindo-se como um método mais rígido e proporcionando resultados mais objetivos.

No entanto, reconhece-se, também, que na AC, a linguagem é concebida como meio de representação de uma realidade pré-construída, ou seja, ela seria apenas um mero veículo de transmissão de uma mensagem subjacente, sendo esse conteúdo que o analista pretende desvendar. O texto é entendido apenas como uma “(...) estratégia de encobrimento de uma significação profunda, um sentido a ser resgatado em algum lugar, e de que o texto seria seu esconderijo (ROCHA; DEUSDARÁ, 2005, p. 310)”.

Neste sentido, recorre-se à Análise de Discurso, que é vista nessa pesquisa como um direcionamento metodológico diferenciado sobre o mesmo objeto, implicando um alargamento teórico, um olhar diferenciado sobre as práticas de linguagem. Ao contrário da AC, como compreendido na AD, a linguagem é a ação no mundo. Logo, a necessidade de situar o objeto de análise no plano sócio-histórico.

Além disso, mesmo procurando por resultados mais “precisos” e “imediatos”, compreende-se que não é possível desconsiderar toda subjetividade inerente a todo sujeito. Assim, verifica-se que o resultado não configura uma verdade absoluta, “autonomizada”, inferida a partir de critérios de análise com o total distanciamento do analista (ROCHA; DEUSDARÁ, 2005). Dito isto, essa pesquisa vê a AD como uma forma de lidar com toda a subjetividade não possível na AC. Para isso, foram selecionadas 6 de charges de cada jornal que representam os principais momentos do dado período, com o objetivo de conferir uma análise mais minuciosa do objeto.

Logo, ambas as orientações teórico-metodológicas são pertinentes nessa pesquisa, enriquecendo a análise de um pequeno segmento da relação entre mídia e política.

CAPÍTULO 3. AS MÍDIAS E SUA RELAÇÃO COM O CAMPO POLÍTICO

Os últimos séculos têm sido caracterizados por um processo integrado que engloba um conjunto de mudanças operadas nas esferas política, econômica e social, fenômeno este que é chamado de Modernidade. Na verdade, pode-se dizer que o processo de modernização teve origem na Revolução Francesa (1789) e na Revolução Industrial (1780-1830), que provocaram grandes mudanças estruturais e institucionais nas sociedades, especialmente no âmbito político e econômico (PASQUINO, 1998). O sociólogo inglês Anthony Giddens (1991, p. 11) sinaliza que o fenômeno da modernidade “(...) refere-se a estilo de vida ou organização social que emergiram na Europa a partir do século XVII e que ulteriormente se tornaram mais ou menos mundiais em sua influência”.

Tais processos de transformações tiveram repercussões significativas no cenário internacional. Embora considere que ainda existam continuidades entre o tradicional e o moderno, Giddens (1991) diz que na modernidade há uma relação de natureza dialética entre a tradição e a descontinuidade que marca as relações sociais, entre o local e o global. O autor argumenta que os modos de vida produzidos pela modernidade nos fazem romper com todos os tipos tradicionais de ordem social, de modo a estabelecer formas de interconexão que compreendem todo o globo e a modificar algumas das formas mais íntimas e pessoais das características de nossa existência cotidiana.

Existem, porém, algumas formas de identificação das descontinuidades que separam as instituições sociais modernas das ordens sociais tradicionais. Essas formas de identificação abrangem diversas características, e podem ser consideradas como o ritmo frenético de mudança nítido nessas sociedades; o escopo de mudança, isto é, a nível global; e a natureza intrínseca das instituições modernas - algumas formas sociais modernas não se encontravam em períodos históricos precedentes, como, por exemplo, o sistema político do Estado-nação, etc. (GIDDENS, 1991).

Uma das principais características da era moderna, e que é destacada por Giddens, é o distanciamento tempo-espço, que pode ser visto como as condições nas quais o tempo e o espaço são organizados de modo a conectar presença e ausência. A relação tempo-espço na modernidade, vista como separação, possibilita a racionalização das relações sociais e do fazer humano. “O advento da modernidade arranca crescentemente o espaço do tempo fomentando relações entre outros ‘ausentes’, localmente distantes de qualquer situação dada ou interação face a face (GIDDENS, 1991, p. 29)”. Essa relação tempo-espço - além das

outras faculdades apontadas por Giddens - pode ser considerada um traço característico de uma das principais instituições que possui sua essência na modernidade: os meios de comunicação de massa.

Os meios de comunicação possuem papel fundamental na constituição de realidades nas sociedades modernas. A reflexividade, segundo Giddens (1991, p. 49), consiste num processo intrínseco à modernidade, no qual “(...) as práticas sociais são constantemente examinadas e reformadas à luz de informação renovada sobre essas próprias práticas, alterando assim constitutivamente seu caráter”. Neste sentido, compreende-se que a reflexividade pode ser vista como um mecanismo de explicação sobre a organização da vida social moderna. Ela nos oferece uma dimensão do quanto somos afetados pelas consequências da modernidade, sendo a mídia uma delas. A partir da reflexividade, compreende-se como a mídia interage com o conjunto social. A mídia desempenha um importante papel no contexto moderno, pois contribui para diluir as esferas de tempo e espaço do local e do global, provocando uma sensação de familiaridade com fatos e acontecimentos extremamente distantes da vida do receptor. Ao difundir informações num ritmo de globalização, a mídia nos impõe rupturas cada vez mais sensíveis em nossas noções de espaço e tempo.

Ao formular sua teoria social crítica, Thompson (2011) atribui um papel central aos meios de comunicação de massa ao procurar entender os fenômenos ideológicos e as características institucionais das sociedades modernas e as condições de vida criadas por elas. A importância dos meios de comunicação de massa é destacada por Thompson (1998) quando este afirma que, para que se possa compreender as transformações culturais relacionadas às sociedades modernas, deve-se conferir especial atenção ao desenvolvimento dos mesmos, assim como ao seu impacto nessas sociedades. Conforme analisa o autor, faz-se necessário rejeitar a ideia de que os meios de comunicação de massa servem apenas para transmitir informação e conteúdo simbólico aos indivíduos, cujas relações com os demais permanecem inalteradas. De acordo com o autor:

O uso dos meios de comunicação implica a criação de novas formas de relações sociais e novas maneiras de relacionamento do indivíduo com outros e consigo mesmo. Quando os indivíduos usam os meios de comunicação, eles entram em formas de interação que diferem dos tipos de interação face a face que caracterizam a maioria dos nossos encontros quotidianos. Eles são capazes de agir em favor de outros fisicamente ausentes, ou responder a outros situados em locais diferentes (THOMPSON, 1998, p. 13-14).

As profundas transformações tecnológicas do século XX puderam significar ainda mais esses processos, acentuando um dos aspectos mais proeminentes da comunicação no

mundo moderno. As mensagens passaram a ser transmitidas por meio de grandes distâncias com certa facilidade, fazendo com que indivíduos tenham acesso à informação e comunicação vindas de fontes cada vez mais distantes. Os meios eletrônicos proporcionaram que mensagens fossem enviadas e visualizadas de maneira instantânea, provenientes das mais remotas fontes no espaço (THOMPSON, 1998).

Nesta perspectiva, o uso dos meios de comunicação transformou a disposição espacial e temporal da vida social, de modo a criar novas maneiras de ação e interação entre os indivíduos, bem como novas formas do exercício do poder, que deixa de ser vinculado apenas ao compartilhamento local comum (THOMPSON, 1998). Sendo a mídia uma instituição fundamental da vida moderna, ela exerce significativa influência no pensamento social e político dos indivíduos de uma determinada sociedade. No contexto contemporâneo, a mídia não só informa, como cria fatos, trazendo em cada nota um conjunto infinito de interpretações, que chegam a milhares de pessoas, mas partem de um só emissor (COSTA, 2007).

O desenvolvimento da mídia no decorrer do século XX transformou de forma significativa a esfera política. “A relação dos cidadãos com o universo das questões públicas, o contato entre líderes políticos e sua base eleitoral e mesmo o processo de governo foram reconfigurados pela evolução tecnológica da mídia (ROSALINO, 2011, p. 144)”.

Um aspecto caracterizador do discurso midiático é a sua volatilidade, que faz do imediatismo dos fatos algo que acontece em segundos, sendo rapidamente substituível, mudado, esquecido. Deste modo, a mídia contribui para que fatos importantes sejam banalizados e, com isso, transformados em coisas comuns. É como afirma Bauman (2007), a sociedade que transforma tudo em líquido, que perde consistência e solidez, e entra na corrente que se dilui.

Neste sentido, compreende-se que a mídia possui grande importância nos sistemas políticos modernos, pois além de informar e difundir conteúdos simbólicos, ela tem o poder de determinar os assuntos a serem discutidos na sociedade, assim como influenciar a maneira pela qual os receptores irão receber e processar as informações e os temas em destaque no meio social. Do mesmo modo em que é capaz de definir os assuntos que pautam o debate público, ela pode deixar de falar um determinado tema relevante para a sociedade, agindo de acordo com seus interesses.

De acordo com o conceito de poder simbólico de Pierre Bourdieu (1989), este se apresenta como um poder invisível e seu exercício pressupõe uma cumplicidade entre os que exercem e os que se submetem a tal poder, sendo ignorado como arbitrário. O autor fala do poder da influência, da manipulação, o poder de conduzir indiretamente a sociedade de acordo com a intenção dos que o detêm e utilizam. Neste sentido, a força do poder simbólico é notória na mídia, pois possui o poder de influência no agir, no crer, no que produzir, no *modus vivendi*. De acordo com o autor, este poder é exercido pela força da violência simbólica pela qual se impõe o estabelecimento do *habitus* em cada sistema simbólico, que é validado pela mídia através de práticas discursivas - informativas, persuasivas e de entretenimento. Deste modo, esse discurso é capaz de transformar visões de mundo e produzir impressões de realidade.

A partir desses comentários, entende-se que os meios de comunicação de massa possuem grande influência na construção da realidade social dos indivíduos, sendo uma importante parte da vida contemporânea. Eles não transmitem apenas fatos, mas também valores, julgamentos, interpretações, etc. “Ao selecionar os fatos que julga mais relevantes, já embute critérios de apreensão do mundo (MIGUEL, 2015, p. 359)”.

A mídia tem o poder de influenciar e até mesmo de mudar pensamentos e estilos de vida. Nesse sentido, ela é, ao mesmo tempo, uma mercadoria e arte, uma forma de influenciar pessoas no sentido ideológico de gerar lucro ou mesmo estabelecer uma forma de pensar. Embora se apresente sob a roupagem da neutralidade, serve para sustentar ou subverter um poder dominante, além de poder atuar em favor de uma determinada força política em períodos eleitorais.

Por conseguinte, este terceiro capítulo tem por objetivo abordar a importância que os meios de comunicação de massa - em especial o jornal - possuem na esfera política, assim como seu impacto na formação dos sistemas simbólicos dos agentes sociais. Para isto, busca-se entender a relação entre o campo midiático e o campo político, partindo do pressuposto de que a mídia é um agente fundamental na luta simbólica para transformar ou conservar o poder simbólico nas democracias.

As abordagens desse capítulo, assim, buscam apresentar os diversos meios midiáticos, introduzindo o jornalismo como uma das principais vertentes da mídia. Este, por sua vez, possui a função de manter o público informado e fazer a mediação entre os agentes políticos formais e os eleitores. Nesse sentido, como já foi introduzido no capítulo anterior, esse estudo

considera o discurso jornalístico como ideológico, que vai além de toda imparcialidade. Os jornais seriam agentes efetivos na vida política nacional, onde seu papel ganha ainda mais peso em períodos eleitorais. Logo, o discurso da charge jornalística nos suportes midiáticos onde são veiculadas, é entendido como uma das manifestações mais fortes e originais da imprensa nesse jogo de forças.

Ainda nesse capítulo, procurou-se realizar um breve resgate do contexto histórico e político das eleições presidenciais de 2014, bem como dos eventos que precederam esse cenário. Tais eventos são considerados de extrema importância para a compreensão dessa conjuntura, pois influenciaram de maneira significativa o desenrolar das eleições.

3.1 Os diversos campos midiáticos

O termo mídia é derivado do latim *media*, plural de *medium*, que significa “meio”. No Brasil, a palavra mídia chegou por influência da palavra de língua inglesa *media*, numa versão simplificada de *mass media*, que consiste numa maneira de se referir aos meios de comunicação de massa. Nesta perspectiva, a mídia é um conjunto de meios que transmitem informações e conteúdos variados.

A mídia, como sinônimo de meio, abrange no campo da comunicação todos os suportes que veiculam informações, ideias, conceitos, englobando uma série de diferentes plataformas - jornais, revistas, telefone, rádio, televisão, internet - como também, conforme sinaliza Castells (2002, p. 370), “(...) os grupos empresariais cada vez mais concentrados e globalmente interconectados”.

Quando se fala em meios de comunicação de massa, a ideia que nos remete é a de emissoras de televisão, rádio, jornais e revistas. De fato, estes são os principais setores da comunicação social. No entanto, outras formas de mídia vêm se desenvolvendo e tornando-se cada vez mais imprescindíveis nas sociedades modernas. Assim é o caso, por exemplo, da *internet*, que tornou a mídia mais heterogênea, onde os assuntos não são pautados apenas segundo os interesses dos grandes conglomerados da comunicação e, possivelmente, do governo. Através do advento da internet, conseqüentemente, das mídias sociais - *facebook*, *twitter*, *blogs*, etc. - o processo de comunicação deixa de ser unilateral, viabilizando a interação entre os produtores midiáticos e os receptores.

Conforme sinaliza Miguel (2015), as indústrias editorial (livros), cinematográfica e fonográfica (CD), bem como *outdoors*, painéis eletrônicos, discos de *home-video*, *softwares*,

etc.; tudo isso também faz parte dos setores da mídia. A esfera midiática não compreende somente informações de tipo “jornalístico”, mas também o mundo do entretenimento, como o cinema, *video-games*, a música reproduzida por um aparelho MP3, novelas e séries de televisão, a interação proporcionada pelas diversas mídias sociais, entre outros.

Diante das diversas formas de comunicação que compreendem a esfera midiática, o autor define que é pertencente desse meio todo e qualquer processo de comunicação que permite que um único emissor transmita mensagens que alcancem um grande número de receptores, que estão distantes no tempo e/ou no espaço. Embora o advento da internet tenha provocado uma possível interação entre emissores e receptores, uma das principais características da mídia é a desigualdade entre ambos, onde o emissor possui o monopólio da fala na maior parte do tempo (MIGUEL, 2015). O autor explica que:

Diferentemente do que as aparências podem indicar, as novas tecnologias não alteram essa característica. Um site da internet ainda é uma mensagem de autoria de um único centro emissor, que atinge uma multiplicidade de receptores. Se é possível que leitores façam comentários, esses comentários são uma concessão do emissor, que pode editá-los ou removê-los (MIGUEL, 2015, p. 360-361).

A partir desses comentários pode-se afirmar que, no mundo contemporâneo, a mídia está em quase todas as esferas da vida moderna, seja no meio político, social, econômico e até no lazer. Ela se fez parte essencial do cotidiano dos indivíduos, que se tornam cada vez mais dependentes da mesma no processo de ação e interação. Muito do que sabemos ou que julgamos saber sobre o mundo parte da mídia. Hoje é possível ter acesso a informações e acontecimentos não somente relacionados ao nosso meio social, mas a sociedades e lugares remotos - separados por fusos horários, climas, ordens geopolíticas, etc. -, e de maneira instantânea.

Moraes (1998) aponta que a incontrolável aceleração tecnológica traz consigo a suspeição sobre o que conhecemos por vida social. “Circuitos infoeletrônicos e imagens geradas por satélites comprimem a imensidão da Terra; a explosão digital introduz usos compartilhados e interatividades; as informações mal chegaram e já estão de partida (...) (MORAES, 1998, p. 9)”. Dados e imagens são veiculados frenética e ininterruptamente, em alcance global, ajustados à lógica mercadológica. Segundo o autor, o fenômeno da mundialização desorganiza valores e padrões culturais, fazendo com que as antigas identidades constituídas por laços comunitários entrem em colapso. Os espaços sociais passam a ser tomados pela dinâmica do consumo, onde as vontades e desejos são guiados pela astúcia do marketing e dos planejamentos estratégicos. Os aparatos midiáticos disseminam,

além de referências culturais - modos de convivência e pensamentos -, marcas de produtos, não possuindo, a maioria delas, nítida identificação de origem. Assim, o consumo massivo de mercadorias e bens simbólicos disponíveis interfere na rotina e nas relações humanas.

A mídia, hoje, é parte essencial na construção da realidade social dos indivíduos. Miguel (2015) afirma que esse processo possui, de fato, pontos positivos, pois ela acaba por ampliar os horizontes, proporcionando uma maior oferta de informações. No entanto, a construção da representação do mundo social passa a sofrer grande influência por poucos veículos, que monopolizam a esfera midiática, como os grandes conglomerados de comunicação, vistos como grandes formadores de opinião.

Miguel (2015) argumenta que os defensores do “livre mercado” afirmam que ele é uma forma de garantir o pluralismo da mídia, proporcionando a concorrência entre as empresas de comunicação. Mas, continua o autor, há uma tendência mundial à concentração da propriedade da mídia, onde formam-se grandes conglomerados, por vezes multinacionais, que detêm tal força e poder que torna-se praticamente impossível concorrer com os mesmos. Grandes fusões ocorrem, ao passo que, torna-se possível um mesmo grupo controlar inúmeros veículos, das mais variadas formas - é o que chamamos de “propriedade cruzada”. Moraes (1998) reitera que:

Os conglomerados reconfiguram-se como arquipélagos transcontinentais, cujos parâmetros são a produtividade, a competitividade, a lucratividade e a racionalidade gerencial. Para tanto, buscam conferir escala a seus produtos, por intermédio de alianças e parcerias entre si e com grupos regionais; absorvem firmas menores ou concorrentes, diversificam investimentos em áreas conexas (MORAES, 1998, p. 11).

Deste modo, o resultado de tudo isso é um conjunto menos plural de fontes de informação disponibilizado ao público; uma grande concentração de atividades nas mãos de poucas empresas e uma aglomeração de patrimônios e ativos inigualáveis (MORAES, 1998).

No Brasil, a concentração da propriedade da mídia é bastante clara, ficando nas mãos de poucos grupos controlam grandes parcelas dos meios de comunicação social. Neste momento, poucos grupos de comunicação realizam a distribuição de informações no cenário nacional e regional, minimizando, assim, o espaço publicitário para as demais empresas do setor. Esses conglomerados estão à frente das maiores redes de rádio e televisão, assim como possuem o controle de veículos de mídia impressa, como jornais e revistas, e da internet. Neste sentido, pode-se afirmar que a maior parcela de notícias e entretenimento que recebemos é disponibilizada pelo seletivo grupo de elite da comunicação social brasileira.

O Grupo Globo, da família Marinho, a Editora Abril, da família Civita, e o Grupo Folha, da família Frias, são três dos principais conglomerados do setor, que ainda inclui dois dos jornais de maior circulação do país, *O Globo* e *Folha de S. Paulo*. Esses jornais são parte importante desse estudo, pois além possuírem alcance nacional e serem compreendidos como grandes formadores de opinião pública, eles são os principais e tradicionais veículos que publicam as charges políticas diariamente, cujos desenhos de humor serão analisados em razão de seu discurso político e ideológico, especialmente em períodos eleitorais.

3.2 O jornalismo e o discurso da imparcialidade

O jornalismo é uma das principais vertentes da mídia, tratando-se de “(...) uma atividade técnica especializada, que cumpre uma função social específica, de difusão de informações consideradas relevantes que, de outra forma, os indivíduos não poderiam obter (MIGUEL, 2015, p. 362)”. Melo (2003) diz que o jornalismo é produto da convergência de padrões importados - principalmente franceses e norte-americanos -, contudo, durante o século XIX, o jornalismo no Brasil adquiriu identidade própria em meio ao processo de modernização da imprensa. Esta última, por sua vez, buscou transformar-se no decorrer do século XX, com o intuito de concorrer com o rádio e a televisão. Esse processo experimentado pelo jornalismo brasileiro durante o século XX visava à superação de estruturas arcaicas ligadas tão somente aos interesses políticos - partidários ou governamentais -, bem como a adoção de padrões sintonizados com a economia de mercado (MELO, 2003).

Atualmente, o jornalismo não se apresenta somente no jornal impresso, mas em todas as formas em que notícias são veiculadas pela mídia, seja no rádio, na televisão ou na internet. Entretanto, o jornalismo impresso possui significativa importância e repercussão na arena política, constituindo-se como parte fundamental no registro dos acontecimentos na sociedade. Segundo Melo (1994), a essência do jornalismo está no fluxo de informações da atualidade, que se verifica nas páginas dos jornais e nas outras formas de mídia. O autor acrescenta:

O jornalismo é concebido como um processo social que se articula a partir da relação (periódica/oportuna) entre organizações formais (editoras/emissoras) e coletividades (públicos receptores), através de canais de difusão (jornal/revista/rádio/televisão/cinema) que asseguram a transmissão de informações (atuais) em função de interesses e expectativas (universos culturais ou ideológicos) (MELO, 1994, p. 14-15).

Portanto, conforme sinaliza o autor, trata-se de um processo ágil, veloz e contínuo, definido pela atualidade, pois o que une o receptor e o emissor são os acontecimentos em curso na sociedade (MELO, 1994). Todavia, mesmo que o jornalismo seja marcado pela atualidade, este se constitui como uma importante fonte histórica de pesquisa. A imprensa pode ser entendida como um meio significativo para uma abordagem diferenciada do passado, bem como a explicação dos fenômenos políticos que marcaram a história da política nacional.

De acordo com Tania Regina de Luca (2015), até o início da década de 1970, ainda era pequeno o número de trabalhos que recorriam aos jornais como fonte de conhecimento de história no país. Embora a importância dos periódicos fosse reconhecida, destacava-se a preocupação de escrever a História da imprensa, mas não a História *por meio* da imprensa. De Luca afirma que existiam inúmeros fatores que explicam essa situação, mas o principal se dava pela grande preocupação com a independência, objetividade e neutralidade das informações.

Nesse contexto, os jornais pareciam pouco adequados para a recuperação do passado, uma vez que essas “enciclopédias do cotidiano” continham registros fragmentários do presente, realizados sob o influxo de interesses, compromissos e paixões. Em vez permitirem captar o ocorrido, dele forneciam imagens parciais, distorcidas e subjetivas (DE LUCA, 2015, p. 112).

A partir das últimas décadas do século XX, contudo, houve mudanças significativas no que tange à prática historiográfica. A terceira geração da Escola dos *Annales* apresentou uma concepção que propunha novos objetos, problemas e abordagens. No Brasil, a partir da década de 1970, começavam a surgir trabalhos que apontavam uma perspectiva metodológica diferente, valendo-se dos jornais como fonte de investigação e análise crítica (DE LUCA, 2015).

Neste sentido, o jornal pode ser compreendido como fonte de pesquisa alternativa de um determinado período histórico, proporcionando a reconstituição do passado de maneira singular. Não obstante a relevância do jornal como fonte de informação histórica, é preciso considerá-lo com a devida cautela, pois “(...) nem sempre a independência e a exatidão dominam o conteúdo editorial”, caracterizado como “mistura do imparcial e do tendencioso, do certo e do falso” (RODRIGUES, 1968 apud DE LUCA, 2015, p. 115-116).

Os periódicos podem atuar como porta-vozes dos interesses de setores da classe dominante, principalmente no que concerne à grande mídia. Entretanto, a mídia alternativa apresenta-se como contraponto da primeira, difundindo um outro olhar sobre a história de um mesmo contexto social, o que não a faz deixar de ser tendenciosa. Assim, o jornalismo

alternativo pode ser visto como um exemplo de resistência ao discurso dominante, como foi o jornal *O Pasquim* no período da ditadura militar (1964-1985), por meio de seu humor e discurso ácido.

O humor, mais especificamente a charge, é um tipo de linguagem significativa presente nos jornais e nas revistas. Ainda que, atualmente, seja disponibilizada num ritmo frenético na internet por meio de *blogs* e redes sociais, o jornal é o suporte central da charge, que é publicada nas edições diárias. A charge deve ser compreendida como um importante registro social e político de um contexto particular. Repleta de ironia e crítica, a charge carrega em sua essência a intencionalidade e a ideologia de quem a produz, sendo considerada como um dos gêneros opinativos do jornalismo.

Cada vez mais poderosa, a mídia hoje, já se pode dizer, “mídias”, exerce uma forte influência sobre as pessoas, e apesar de se apresentarem sob a roupagem da neutralidade, carregam em seu discurso, a tendenciosidade ideológica de quem vende uma mercadoria, altamente sofisticada.

Sobre isto, Miguel (2015) comenta:

De fato, a mídia é parte importante da vida contemporânea. Uma grande parcela do que sabemos, ou julgamos saber sobre o mundo que nos cerca passa por ela. A esmagadora maioria das informações que recebemos sobre fatos e pessoas fora do nosso círculo mais próximo (...) tem os meios de comunicação como origem. Muito de nossa maneira de ver o mundo - e, portanto, de agir nesse mundo - depende da mídia (MIGUEL, 2015, p. 359).

Melo (1994) entende os meios de comunicação de massa como “aparatos ideológicos”, que atuam como uma “indústria da consciência”, “(...) influenciando pessoas, comovendo grupos, mobilizando comunidades, dentro das contradições que marcam as sociedades (p. 67)”. Neste sentido, eles são movidos na direção das forças sociais que os controlam, refletindo, também, as contradições ligadas às estruturas societárias em que existem.

Como já ressaltado, o jornalismo é uma das vertentes da mídia no contexto atual, presente não só na imprensa, propriamente dita, como nas mídias eletrônicas, como telejornais, programas de reportagens jornalísticas e outras formas de levar notícias à população. Mesmo se tratando de uma linguagem técnica, centrada na informação, o discurso jornalístico é ideológico e traduz, na maior parte do que veicula, a intenção de quem escreve, da imprensa e do contexto do momento (MIGUEL, 2015).

A pretensa objetividade e imparcialidade do jornalismo ainda se faz presente na autoimagem dos jornalistas, assim como constituindo-se como um valor-guia do jornalismo brasileiro. Embora esses princípios tenham começado a ser adotados a partir da metade do século XIX, apareceram de forma recorrente, pelo menos, desde as reformas “modernizantes” da imprensa, em meados do século XX (BIROLI; MIGUEL, 2010). Tais princípios são vistos como características fundamentais para se fazer um jornalismo de qualidade e manter uma relação de credibilidade com o público receptor. No entanto, verifica-se um dissenso sobre o funcionamento da objetividade - consequentemente da imparcialidade - entre os jornalistas profissionais e diversos críticos. Tal polêmica direciona a uma pergunta: é possível a objetividade e imparcialidade no trabalho jornalístico?

No século XIX, o jornalismo passou por mudanças significativas. Se antes se apresentava como panfletário e partidário, reproduzindo críticas aos adversários políticos, a partir desse momento, surgia a valorização dos fatos em detrimento das opiniões, que permaneceu até a primeira parte do século XX. No entanto, a simples descrição dos fatos não era suficiente, as informações deveriam ser difundidas sem o mínimo de interpretações, valores e subjetividade.

Com o surgimento das agências de notícias e das relações públicas, as experiências da Primeira Guerra Mundial, o desenvolvimento da indústria e a ascensão do capitalismo; o princípio da objetividade passa a ganhar força, pois reconhecia-se a necessidade de interpretar o mundo complexo, através de um método objetivo de relatar fatos e acontecimentos. Portanto, já nos anos de 1930, a objetividade já havia se tornado um princípio fundamental na ética jornalista (TRAQUINA, 2005). Um novo gênero jornalístico surgia, o informativo, mas o jornalismo opinativo não saía de cena, ganhando espaço nas páginas dos editoriais. Nesse quadro, o jornalismo começava a se constituir como empresa voltada a gerar lucros.

O princípio da objetividade defende que o texto jornalístico deve ser orientado pela informação objetiva, descrevendo a realidade “tal qual ela é”, sem a interpretação e subjetividades do sujeito que a redige. Para conseguir chegar à objetividade dos fatos, o jornalista lançaria mão de determinadas técnicas na construção da notícia. Contudo, os críticos alegam que toda construção de texto é um discurso constituído a partir de uma seleção de vocábulos influenciados por valores pré-estabelecidos, subjetividade e ideologias próprias ao indivíduo.

É Luiz Felipe Miguel quem complementa:

A inevitável mediação humana, que aplica critérios de seleção e enquadramento, é escamoteada pelo discurso oficial do jornalismo, que se apresenta como “objetivo” e “imparcial”. Ora, a simples escolha do vocabulário já implica uma posição sobre o assunto. Dizer que um comício reuniu 5 mil pessoas ou “menos” de 5 mil pessoas pode estar correto, nos dois casos, mas a primeira forma indica que se tratou de muita gente, de um sucesso de mobilização, enquanto a segunda denota o contrário (MIGUEL, 2015, p.363).

A seleção da informação a ser divulgada pelos veículos midiáticos é o principal instrumento que a empresa jornalística possui para expressar sua opinião sobre os acontecimentos políticos e sociais. Essa seleção da informação é, na prática, a própria linha editorial, que significa a ótica através da qual o jornal enxerga a sociedade, conseqüentemente, o mundo. Deste modo, essa ótica se apresenta por meio do que a instituição decide publicar, privilegiando determinados assuntos, destacando certas personalidades e obscurecendo ou omitindo outras.

No entanto, o jornal não é capaz de exercer um total controle sobre tudo o que será publicado. O que pode ocorrer, de fato, é um tipo de negociação implícita entre a empresa e os jornalistas profissionais, onde estes últimos acabam interferindo no controle de seleção e publicação das informações (MELO, 1994). Ainda assim, não há dúvidas de que a linha editorial do jornal influencie na seleção das informações, bem como na maneira pela qual essas informações serão divulgadas, obedecendo a critérios de enquadramento.

Contudo, também é preciso considerar a preocupação dos jornais com o seu público-leitor, cabendo ao mesmo “procurar universalizar valores de certas frações de classe, como se fossem válidos para toda a sociedade; (...) deve até mesmo realizar ‘adequações’ de modo a não se afastar de seu público e perder legitimidade (ARÊAS, 2012, p. 43)”.

Embora a objetividade se apresente como um método a ser perseguido, todo discurso é resultado de interpretações, valores e ideologias inerentes aos sujeitos. Portanto, ao reproduzir um fato ou acontecimento, o jornalista, enquanto sujeito, não é capaz de se despir de toda sua subjetividade, paixões, convicções, etc., mesmo que involuntariamente. Assim, essa abordagem já revela que não há neutralidade no trabalho do jornalismo e que, mesmo que os leitores não reconheçam os mecanismos dessa linguagem, a recepção ingênua é a mais perigosa, pois não desvela o que ideologicamente se esconde, na linguagem objetiva e aparentemente verdadeira. O mesmo se dá na relação entre mídia, jornalismo e discurso político, uma vez que de acordo com Miguel (2015), a mídia, ao realizar a mediação entre o fato político e a opinião pública, transforma por sua linguagem própria, o discurso político.

A noção de imparcialidade também está vinculada a um discurso que condena os interesses de indivíduos e grupos particulares - e, conseqüentemente, as ações que decorrem desses interesses -, culpados pela deterioração da esfera pública. Tal discurso possui como defesa o ideal de uma pluralidade nos meios de comunicação de massa presente nas democracias, ou seja, a luta para a não concentração de poder por grupos privilegiados nesses meios. De acordo com Biroli e Miguel (2010), esse princípio da imparcialidade como valor-guia do jornalismo serve para reforçar a opressão, ao transformar o ponto de vista desses grupos em uma postura universal. Nessa lógica, os autores continuam:

As diferenças são reduzidas a uma unidade que não é apenas artificialmente forjada como também é socialmente situada. A pluralidade é negada, já que se postula uma moral transcendente capaz de totalizar as perspectivas. Quem permanece fora desta unidade transcendente é transformado em um “outro absoluto”, o que significa eliminar a alteridade como integrante efetiva do espaço público (BIROLI; MIGUEL, 2010, p. 66).

A perspectiva delineada pelos autores define que o princípio da imparcialidade não é apenas inatingível, mas que, ao ser postulado como uma referência para a avaliação do grau de democracia, justiça e pluralidade dos meios de comunicação de massa, bem como um parâmetro para a apreciação do trabalho jornalístico, funciona de maneira a dissimular parte das dinâmicas de opressão. Permite, assim, que os discursos de determinados grupos sejam aceitos como verdadeiros e universais, abafando as vozes de grupos diversificados, que não possuem espaço na grande mídia. Da mesma forma, o discurso da imparcialidade presente na prática jornalística ignora o caráter conflitivo das relações sociais e políticas, o que acaba impedindo o estabelecimento de critérios que definem quais as vozes relevantes na esfera pública (BIROLI; MIGUEL, 2010).

O jornalismo alternativo visa diversificar as vozes do debate público, ao oferecer temas, perspectivas e fatos que são obscurecidos, silenciados, e às vezes, distorcidos pelos canais de comunicação hegemônicos, guiados por interesses comerciais e políticos. Suas atividades são predominantemente formuladas ao modelo da contra-informação, procurando desobstruir o acesso à opinião pública para os mais diferentes grupos sociais.

De acordo com Downing (2002), a mídia alternativa, em especial o jornalismo, quebra o silêncio, refuta as mentiras e fornece as verdades da informação, sob regimes opressores e reacionários, pois fazem forte uso da censura e do controle da informação. Em sistemas em que a hegemonia capitalista é munida pela autocensura e por interesses comerciais da grande mídia em manter o *status quo*, a mídia alternativa possui o compromisso de viabilizar as

peças os fatos que lhes são negados e, de igual modo, procurar novas maneiras de desenvolver uma ótica de questionamento do processo hegemônico e fortalecer a confiança do público em realizar mudanças positivas. Entretanto, sendo a mídia alternativa desenvolvida fora dos conglomerados de comunicação e das grandes redes de jornalismo, sua voz é abafada pelo discurso dominante da grande mídia, que se apresenta como objetivo e imparcial.

A dificuldade em alcançar a objetividade e imparcialidade defendidas pelo setor jornalístico pode ser explicada por questões diversas. Dentre elas, está a incorporação das dinâmicas econômicas e comerciais pertencentes aos sistemas capitalistas pelo jornalismo, cujas práticas empresariais e mercadológicas buscam a maximização do lucro; de igual modo, verifica-se a influência de uma cultura política organizacional definida, induzindo um enquadramento nas matérias e reportagens de caráter político e social.

Os jornais *O Globo* e *Folha de S. Paulo* são dois dos principais periódicos que possuem um amplo alcance nacional, sendo representantes da grande mídia brasileira e principais formadores de opinião pública. Nesse sentido, se a informação mediada por esses jornais é de grande importância para a opinião pública em qualquer momento da vida democrática, em períodos eleitorais ela é ainda mais significativa (FERES JÚNIOR et al., 2014). No entanto, como é de conhecimento de muitos, a grande mídia brasileira, ao contrário do discurso que preconiza aos receptores, não possui nada de imparcial. Infelizmente, uma grande parcela do público que consome a mídia informativa, em especial a grande mídia, crê no discurso de objetividade e imparcialidade, onde a notícia seria uma mera reprodução dos fatos, sem intervenções pessoais ou subjetivas, visto que é dessa maneira que o discurso jornalístico se apresenta.

Entretanto, através de uma análise minuciosa do texto jornalístico, esse discurso pode ser refutado. Como mostram os dados do Manchetômetro² em sua análise de valências das eleições presidenciais de 2014, esses jornais - *O Globo* e *Folha de S. Paulo* - possuem um “lado”, representado pela parcialidade de opiniões. De acordo com tal análise, fica evidente o massacre midiático sofrido pela então presidenta e candidata do PT.

Como resposta à hipótese do contrapoder, os pesquisadores realizaram uma análise de valências da cobertura eleitoral desses jornais no período das eleições presidenciais de 1998,

² Produzido pelo Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública (LEMEP) do Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), o Manchetômetro consiste num *website* de acompanhamento diário da cobertura da política na grande mídia, especificamente nos jornais *Folha de S. Paulo*, *O Globo* e *Estado de S. Paulo*, e no *Jornal Nacional*, da TV Globo. (<http://www.manchetometro.com.br/>).

em que o então presidente e candidato à reeleição do PSDB, Fernando Henrique Cardoso, se encontrava em situação semelhante à de Dilma Rousseff em 2014 (FERES JÚNIOR et. al., 2014). O resultado da análise apresentou uma cobertura positiva para o candidato à reeleição do PSDB e uma cobertura negativa para o então candidato da oposição Lula, do PT. Portanto, diante de tais resultados, podemos perceber que, por mais que esses veículos de comunicação insistam em se apresentar como neutros, sua parcialidade fica cada vez mais clara.

A charge, como um dos principais editoriais desses jornais, é, para Aragão (2010), uma das manifestações mais fortes e originais dessa imprensa que cria um panorama satírico da situação nacional desde 1937, quando surge impressa a primeira charge no Brasil. No momento que evidencia a importância do gênero textual charge, o autor diz:

Por instituir na sociedade a tradição da dessacralização diária de seus governantes e demais celebridades nas páginas dos jornais, pode-se concluir que as charges políticas constituiriam parte de um processo, não apenas de conscientização política, mas de diálogo do público - que tem sua voz e ideias percebidas, assumidas e reproduzidas pelos artistas - com o poder instituído (ARAGÃO, 2010, p. 42).

No entanto, as charges políticas publicadas por esses jornais podem atuar de maneira a sustentar ou subverter um poder dominante, de acordo com a linha editorial do jornal. Todavia, convém a esse estudo saber se essas charges possuem ou não autonomia em seu discurso político, uma vez que o resultado das análises do Manchetômetro comprova um discurso extremamente tendencioso desses noticiosos.

As charges de conteúdo político veiculadas nos jornais necessitam ser decifradas a partir do contexto social, político, cultural e econômico que as geraram. O que as charges representam, em seus traços e linguagem verbal, nem sempre aparecem claros, mas sim, subentendidos nos sentidos dos interditos e não-ditos, colocados nos ditos, lidos à primeira vista. As charges políticas são importantes ferramentas para a análise do quadro político pelos leitores/eleitores, e mesmo com seu conteúdo ideológico e discursividade persuasiva, elas, por estarem carregadas de humor, revelam um discurso que instiga o leitor a pensar criticamente. Assim, o discurso da charge jornalística nos suportes midiáticos onde são veiculadas sob o ponto de vista da metodologia utilizada para a pesquisa, passa a ser analisado com base no conteúdo político dos grandes jornais de circulação no Brasil: *O Globo* e *Folha de S. Paulo*.

Esses jornais, que representam a grande mídia nacional, apresentam-se como transmissores neutros e imparciais dos fatos e acontecimentos. No entanto, são vistos nesse trabalho como instrumentos de manipulação de interesses e de intervenção na vida social; rejeitando-se, assim, as concepções que os compreendem como meros veículos de informação

(CAPELATO; PRADO, 1980). Ao contrário, eles atuam de modo a difundir significações sociais que, sem uma análise crítica, resulta na formação da opinião pública, influenciando nas ações do público-receptor.

3.3 Mídia e política

De acordo com o que vem sendo discutido até aqui, os meios de comunicação de massa vêm produzindo grandes impactos em todas as áreas da vida social, nos mais diversos campos, principalmente no que tange ao campo político. Miguel (1997) argumenta que os meios de comunicação modificaram e continuam a modificar toda a percepção da realidade política. A qualidade desses meios, o tipo de mensagens transmitidas e a frequência de transmissão dessas mensagens são determinantes na formação das ações da opinião pública e, portanto, para o tipo de pressões que ela exerce sobre os centros decisórios do sistema político (PANEBIANCO, 1998).

3.3.1 O campo político e o campo midiático

Para uma melhor compreensão da relação entre mídia e política, este trabalho recorre à “teoria dos campos” do sociólogo francês Pierre Bourdieu, que fornece uma base teórica satisfatória para a elucidação da interação entre dois campos distintos, guiados por lógicas distintas, mas que se interferem mutuamente. É ele quem diz:

Um campo é um espaço social estruturado, um campo de forças - há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdades, que se exercem no interior desse espaço – que é também um campo de lutas para conservar ou transformar esse campo de forças. Cada um, no interior desse universo, empenha em sua concorrência com os outros a força (relativa) que detém e que define sua posição no campo e, em consequência, suas estratégias (BOURDIEU, 1997, p. 57).

Deste modo, entende-se que o campo é um espaço estruturado, hierarquizado, e esse campo de lutas serve para transformar ou mesmo conservar esse campo de forças, sobretudo em uma democracia. O autor diz que um campo é um microcosmo que faz parte de um espaço social mais amplo, mas que possui certa autonomia, com leis e regras particulares, bem como crenças e pressupostos compartilhados, seus próprios parâmetros de apreciação da realidade. Os agentes pertencentes a um campo são constituídos por indivíduos ou instituições, que integram um jogo de correlações de forças pela disputa do capital simbólico específico de cada campo, que determina as posições hierárquicas ocupadas por esses agentes. Embora um campo se constitua a partir de características próprias, ele deve ser compreendido tanto a partir de fatores internos, como externos (BOURDIEU, 1997).

O campo político é definido por Bourdieu (1989, p. 164) como “o lugar em que se geram, na concorrência entre os agentes que nele se acham envolvidos, produtos políticos, problemas, programas, análises, comentários, conceitos, acontecimentos, entre os quais os cidadãos comuns, reduzidos ao estatuto de ‘consumidores’, devem escolher (...)”. O campo político é o lugar por excelência das relações de poder, das lutas simbólicas pelo poder simbólico, o poder de construção da realidade. O campo midiático, segundo a análise do autor, embora possua suas próprias leis e regras, que podem ser identificadas como os critérios de objetividade e neutralidade, no caso do jornalismo, que buscam garantir competência e compromisso com a verdade e, em consequência, a relação de credibilidade com agentes internos e externos ao campo. O descumprimento dessas regras é frequente, muitas vezes em razão de pressões econômicas e políticas, mas requer ônus que não devem ser desconsiderados.

Bourdieu (1997) acrescenta que o campo midiático é definido, principalmente, por sua posição no mundo e pelas atrações e repulsões que sofre dos demais campos. Sua importância no mundo social se deve ao fato de que detém o monopólio real dos instrumentos de produção e difusão de informações em larga escala e, por meio destes, sobre o acesso ao espaço público. Esse processo confere ao campo midiático a capacidade de exercer uma força rara de dominação, ou seja, possuem o poder sobre os meios de acesso à notoriedade pública – o que para os políticos é, como enfatiza o autor, um prêmio capital.

O campo midiático, porém, possui uma particularidade em relação aos outros campos, pois é muito mais dependente das forças externas que os demais, estando sob pressão, em especial, do campo econômico, por intermédio do índice de audiência. Embora seja tensionado à lógica mercadológica, buscando sempre a ampliação do lucro e sujeitando-se aos interesses do mercado, é possível verificar certa resistência por parte dos jornalistas e os demais profissionais, que buscam cumprir as normas próprias de seu campo, mesmo que minimamente.

No entanto, esse campo heterônomo, como afirma Bourdieu, apesar de estar sempre sujeito às pressões comerciais, exerce uma pressão sobre todos os outros campos, impondo cada vez mais suas limitações aos demais. Todos os pressupostos e crenças compartilhadas no campo midiático estão inscritos em determinados sistemas de pensamentos e critérios de linguagem, inseridos no princípio de seleção que os jornalistas operam na realidade social e produções simbólicas, mesmo que de maneira inconsciente. Logo, não há discurso - político,

científico, etc. – nem ação – manifestação, greve, etc. – que, para integrar o debate público, não se submeta à esse processo de seleção jornalística. (BOURDIEU, 1997).

A principal influência que o campo midiático exerce sobre o campo político é na produção de capital político, que por sua vez é uma forma de capital simbólico específico do seu campo, que representa o crédito firmado no reconhecimento social da legitimidade de determinado agente social agir na política, uns mais do que outros, dependendo do grau de capital adquirido. O capital político depende da crença dos demais sujeitos sociais e, por isso, torna-se vulnerável a suspeitas. Assim, sendo a visibilidade midiática condição importante para o reconhecimento público, a mídia acaba por influenciar na formação do capital político de um indivíduo, colocando-o perante o tribunal da opinião pública (MIGUEL, 2002). No entanto, o grau de interferência da mídia na vida política de um agente depende da posição que ele ocupa no jogo político.

A compreensão da relação entre mídia e política torna-se imprescindível para a análise da política contemporânea. O campo político e o campo midiático, como dois campos distintos, exercem influência um sobre o outro, construindo uma relação complexa, aproximando-se de um jogo de influências, mas que não se traduz em uma relação de dominação. Ambos os campos, da mesma forma que os demais campos sociais, possuem certo grau de autonomia, o que não torna a influência de um sobre o outro absoluta e nem livre de resistências (MIGUEL, 2002). A teoria dos campos de Bourdieu contribui, assim, para melhor elucidar essa relação que não é unidirecional, mas que se traduz em um processo de mão dupla.

3.3.2 A relação entre mídia e política no jogo político

A interação entre os campos político e midiático alcança uma importância significativa na contemporaneidade. Por meio dos avanços tecnológicos, as mensagens transmitidas pela mídia compreendem um público cada vez maior, numa frequência e velocidade surpreendentes. Essas mensagens alcançam lugares antes inalcançáveis, fazendo com que todos os indivíduos - ou a grande maioria - sejam incluídos nos debates da atualidade, estando a par de todas as informações e notícias sobre o que se passa na arena política. Assim, os meios de comunicação de massa se apresentam como objetos imprescindíveis nas discussões sobre o campo político, constituindo-se como elementos essenciais, principalmente, na compreensão das disputas políticas nos períodos eleitorais.

Conforme argumenta Miguel (2003, p. 43), a centralidade dos meios de comunicação de massa na política pode ser explicada pela dupla mediação que eles exercem: “a mediação entre o cidadão comum e o mundo social, aquilo que a literatura especializada chama de ‘dependência cognitiva’ - pois grande parcela das informações que sobre eventos e processos que interferem na vida dos indivíduos vem da mídia, em especial os acontecimentos longínquos -; “e a mediação entre os políticos e os cidadãos, já que a mídia se tornou o principal instrumento de difusão dos discursos políticos”.

No Brasil, como em vários outros países, tornou-se comum a rotulação do papel político da mídia como “Quarto Poder”, onde a mídia exerceria tanto poder e influência quanto os Três Poderes do Estado Democrático: Legislativo, Executivo e Judiciário. De acordo com Traquina (2005), esse termo foi inicialmente empregado por um deputado do parlamento inglês, McCaulay, em 1828, que apontou para a galeria onde os jornalistas estavam sentados e os apelidou de “Quarto Poder”. O jornalismo, nesse momento, encontrou legitimidade na teoria democrática, principalmente nas teorias de opinião pública, constituindo-se como parte integrante da política democrática. E é precisamente da concepção liberal do papel político da mídia que decorre a ideia de que ela atuaria como um Quarto Poder nos regimes democráticos modernos.

Deste modo, atuando como uma imprensa livre, ela possui a função de ser porta-voz da opinião pública, assim como vigilante do poder político que protege os cidadãos contra os abusos dos governantes; com o dever de divulgar informações necessárias para a constituição de uma opinião pública esclarecida e assumir uma postura de desconfiança em relação ao poder.

À noção da mídia como Quarto Poder, insere-se a compreensão de que ela exerceria a função de um “cão de guarda” (*watchdog*) para a sociedade, sempre zelosa e pronta para denunciar, investigar e levar ao conhecimento do público atos e comportamentos ilegais, ilícitos, ou corruptos de diversos setores, principalmente do setor político. No entanto, como “nem tudo são flores”, o papel desempenhado pela mídia nas sociedades políticas contemporâneas pode ir na contramão, contribuindo para abafar escândalos e abusos de poder e, conseqüentemente, com a cegueira da opinião pública, a verdade dos fatos é camuflada por interesses dos detentores de poder.

Segundo Miguel (2004), o impacto da mídia nas formas de ação política é bastante significativo. O autor aponta quatro dimensões principais nas quais é possível perceber o

impacto midiático alterando as práticas políticas. Primeiramente, a mídia se transformou no principal instrumento de contato entre o público e a elite política, causando a substituição de esquemas políticos tradicionais e reduzindo o peso dos partidos políticos. Isto é, o acesso à mídia acaba suprimindo algumas das principais funções desses partidos, como a de se constituírem como o meio pelo qual a cúpula mobiliza seus apoiadores, alcançando, assim, o conjunto de cidadãos; e, de maneira inversa, recolher demandas desses cidadãos, permitindo que eles cheguem às esferas de exercício do poder. Em segundo lugar, o autor inclui que, em virtude dessa predominância como instrumento de contato, a mídia trouxe a transformação do discurso político, que precisou adaptar-se às formas privilegiadas pela mesma.

Neste sentido, os políticos tendem a descaracterizar seu próprio discurso, de modo a incorporar o estilo midiático. Para Miguel, isto ocorre de maneira mais significativa nos discursos proferidos na televisão, onde aumenta, em especial, o peso da imagem e os discursos tornam-se mais fragmentários, constrangidos pelos poucos segundos destinados à fala. Em consequência, produz-se um discurso de poucas palavras, sem qualquer aprofundamento de conteúdo. Logo, a mídia produz grande impacto no discurso político, pois, “(...) uma vez que a intermediação do discurso é essencial na prática política, a mídia está modificando a própria política (MIGUEL, 1997, p. 86)”.

Outra dimensão apontada pelo autor é o fato de a mídia ser a principal responsável pela produção da agenda pública, sendo um ponto determinante do jogo político. A mídia possui o papel de determinar os assuntos que serão veiculados e de maior destaque, definindo a pauta de questões relevantes na esfera pública. Essa hipótese parte da ideia de que os indivíduos tendem a conferir mais importância aos temas de maior visibilidade na cobertura jornalística, garantindo-lhes centralidade na atenção e ação públicas. Miguel (2004) acrescenta que o impacto na definição de agenda pelos *media* não é notório apenas no cidadão comum, que tende a conceber como importantes as questões destacadas pela mídia, mas, de igual modo, nos líderes políticos e funcionários públicos, que se vêem obrigados a dar respostas a tais questões.

McCombs e Shaw (1972), criadores da teoria da *agenda-setting*, afirmaram, baseados em Bernard Cohen, que, embora a mídia não seja bem-sucedida em dizer o que as pessoas irão pensar ou falar, é efetiva em determinar sobre o que elas devem pensar ou falar. Ao formular essa teoria, McCombs e Shaw, citados por Azevedo (2004, p. 43), definiram “a visibilidade e a proeminência de determinados temas em detrimento de outros em um período delimitado (uma campanha eleitoral, por exemplo)” como a “agenda da mídia” e os temas

debatidos e considerados importantes pelos indivíduos, no mesmo período, como a “agenda do público”.

Assim, as duas agendas configuram a *agenda-setting* de um dado período, e o confronto entre as mesmas permite verificar possíveis correlações entre ambas, bem como qualificar os potenciais efeitos da mídia sobre a audiência. A aplicação desse modelo em diversas situações empíricas em um número expressivo de investigações em vários países, reforçou a tese de que os meios de comunicação de massa são capazes de influenciar na “construção social da realidade e padrões de sociabilidade” - no plano sociológico - e na “formação da opinião pública e escolha eleitoral” dos indivíduos - no plano político (AZEVEDO, 2004, p. 44).

Mais tarde, essa teoria foi contestada, pois não levava em conta como as diferentes formas de divulgação dos temas pela mídia podem interferir no processo de formação das preferências políticas dos indivíduos (PORTO, 2004). Ora, ao definir a agenda pública, a mídia não se limita como apresentadora “neutra” de um somatório de assuntos (MIGUEL, 2004). Com o propósito de superar tais deficiências, os próprios formuladores da teoria da *agenda-setting* recorreram à noção de “enquadramento” (*framing*) para atribuir um “segundo nível de efeitos”. Por conseguinte, a mídia não apenas interfere sobre o que pensam os indivíduos (primeiro nível), mas também em como eles pensam sobre algo (segundo nível) (AZEVEDO, 2004). A mídia, nessa lógica, privilegia alguns temas em detrimento de outros, e esse controle sobre a agenda e a visibilidade dos inúmeros enquadramentos não passa despercebido pelos agentes políticos, que orientam suas ações em conformidade com o impacto que podem causar na mídia (MIGUEL, 2004).

Por fim, a quarta dimensão que deixa claro o impacto da mídia alterando as práticas políticas, corresponde à questão da visibilidade midiática de determinados agentes políticos. Para Miguel (2004), os candidatos a posições de destaque na arena política precisam adotar uma preocupação central com a gestão da visibilidade na mídia, pois, esta, é cada vez mais elemento da produção do capital político. Na medida em que acrescenta algo ao capital político do sujeito, a visibilidade midiática passa a ser decisiva para contribuir com o sucesso ou o fracasso de um mandato político ou, até mesmo, do exercício de um cargo executivo. Essa visibilidade na mídia é condição necessária para a ascensão a posições de destaque no campo político, devendo ser gerida com cuidado pelos agentes políticos. Assim, os candidatos à elite política devem, mais do que no passado, agir com cautela, cuidando de todas as esferas de sua vida, com o objetivo de evitar o escândalo político.

Segundo Thompson (2002), o escândalo é um fenômeno social que pode ter sérias consequências não somente para a vida e a carreira dos indivíduos diretamente relacionados a ele, mas também para as instituições em que os mesmos fazem parte. Em um mundo onde a visibilidade foi modificada pela comunicação de massa, o poder e a reputação são indissociáveis, transformando as fontes concretas de poder. A gestão do escândalo político tornou-se, assim, um dos principais elementos que compõem as ações de governos, partidos, candidatos, etc.

A importância conferida aos meios de comunicação de massa na política contemporânea é sintetizada nas quatro dimensões apresentadas por Miguel (2004), o que não leva a crer que a política perdeu sua característica própria ou que se curvou às imposições desses meios em sua prática. Nessa perspectiva, o autor pondera:

As relações entre mídia e política são bem mais complexas. Partidos e redes tradicionais de apoio ainda são, em geral, indispensáveis para o êxito em uma disputa eleitoral. O discurso político, por mais que precise adaptar-se aos meios em que transita, ainda guarda suas marcas de distinção em relação àquele comumente veiculado pela mídia, como um vocabulário mais elaborado, signo de uma pretensa competência. A pauta da mídia fixa a agenda pública, mas muitas vezes os agentes com maior capital político são capazes de orientar o noticiário. A gestão da visibilidade é uma tarefa política central, mas nem toda a política é visível— uma parte significativa dela continua ocorrendo nos bastidores (MIGUEL, 2004, p. 9).

Nesse sentido, compreende-se que o jogo de influências entre mídia e política é complexo, não sendo unilateral. Todavia, tais considerações servem para reforçar a ideia de que a mídia possui papel central nas sociedades modernas, especialmente na esfera política. Os meios de comunicação de massa trouxeram uma nova forma de contato entre o político e o público, ampliando o acesso ao primeiro, que fica exposto à visão do público, promovendo uma sensação de intimidade, para além de toda frieza e informalidade. Toda essa visibilidade e exposição cotidiana trazem uma superabundância de informações sobre os candidatos, expondo falhas, equívocos e incertezas, o que pode ser o motivo da atual ausência de grandes líderes no campo político. Entretanto, sob o prisma da prática democrática, a desmitificação dos agentes políticos pode ser entendida como um progresso (MIGUEL, 2004).

A mídia se revela como uma instituição essencial no campo político, sendo reconhecida sua influência efetiva nos jogos de poder. Como um ator social engajado, seu discurso de neutralidade é subvertido em diversos momentos, principalmente em períodos de campanhas eleitorais. Em busca do lucro e de influência política, o princípio da objetividade e, conseqüentemente, da imparcialidade, é ignorado na medida em que difunde conteúdos simbólicos, a fim de sustentar ou favorecer determinadas candidaturas.

As eleições para presidente da República de 1989 formam um bom exemplo desse tipo de ação midiática. Fernando Collor, na época um jovem candidato praticamente desconhecido das camadas políticas mais importantes, “caiu nas graças” da Rede Globo e teve sua campanha alicerçada, principalmente, pelos golpes de marketing e propaganda dessa empresa. A edição do debate Lula-Collor no Jornal Nacional, por exemplo, foi manipulada com o objetivo de prejudicar o candidato do Partido dos Trabalhadores (PT), Luiz Inácio Lula da Silva, e favorecer o candidato do Partido da Reconstrução Nacional (PRN), Fernando Collor de Mello, tendo sido decisivo para a vitória deste último. De acordo com Miguel (2003), os casos de manipulação da notícia na história recente prejudicam, principalmente, o PT.

No entanto, a manipulação midiática não é imbatível, como afirma o próprio Miguel (2003), pois, em determinados casos, grupos adversários podem obter êxito, contrariando os interesses dos órgãos midiáticos. Um caso que merece destaque é o escândalo da Proconsult. Esse fato ocorreu no ano de 1982, no momento do retorno das eleições para governador do Rio de Janeiro. Alinhada ao governo da ditadura, a Globo participou de um esquema que buscava fraudar o resultado das eleições, com o objetivo de evitar a vitória de Leonel Brizola (Partido Democrático Brasileiro - PDT), que já era vista como certa. Após uma apuração paralela contratada pelo PDT, constatou-se que o resultado divergia completamente do resultado oficial, divulgado pela empresa Proconsult. A fraude foi denunciada, reconhecendo Brizola como governador do Rio de Janeiro. Em uma entrevista,³ Leonel Brizola se refere a Roberto Marinho - então presidente das Organizações Globo e acusado de ter participado da fraude - como “uma espécie de Stálin das comunicações de nosso país. Quem não concorda com ele, ele manda para a Sibéria. A Sibéria do gelo, a Sibéria do esquecimento”.

A eleição dos candidatos do PT, Lula (2002-2006) e Dilma Rousseff (2010-2014), respectivamente, foi na contramão do interesse de algumas empresas de mídia. Embora essa violência midiática pareça ter diminuído e os jornais não tenham se manifestado tão abertamente em favor de outros candidatos, seu discurso parcial pode ser verificado nas entrelinhas.

Esses comentários revelam a mídia como um ator político engajado, e suas peculiaridades históricas potencializam seu poder nos processos políticos, sobretudo no processo eleitoral. Nesta relação entre os campos político e midiático, além dos agentes

³Leonel Brizola comenta tentativa de golpe da TV Globo e da ditadura contra sua candidatura ao governo do Rio de Janeiro. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7dNq8bwIKhI&feature=related>. Acesso: 06 fev. 2017.

políticos e dos profissionais do setor, participam também cidadãos comuns, pesquisadores, membros de movimentos sociais, etc., que são regularmente requisitados a manifestar sua opinião. Os processos decorrentes desse jogo de influências são caracterizados, principalmente, por uma relação de “autorização” e “*accountability*” dos eleitores para com os agentes políticos (COSTA, 2007).

Segundo O’Donnell (1998), o principal canal da *accountability* vertical são as eleições, que ocorrem de tempos em tempos. No entanto, não está claro até que ponto os eleitores podem punir ou premiar os candidatos por meio das eleições, mesmo nas sociedades políticas democráticas. A existência de uma mídia razoavelmente livre, exigida nas democracias, permite a articulação de reivindicações e denúncias de atos supostamente ilícitos de autoridades públicas. Deste modo, os meios de comunicação de massa podem cumprir papel efetivo nesses processos políticos, uma vez que são canais que permitem a cobertura regular de tais denúncias e reivindicações, cujo impacto depende muito das ações que serão tomadas pelas agências estatais, que têm o direito e o poder legal para investigar e punir os delitos (*accountability* horizontal).

Assim, o autor compreende a importância da relação entre os campos políticos e midiáticos, apresentando a mídia como uma importante agência na obtenção da *accountability* horizontal, com o dever de difundir informações confiáveis e adequadas, constituindo-se uma mídia confiável e independente (O’DONNELL, 1998). Todavia, como já ressaltado, a mídia pode atuar tanto de modo a contribuir com os cidadãos para uma política justa e limpa, como para o inverso, subvertendo tais idealizações.

Conforme destaca Lima (1996, p. 239), não é de se surpreender que “(...) os *media* tenham se transformado em palco e objeto privilegiado das disputas pelo poder político na contemporaneidade e, conseqüentemente, em fonte primeira das incertezas com relação ao futuro da democracia”. Para Miguel (2002), a mídia é em si mesma, uma esfera da representação política, pois constitui-se como o principal instrumento de difusão das visões de mundo e dos projetos políticos, associados aos grupos e interesses diversos. Contudo, o autor ressalta que os discursos veiculados, ou mais especificamente, as vozes que se fazem ouvir nos meios de comunicação de massa possuem um viés, resultando em uma má reprodução da diversidade social por esses meios. Assim, para que haja a democratização da esfera pública, a mídia precisar dar espaço às diferentes vozes presentes na sociedade, o que leva a crer que o caminho não seja a pretensa neutralidade desses meios, mas um verdadeiro pluralismo, constrangido, principalmente, pela lógica do mercado.

Nesta perspectiva, entende-se que o campo midiático não é constituído por veículos imparciais dos fatos e acontecimentos da vida social. “Também não são penetras que perturbam uma atividade política que, no fundamental, ocorre sem eles; (...) são agentes políticos plenos e, com a força de sua influência, reorganizaram todo o jogo político (MIGUEL, 2002, p.180)”. E nos períodos eleitorais, sua atuação se torna ainda mais importante, visto que pode atuar de maneira a sustentar ou subverter os discursos políticos dos candidatos, contribuindo para a construção ou desconstrução da imagem dos agentes, podendo interferir no voto do eleitor. Neste sentido, acredita-se que a análise do discurso político midiático por meio das charges seja relevante, de modo a contribuir para a análise de conjuntura do período eleitoral de 2014, marcado por disputas acirradas e polarização de ideias nos debates políticos.

3.4 O contexto político das eleições de 2014

É interessante para efeito da análise da conjuntura do discurso político da charge, cujas características se revelam na forma como ele se apresenta, utilizando diferentes linguagens - o traço e a palavra -, revelar que as eleições de 2014 para presidente do Brasil polarizou-se tendências; uma candidata da situação e herdeira do líder do PT, Lula, - Dilma Rousseff; o candidato da oposição, representante do PSDB, Aécio Neves; uma liderança nordestina, o governador de Pernambuco, licenciado para a campanha, Eduardo Campos, e a representante de um partido até então não legalizado que se une a este último, como candidata à vice-presidente, mas com forte representação política, Marina Silva. Estes, de fato, consistiam nas principais figuras que disputavam o pleito presidencial nesse período.

Essa eleição ficou conhecida como uma das mais acirradas e imprevisíveis da história, sendo marcada, assim, por uma radicalização de tendências, formando um novo capítulo da dicotomia na participação política brasileira (BRUGNAGO; CHAIA, 2015). Embora a disputa tenha proporcionado a reeleição de Dilma Rousseff, o cenário não parecia favorável para a mesma. Herdeira da política do ex-presidente Lula, a petista não foi capaz de manter os altos índices de aprovação do governo.

Os eventos que ocorreram no período pré-eleitoral deram o tom para uma campanha marcada por incertezas e grandes reviravoltas. Em junho de 2013, começou a deflagrar uma onda de protestos que invadiu as ruas do país, inicialmente motivada pelo aumento das passagens de transporte coletivo nas capitais, levando a mais reivindicações para diversos temas, como, por exemplo, contra a Copa das Confederações FIFA do mesmo ano e da Copa

do Mundo FIFA de 2014. Essa, sem dúvida, foi uma das maiores manifestações populares da história do Brasil. A partir desse momento, os ânimos ideológicos pareciam ter se revigorado, aflorando o sentimento de identificação das pessoas entre direita e esquerda, transparecendo as diferenças ideológicas entre os grupos. Essa radicalização se manteve até as eleições de 2014.

Um ano antes das eleições, Marina Silva não obteve sucesso em credenciar seu partido Rede Sustentabilidade. Naquele momento, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) negava o pedido de registro da Rede, alegando a falta de comprovação do número de assinaturas de apoio previsto em lei. O fracasso fez com que Marina assinasse a ficha de filiação ao PSB, partido presidido por Campos, provocando um rearranjo de forças políticas. Com forte representação política, a ex-ministra surpreendeu não se afastando da disputa, realizando um acordo para ser vice na chapa encabeçada pelo candidato do PSB, sacudindo o jogo político.

Nesse contexto em que a situação saía na frente, em função dos programas sociais criados por Lula e ampliados por Dilma no primeiro mandato, a candidata ainda teve que conviver com o desgaste do governo, a recessão da economia e as denúncias de corrupção – como o esquema bilionário de corrupção e lavagem de dinheiro da Petrobras -, etc. A primeira pesquisa do Datafolha⁴ realizada após o início das campanhas eleitorais – 06 de julho -, mostrava Dilma com 36%, Aécio com 20% e Campos com 8%.

No entanto, em 13 de agosto de 2014, um trágico acidente aéreo levou a óbito o então candidato Eduardo Campos, que viajava para cumprir agenda de campanha. O falecimento do candidato do PSB fez com que todo o rumo das eleições fosse alterado. Dias após a tragédia que comoveu o país, Marina Silva foi o nome escolhido para substituir Campos, antiga conhecida do eleitor brasileiro por ter disputado as eleições presidenciais de 2010. Como candidato a vice-presidente, o indicado foi Beto Albuquerque, um político de confiança de Eduardo Campos.

Junto ao espetáculo político-midiático promovido pela imprensa e a comoção nacional, Marina se apresentava como a “nova política” e como a possibilidade de ruptura da polarização PT-PSDB, que controlavam as disputas presidenciais desde 1994. Saindo do posto de mera coadjuvante para a protagonista da corrida presidencial, Marina vinha conseguindo a adesão de muitos eleitores e com a promessa de se tornar o “tsunami eleitoral”.

⁴ Com 36%, Dilma lidera após início da campanha eleitoral. Disponível em: <<http://datafolha.folha.uol.com.br/eleicoes/2014/07/1487860-com-36-dilma-lidera-apos-inicio-oficial-da-campanha-eleitoral.shtml>>. Acesso: 14 set. 2016.

As pesquisas⁵ IBOPE e Datafolha, divulgadas em 03 de setembro de 2014, mostraram as candidatas Dilma e Marina empatadas tecnicamente e que, em um suposto segundo turno, a sucessora de Campos levava a vitória. Apesar de Marina ter conseguido alcançar altos números nas pesquisas de intenção de votos ao longo da campanha eleitoral, deixando para trás o concorrente Aécio Neves, esta não foi capaz de se manter “nas graças” do eleitor, abrindo caminho para que o tucano enfrentasse a candidata do PT no segundo turno das eleições de 2014.

O primeiro turno ocorreu no dia 05 de outubro de 2014, e marcou a virada surpreendente de Aécio Neves, alcançando o segundo lugar, e, conseqüentemente, o fracasso da campanha de Marina Silva. Por nenhum dos candidatos terem conseguido atingir a porcentagem necessária dos votos válidos para garantir a vitória, um segundo turno foi realizado em 26 de outubro do mesmo ano, com os candidatos Dilma Rousseff e Aécio Neves, resultando na reeleição da representante do PT.

Embora essas eleições tenham sido marcadas pela grande possibilidade de ruptura da polarização PT-PSDB, a radicalização de tendências tanto por parte dos eleitores quanto dos candidatos, também deu o tom a esse período. O radicalismo tomou conta do debate público, onde ocorreram vários conflitos entre militantes da “esquerda” e da “direta”. Os conflitos e as provocações aconteciam nas ruas e, principalmente, na internet. Após uma campanha eleitoral resumida por uma intensa troca de acusações e provocações, esse radicalismo se intensificou durante o segundo turno entre os candidatos. Em uma vitória apertada, Dilma Rousseff garantiu a reeleição no dia 26 de outubro de 2014.

As charges analisadas se inserem nesse contexto da corrida eleitoral para presidente do Brasil de 2014. Trata-se de um momento marcado por forte confronto de ideologias e valores políticos. Isto é, por uma polarização de ideias e pelo protagonismo dos meios de comunicação de massa na tentativa de influenciar as urnas, acredita-se que a análise dessa conjuntura por meio do humor, recheado de crítica ideológica representada no traço - refletindo anseios e angústias sociais, políticas e econômicas da sociedade na qual esses desenhos humorísticos estão inseridos - seja de grande importância para a análise e compreensão do embate político-ideológico vivido pelos brasileiros no dado período histórico. Neste sentido, Carmo e Gasparovic comentam:

⁵ IBOPE e Datafolha apontam Dilma e Marina empatadas tecnicamente. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/eleicoes/2014/blog/eleicao-em-numeros/post/dilma-e-marina-estao-empatadas-tecnicamente-apontam-ibope-e-datafolha.html>>. Acesso: 14 set. 2016.

O humor contido na charge - uma das principais características - muitas vezes mascara a intenção ideológica presente nela. Mesmo assim, fica subentendido o objetivo que apresenta quando se conhece o fato e o contexto em que se encontra. O gênero atinge diversas faixas etárias e classes sociais, já que pode ser veiculada em revistas, jornais, televisão e mídia virtual, atingindo um grande número de leitores. (CARMO; GASPAROVIC, 2014, p. 2).

Os diferentes sentidos e representações presentes nas charges políticas adquirem maior visibilidade em períodos eleitorais, nos quais a correlação de forças entre os partidos e seus representantes refletem as ideologias que atravessam as tendências políticas do contexto sócio-histórico que geram esses discursos. Assim, a partir dos eventos que marcaram a eleição para presidente de 2014, os discursos, os argumentos e as denúncias vão dar o tom das charges e a munição necessária para os chargistas criarem.

Os jornais *O Globo* e *Folha de S. Paulo*, como dois dos principais meios da grande mídia brasileira e suporte das charges analisadas, atuaram assiduamente no período eleitoral de 2014, realizando denúncias, apresentando fatos e emitindo opiniões que, apesar do discurso da neutralidade, podem ser lidas nas entrelinhas.

CAPÍTULO 4. AS CHARGES POLÍTICAS DAS ELEIÇÕES DE 2014: HUMOR E IRONIA NO DISCURSO DO CHARGISTA

As análises que têm por objetivo a charge permeiam um discurso representativo da linguagem dos traços reproduzidos graficamente e em muitas situações, associados à linguagem escrita. Trata-se, portanto, de um discurso com especificidades, que envolvem a ironia, a crítica, o humor, sendo cada vez mais direcionado para o tratamento de questões políticas.

O capítulo que aborda as charges como discurso contemporâneo, cujo suporte principal tem sido os jornais impressos, tenta apontar os elementos que fazem dessa linguagem e da forma como ela se expressa pela criatividade de seus autores, um importante objeto de interlocução com os leitores.

Muitos desses chargistas registram criticamente suas visões de forma ideológica, que em muitas situações são camufladas nas sutilezas dos traços. A tendenciosidade é assim, uma das marcas desses textos que fazem abordagens de cunho político, de uma forma criativa e aberta a múltiplas leituras, sem comprometer a linha editorial dos jornais onde estão veiculadas as charges.

Para melhor entendimento das opções pelas charges, torna-se essencial conhecer os dois jornais dos quais foram retiradas as charges que ilustram a pesquisa, no caso, *O Globo* e a *Folha de S. Paulo*, dois dos maiores jornais de grande circulação no país e os dois mais lidos, segundo a Pesquisa Brasileira de Mídia⁶ (IBOPE, 2016). Os chargistas que veiculam suas criações nesses periódicos são atores reconhecidos por seu talento, mas, de certa forma, estão ligados às pautas editoriais desses jornais.

No momento em que são feitas análises de discurso e de conteúdo, o capítulo apresenta as charges, objeto da análise de discurso, assim como os resultados, com tratamento através de gráficos e tabelas, da análise de conteúdo a partir de valências. Essas representações de caráter metodológico apontam diferentes análises na leitura das charges.

Ainda há que se destacar que nas referidas análises, buscou-se uma articulação entre a teoria e a metodologia utilizadas ao longo da pesquisa. A opção por trabalhar com tipos de

⁶ Essa mesma pesquisa avaliou o grau de confiança dos usuários nas notícias veiculadas pelos diferentes meios de comunicação de massa. Os resultados da pesquisa apontaram que quase seis a cada dez leitores confiam sempre ou quase sempre nas notícias divulgadas pelos jornais impressos (IBOPE, 2016).

análises, aparentemente antagônicos, traduz no contexto desse estudo diferentes olhares sobre as charges, cuja leitura é bem mais complexa que o texto escrito para os jornais.

4.1 O jornal O Globo

O jornal *O Globo* foi fundado pelo jornalista Irineu Marinho em 29 de julho de 1925. Nesse dia, foram lançadas duas edições do periódico, num total de 33.435 exemplares. Com o intuito de dar a forma editorial que idealizava para seu novo jornal, Irineu reuniu uma eficiente equipe de jornalistas e redatores. No entanto, ele permaneceu pouco tempo a frente de seu jornal, vindo a falecer poucos dias após seu lançamento. Considerando-se ainda muito jovem, Roberto Marinho, filho de Irineu, assumiu a direção do jornal apenas em 1931. Ocupando o cargo de diretor-redator-chefe, Roberto ficou no comando até sua morte, em 06 de agosto de 2003. Seus filhos Irineu Roberto Marinho, João Roberto Marinho e José Roberto Marinho assumiram o controle as Organizações Globo – hoje Grupo Globo. (MEMÓRIA O GLOBO, 2013).

O Globo integra o maior e mais influente conglomerado de comunicação do Brasil e da América Latina, o Grupo Globo, que abrange diversos suportes midiáticos além do jornal, como a maior emissora de TV aberta no país, a Rede Globo, TV por assinatura, rádio, internet, gravadora de CD e DVD, produtora de cinema, editora de revistas, etc., além de mais dois periódicos, Lance (esportivo) e Extra. Em 1977, o Grupo Globo inaugura a instituição filantrópica Fundação Roberto Marinho (FRM). Arêas (2012) afirma que, apesar de se apresentar como uma instituição sem fins lucrativos, a FRM alivia impostos para a Globo.

Desde seu lançamento, *O Globo* funcionava como jornal vespertino, sendo somente a partir de 1962 que se tornou matutino. O jornal é editado diariamente, tendo sido lançado também na versão *online* em 1996. Sediado no Rio de Janeiro, o periódico é um dos quatro maiores jornais no Brasil em circulação.

Segundo Moraes (1998), o Grupo Globo possui poderio fenomenal não apenas econômico e político, mas principalmente, ideológico, na medida em que regula identidades sociais. No entanto, o autor pondera que por mais que essa influência seja extensiva, “(...) não se revela homogênea e comporta variações em função de quesitos como escolaridade, padrão cultural, capacidade aquisitiva e nível social. Está, igualmente, sujeita a ajustes e atualizações decorrentes de oscilações mercadológicas e sinalizações de audiência (p. 115)”.

Conforme analisa Arêas (2012), *O Globo* procurou contribuir com a instituição da hegemonia neoliberal, disseminando seus valores, sob a roupagem da objetividade e neutralidade do jornalismo, construindo credibilidade. “Enquanto sustentava estar informando o leitor, *O Globo* difundia visões de mundo apologéticas do ‘mercado’ e da ‘iniciativa privada’. Ao mesmo tempo, o periódico se colocava fervorosamente contra as organizações populares, promovendo sistemática campanha contra estas (p. 31-32)”.

Ainda segundo esse autor, para a análise da imprensa em um determinado contexto histórico, deve ser levada em conta a maneira pela qual o jornal se autorrepresenta. Ou seja, quanto mais disseminada e aceita for essa autoimagem, mais eficaz será sua prática política (ARÊAS, 2012).

O princípio da objetividade que promove, conseqüentemente, a imparcialidade, confirmando a independência do veículo, está presente no discurso do jornal desde a sua fundação. As impressões do jornal sobre fatos e acontecimentos na sociedade seriam possíveis apenas nos editoriais. Em diversos momentos da história política nacional o jornal, junto aos demais veículos do Grupo Globo, atuou de maneira parcial e tendenciosa. Seu alinhamento aos governos militares, assim como sua atuação nas eleições para presidente de 1989 e para governador do estado do Rio de Janeiro de 1982, são bons exemplos de sua atuação partidária.

Arêas (2012) ressalta que a autoimagem de *O Globo* é enganosa e encobre seu verdadeiro papel na sociedade capitalista, pois o discurso da “neutralidade” e “objetividade” tem como objetivo dissimular os interesses de classe presentes na mídia. Embora faça forte oposição às organizações de cunho popular, como o MST e a CUT, o autor não considera que o jornal desconsidere demandas de grupos subalternos.

A leitura de *O Globo* se destinaria, assim, as classes médias, cujos leitores possuem elevado nível de escolaridade, além das diversas frações da classe dominante. Entretanto, Arêas não considera que o periódico não possua qualquer influência sobre as classes subalternas. Nesse ponto, o autor não se refere tão somente ao *O Globo*, mas também aos demais jornais de expansiva circulação, acrescentando:

As capas dos grandes periódicos, como O Globo, chamam a atenção de amplos setores da população— basta observar as pequenas aglomerações de pessoas que se formam em frente ou ao lado das bancas de jornais dos grandes centros urbanos para ver a primeira página dos jornais (ARÊAS, 2012, p. 44).

Neste sentido, entende-se que o jornal *O Globo* possui grande influência na vida política do país. Os diversos suportes midiáticos do Grupo Globo, com suas diferentes linguagens, seguem em uma mesma diretriz político-ideológica (ARÊAS, 2012).

As capas são importantes no jornal *O Globo* não somente por serem atrativas, mas também porque é na primeira página que é publicada diariamente a charge, junto às manchetes, fazendo alusão às mesmas ou não. Como já discutido, a charge, como gênero opinativo do jornalismo, é comumente publicada junto aos editoriais, às colunas e artigos de opinião, como um espaço separado das matérias “objetivas” e “informativas”. No entanto, acredita-se que a presença da charge na capa do jornal consista em estratégias de comunicação e persuasão, visto que ela chama a atenção, por meio da sedução do humor, para um discurso crítico e persuasivo.

As charges do jornal *O Globo* são sempre criadas pelo cartunista Chico Caruso. Caruso, irmão gêmeo do também cartunista Paulo Caruso, deu início às publicações de seus desenhos no final da década de 1960, no jornal *Folha da Tarde*, ilustrando crônicas sobre assuntos diversos, como esporte, horóscopo, política, cultura, etc. No mesmo período, começou o curso de Arquitetura e Urbanismo na Universidade de São Paulo (USP), onde desenhava para a revista universitária *Balão*, junto de Laerte – hoje da *Folha de S. Paulo*. A trajetória de Caruso inclui passagens por inúmeros veículos impressos, como os jornais *Movimento*, *Opinião*, *Gazeta Mercantil*, *Jornal do Brasil*, revista *Isto É*, etc.; alguns com relevantes serviços prestados à luta contra a ditadura militar (SANCHOTENE, 2011).

Caruso ingressou no *Globo* apenas na edição de 5 de fevereiro de 1984, onde permanece até hoje. O artista diz não possuir problemas de censura com *O Globo*, já que ingressou no jornal na época da abertura política. Sanchotene (2011) analisa que, o fato de o chargista ilustrar as capas diárias do jornal há mais de três décadas, leva a crer que seus desenhos estão de acordo com a linha editorial do jornal. Desde então, o artista vem realizando registros diários da vida pública no país, sendo o único a produzir as charges que estampam a primeira página do jornal *O Globo*. As charges de Chico Caruso possuem um acabamento minucioso, mantendo os traços de verossimilhança característicos da caricatura. No entanto, o artista tem sido bastante criticado por conta do conteúdo de suas charges, que têm causado grandes revoltas.

4.2 O jornal Folha de S. Paulo

A *Folha de S. Paulo* é o maior jornal do país e integra o Grupo Folha, da família Frias, um grande conglomerado de mídia nacional que abrange diversas outras empresas do setor, como a *Publifolha*, o *Datafolha*, *Universo Online*, *Transfolha* (transportadora), etc. O jornal, inicialmente nomeado *Folha da Noite*, foi fundado em 19 de fevereiro de 1921 por um grupo de jornalistas liderado por Olívio Olavo de Olival Costa e Pedro Cunha.

De acordo com Mota e Capelato (1981), ao logo de sua trajetória, o jornal passou por várias oscilações, incluindo as alterações de proprietários. O momento histórico em que o vespertino foi inaugurado foi caracterizado por perturbações sociais e políticas que culminaram na falência da Primeira República, momento propício para o surgimento de jornais oposicionistas. Assim, a *Folha da Noite* nascia em oposição ao jornal *O Estado de S. Paulo* – que representava as elites rurais e revelava uma postura conservadora –, buscando aproximar-se de um eleitorado não atingido por este último, procurando alcançar não somente as classes médias urbanas, mas também a classe operária.

Em 1º de julho de 1924, nascia a *Folha da Manhã*, um jornal matutino que buscava oferecer ao público todas as informações que a *Folha da Noite* não teria tempo de apresentar. A falta de uma orientação política mais definida marcou uma nova mudança no jornal. Ambas as *Folhas* eram consideradas como jornais oposicionistas ao Governo, contudo, essa posição não foi mantida. A partir de 1929, as *Folhas* deixavam de ser oposicionistas e passaram a ser governistas. No ano de 1931, houve uma alteração na constituição do grupo e Rubens do Amaral passou a ser o redator-chefe das *Folhas*. Nessa fase, as *Folhas* se definiam como um jornal de defesa de um determinado setor da classe dominante: os cafeicultores. Estabelecendo o agrarismo como seu traço definidor, os dirigentes do jornal defendiam um projeto de desenvolvimento capitalista no campo (MOTA; CAPELATO, 1981).

Em julho de 1949, já sob a direção de um novo grupo, foi lançada a *Folha da Tarde* e, mais tarde, em janeiro de 1960, as três folhas foram unificadas, passando a se chamar *Folha de S. Paulo*. A liderança de Nabantino Ramos - um intelectual de posições liberais - trouxe novos rumos para a *Folha*, que era definida como um jornal da classe média para a classe média. Com a direção de Ramos, a *Folha* se modernizou e elevou seu capital social, estabelecendo, assim, um plano de metas para os jornalistas e definindo normas internas de trabalho, um manual da redação. Outra fase ainda marcaria o periódico, que passou por mais uma alteração no grupo dirigente, em agosto de 1962. No entanto, em novembro do mesmo

ano, uma nova alteração aconteceu, e Octávio Frias de Oliveira passava a assumir o cargo de Diretor-Presidente da empresa (MOTA; CAPELATO, 1981). Frias ficou conhecido, principalmente, por ter transformado o jornal na base do conglomerado que abrange diversas empresas do setor, o Grupo Folha. Após seu falecimento, em 2007, seus filhos Octávio Frias Filho e Luiz Frias assumiram o controle do jornal.

A *Folha de S. Paulo* se apresenta como um jornal crítico, apartidário e pluralista. Estes são os princípios defendidos pela *Folha* desde a publicação de seu Manual da Redação em 1984, que vem sendo atualizado. Ao mesmo tempo em que o jornal ficou conhecido pela diversidade de colunistas e colaboradores, foram criados mecanismos de freios internos.

Essa visão apartidarista e pluralista defendida pela *Folha* é criticada por Abramo (1991). O autor observa que a alta direção do jornal demonstra forte necessidade de legitimar a linha editorial que adota. As posições políticas explícitas são, para a *Folha*, jornalisticamente inaceitáveis. No entanto, o periódico precisa realizar escolhas não só políticas, mas de diversas naturezas e, para isso, busca justificativa para suas ações no mercado. Ou seja, conforme seu Manual da Redação, é como se ao comprar ou realizar a assinatura do jornal, o leitor estivesse legitimando a linha editorial adotada, um tipo de mandato mercadológico. Essa perspectiva pressupõe que os leitores tomem decisões fundamentadas em deliberações racionais, o que é uma inverdade, visto que “a criação de hábitos de consumo tem finalidade oposta à de exercitar a racionalidade crítica do consumidor (ABRAMO, 1991, p. 44)”.

Embora defenda uma linguagem neutra, embasada em alguns critérios utilizados na escrita do texto, como a economia de adjetivos e advérbios, o jornal foi acusado diversas vezes de atuar de modo partidário e parcial. Além de ser acusado de ter colaborado com a ditadura, nas eleições de 2010, a então ombudsman da *Folha*, Suzana Singer, fez duras críticas ao jornal. Conforme destacou Singer, o periódico vinha “se dedicando a revirar vida e obra” da candidata do PT à Presidência da República, Dilma Rousseff, e acusou-o de agir parcialmente na cobertura eleitoral⁷. No entanto, em uma pesquisa realizada pelo DOXA (Laboratório de Pesquisas em Comunicação Política e Opinião Pública), do Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP) da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, mostrou que, na cobertura jornalística da campanha eleitoral de 2010, dentre os jornais analisados, a *Folha*

⁷ Ombudsman da *Folha de S. Paulo* acusa o jornal de ser parcial na cobertura eleitoral. Disponível em: <http://noticias.r7.com/eleicoes-2010/noticias/ombudsman-da-folha-de-s-paulo-acusa-jornal-de-ser-parcial-na-cobertura-eleitoral-20100912.html>. Acesso: 20 fev. 2017.

foi o que se apresentou mais crítico aos dois principais presidenciáveis, Dilma Rousseff e José Serra (PSDB). O levantamento levou em conta os textos publicados que faziam menções positivas, negativas ou neutras dos candidatos, nos meses de setembro e outubro de 2010⁸.

No que tange às charges, estas são publicadas na nobre página A2 do periódico, logo acima das colunas de opinião. Da mesma forma que ocorre no jornal do Grupo Globo, as charges publicadas pela *Folha de S. Paulo* nem sempre condizem com os editoriais e colunas com os quais divide o mesmo espaço. Diferente do jornal carioca, o jornal paulistano contava com um time de cinco chargistas no contexto das eleições de 2014. São eles: Angeli, Laerte, Bennett, João Montanaro e Jean Galvão. Atualmente, Hubert Aranha entrou para o elenco de chargistas do jornal.

Arnaldo Angeli Filho (1956), paulistano, publicou sua primeira charge na *Folha de S. Paulo* em 20 de setembro de 1975, tendo sido convidado pela cartunista Hilde Weber para o cargo de chargista fixo do jornal. O artista foi um dos fundadores do moderno humor gráfico paulistano e seus trabalhos foram influenciados pelos desenhos dos cartunistas do extinto jornal satírico *O Pasquim*, em especial, Millôr Fernandes, Jaguar e Ziraldo, além da influência dos cartuns underground do norte-americano Robert Crumb⁹.

Na *Folha*, além das charges, em 1983, Angeli passou a publicar tiras diárias, criando personagens que retratavam tipos urbanos, como a *Rê Barbosa*, *Bob Cuspe* e os hippies *Wood & Stock*. Ainda na década de 1980, publica a revista *Chiclete com Banana*, lançando um novo time de personagens, além da série *Los Três Amigos*, criada com os cartunistas Laerte e Glauco. Autor de inúmeros livros, em 1995, Angeli publica *FHC: Biografia não autorizada*, que consistia numa coletânea das charges produzidas ao longo do governo do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso.

Aos poucos, Angeli construiu um humor próprio e anárquico. Nos últimos anos, o artista passou a evitar desenhar personalidades políticas. Seu traço é um tanto sujo e possui um tom de gravidade que representa o peso da sociedade. Segundo Angeli, em suas charges, ele mistura indignação com o desprezo por determinado político. Angeli não se considera de oposição nem de situação, mas do contra, podendo a piada vir da direita ou da esquerda.

⁸ Cobertura jornalística – Eleições 2010. Disponível em: <http://doxa.iesp.uerj.br/cobertura-jornalistica-2010/>. Acesso: 20 fev. 2017.

⁹ Angeli 40 anos de Folha. Disponível em: <http://arte.folha.uol.com.br/especiais/2015/09/20/angeli-40/>. Acesso: 08 nov. 2016.

O chargista revela possuir uma antipatia pela “escolinha” do PSDB, com a postura soberba dos tucanos. No entanto, também critica o ex-presidente Lula por ter seguido um caminho errado, alinhando-se, como ele mesmo diz, “à corja do PMDB, um partido de ratos sujos, que vivem à sombra do MDB da ditadura”¹⁰. Indagado sobre o que deve estar por trás de uma boa charge, Angeli diz tentar realizar a caricatura mais cruel da política. “É gostoso acertar o tiro, mas o que a gente quer é estancar o sangue”¹¹.

Laerte Coutinho (1951) consolidou-se, principalmente, nas histórias em quadrinhos, criando personagens emblemáticos como *Piratas do Tietê*, *Hugo Baracchini*, entre outros. Em 1969, Laerte entrou para a Universidade de São Paulo (USP), onde cursou Música e Jornalismo, mas não concluiu nenhum dos dois cursos. Em 1972, no Centro Acadêmico da universidade, o artista, junto com mais alguns amigos, criaram a revista de quadrinhos *Balão*. O cartunista colaborou com vários jornais e revistas, como *Veja*, *Isto é*, *O Estado de S. Paulo*, *Folha de S. Paulo*, *Banas*, *Placar*, *O Pasquim*, *Chiclete com Banana*, etc (SOARES; FERNANDES, 2012).

Além de alguns livros com coletâneas com charges e quadrinhos publicados, o artista também lançou duas revistas, a *Strip Tiras* e a *Piratas do Tietê*. Seus trabalhos foram expostos em países como Cuba, Itália e Colômbia. Em 1974, começou a trabalhar na *Gazeta Mercantil* e produziu material de campanha para o MDB (Movimento Democrático Brasileiro). Laerte também foi um dos fundadores da editora *Oboré*, que possuía o objetivo de fazer material de comunicação para os sindicatos (SOARES; FERNANDES, 2012). Em 2009, o artista assume sua transgeneridade e começa a fazer parte de movimentos dedicados ao debate sobre o tema.

Em entrevista ao jornal *Zero Hora*, Laerte alegou que “os que trabalham com a comicidade - mais do que com o humor - precisam compreender que não existe neutralidade em seu discurso; que toda piada tem carga ideológica e que muitas vezes é preciso que se estabeleça uma discussão a respeito”¹². Segundo a cartunista, as charges são como colunas de opinião, não havendo o receio por eventuais censuras, pois a *Folha* sempre publica suas

¹⁰ Confissões de um cartunista. Disponível em: <http://brasileiros.com.br/5oQPM>. Acesso: 13 jul. 2016.

¹¹ Entrevista à Folha. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/05/1271776-tento-fazer-a-caricatura-mais-cruel-da-politica-diz-angeli.shtml>. Acesso: 20 fev. 2017.

¹² Em entrevista, Laerte fala de Brasil, de seu trabalho e da ideologia de quem faz rir no país. Disponível em: <http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2013/07/em-entrevista-laerte-fala-de-brasil-de-seu-trabalho-e-da-ideologia-de-quem-faz-rir-no-pais-4214742.html>. Acesso: 16 jan. 2016.

ilustrações¹³. Entretanto, numa página da rede social *Facebook*¹⁴, “Primavera com Dilma”, Laerte disponibilizou uma charge em que se autorretrata, afirmando que votou na Luciana Genro (PSOL) no primeiro turno e declarando apoio à Dilma Rousseff no segundo turno das eleições de 2014, o que não ocorreu em suas charges publicadas no jornal paulistano.

Diferente de Angeli, cujas charges são um pouco mais carregadas, Laerte possui um traço limpo, mais preciso e seus desenhos possuem mais cor. Com um humor que é, ao mesmo tempo, refinado e mordaz, a cartunista consegue retratar temas importantes da vida social.

Benett Alberto de Macedo é cartunista profissional desde 1999 e começou no jornal *Primeira Hora*. Atualmente, publica nos jornais *Folha de S. Paulo* e *Gazeta do Povo*. O artista é autor dos livros *Benett Apavora! - Para Toda Família Disfuncional!* e *Amok: cabeça, tronco e membros*, em que reúne tirinhas de um personagem criado em 2007.

Em entrevista a Cristiane Parnaíba (2014) – para sua dissertação de mestrado -, Benett argumenta que, as críticas apresentadas em suas charges são sempre direcionadas às personalidades políticas que estão ocupando o cargo em determinado momento e suas ações, independente de raça, gênero e partido político. Quanto ao processo de escolha da pauta para a produção das charges na *Folha*, ele diz que não há esse tipo de orientação, que os editores apenas pedem que a charge seja “quente”, sobre um assunto importante que esteja em evidência.

De acordo com Benett, “charges engraçadas e que repetem estereótipos, reproduzem discursos que são senso-comum, repercutem mais junto ao leitor¹⁵ (...)”, no entanto, seu objetivo não é criar uma cumplicidade com o mesmo e sim chacoalhar o leitor. Para Benett, a charge precisa ser sempre contundente e nunca repetir o discurso do senso-comum. O chargista ressalta que a *Folha* nunca disse para fazer charge contra ou a favor determinada personalidade política, que os editores só parecem esperar algo que não seja óbvio.

Jean Galvão é outro cartunista que integra o elenco da *Folha de S. Paulo*. Jean começou sua carreira aos 18 anos, desenhando para boletins de sindicatos, chamando para greves e assembleias. Sua principal influência no começo profissional foi o cartunista Henfil.

¹³ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2014/02/1416752-laerte-estreia-charge-na-pagina-de-opiniao.shtml>>. Acesso: 16 já. 2016.

¹⁴ Página Laerte. Disponível em: Disponível em: <<https://www.facebook.com/PrimaveraComDilma/photos/pb.942060102487376.-2207520000.1460639055./955039614522758/?type=3&theater>>. Acesso: 16 jan. 2016.

¹⁵ Benett em entrevista para Cristiane Parnaíba, 2014, p. 168.

Em 1993, Jean foi contratado para fazer charges no jornal diário *Vale Paraibano*, permanecendo até 1999. No mesmo ano, participou de um concurso nacional da *Folha*, garantindo o primeiro lugar na categoria charge. Além de fazer humor com noticiário político no jornal do Grupo Folha, o cartunista também publica tirinhas na revista *Recreio*.

Por fim, o cartunista João Montanaro, o mais jovem a publicar na página editorial da *Folha de S. Paulo*. Montanaro começou a desenhar desde cedo, sobretudo, por influência de seu pai, que era fã das revistas *Chiclete com Banana*, *MAD* e do jornal *O Pasquim*. Em 2010, aos 14 anos de idade, o cartunista começou a desenhar para a página A2 da *Folha*, junto a um elenco com nomes consagrados como Laerte e Angeli. Estes últimos, por sua vez, foram as principais influências do trabalho de Montanaro. Com dois livros publicados, o jovem artista trabalhou para grandes veículos como *Le Monde Diplomatique Brasil*, revista *MAD*, *Recreio*, etc. Atualmente, João Montanaro já se firmou como nome de referência na charge nacional.

4.3 Análise de Discurso das charges

O *corpus* analisado a partir da perspectiva teórico-metodológica da AD é constituído por 12 charges, 6 de cada jornal, que retratam o período das eleições presidenciais de 2014. A escolha das charges se deu de maneira que estas pudessem descrever os principais momentos desse período histórico, assim como representassem algum dos presidenciáveis. Todas as charges analisadas nessa pesquisa foram retiradas do acervo *online* dos jornais.

Na construção dos desenhos de humor gráfico, os chargistas exploram detalhes que remetem à situação vivida no dado momento. Um exemplo é o detalhe da cor dos olhos da Marina Silva que, após substituir Eduardo Campos por ocasião de seu falecimento, ao se apresentar para os demais candidatos Dilma e Aécio, aparece com olhos azuis como os do ex-governador pernambucano (Figura 6).

Para uma análise adequada das charges, a fim de compreender seu discurso, bem como o que está nas entrelinhas, o leitor deve estar atento ao que acontece no meio social e aos temas em destaque presentes nos interditos.

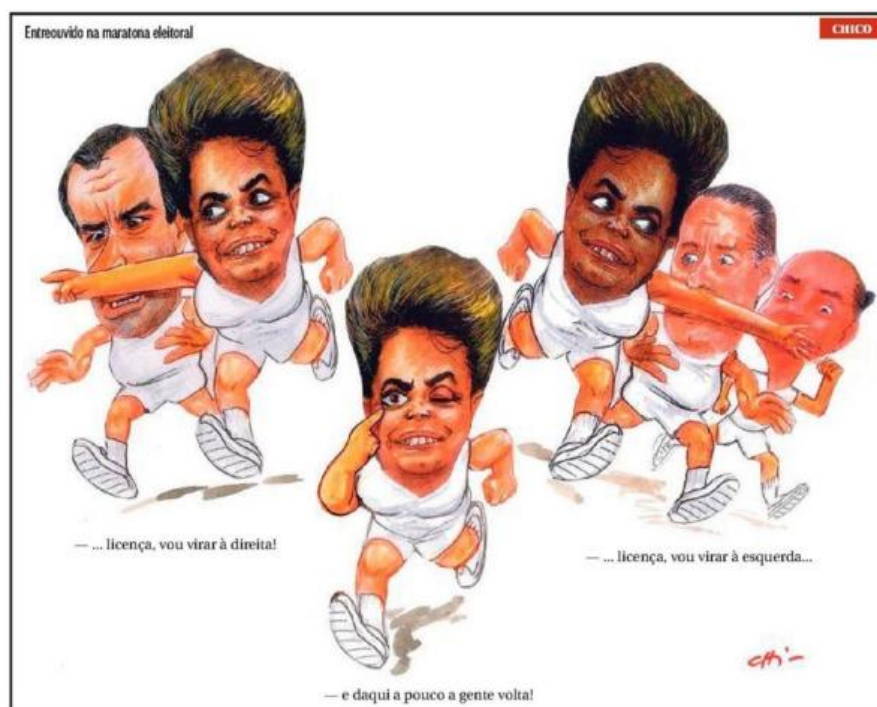
4.3.1 O Globo

A charge (Figura 5) que se segue foi publicada no jornal *O Globo* em 27 de julho de 2014. Neste momento, os candidatos já haviam dado início às suas campanhas e, com o fim

da Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil e o vexame da seleção nacional, a atenção da mídia começava a se voltar para as eleições do mesmo ano.

A edição na qual a ilustração foi disponibilizada denota uma característica atípica do jornal referente à publicação das charges. Na primeira página, junto às manchetes, encontra-se apenas a figura da candidata do PT - a mesma que aparece na charge completa - acompanhada de um pequeno texto verbal no qual sugere: “Veja a charge na página 8”. Deste modo, ao localizar-se na página indicada, defronta-se com a charge na íntegra, numa harmonia com um texto do jornalista Chico de Gois. Em sua redação, Gois discorre sobre a postura dos três principais candidatos à Presidência da República, insinuando que estes, ao mesmo tempo em que “apontam as mazelas dos outros, (...) têm em comum alguns exemplos de ‘faça o que eu digo, mas não faça o que eu faço’”. O jornalista cita alguns exemplos referindo-se às frequentes mudanças de atitudes dos presidenciáveis, que, na maioria das vezes, estão em desacordo com seus discursos que preconizam aos eleitores¹⁶.

Figura 5: Entrevouido na maratona eleitoral, *O Globo*.



Fonte: acervo online *O Globo*, 27 de julho de 2014.

Nesta charge, como explicado acima, o discurso presente nos traçados de Caruso condiz com o texto do jornalista Chico de Gois. No desenho, onde aparecem os principais presidenciáveis - Aécio Neves, Dilma Rousseff, Eduardo Campos e sua vice Marina Silva -,

¹⁶ O GLOBO, 27 jul. 2014, a8.

Caruso caricatura os personagens com roupas de maratona de corrida fazendo alusão à corrida eleitoral. Relacionando com o texto do Gois, compreende-se que, ao longo da campanha eleitoral, para manter-se no cargo de presidente e alcançar adesão de importantes “cabeças” à sua tripulação, o discurso da candidata do PT, na prática, se desviava, se diversificava, adequando-se às situações e obstáculos com aos quais se defrontava.

Deste modo, quando lhe era conveniente, como apontou Gois, Dilma firmava e rompia alianças políticas, bem como cedia aos apelos daqueles que outrora não dava ouvidos. Os movimentos realizados pela representante do Partido dos Trabalhadores na charge elucidam uma dinâmica e agilidade ao consumir tais práticas. Ao chegar mais perto do candidato do PSDB, dizendo que iria “virar à direita”, Dilma estaria se aproximando de práticas da “direita” - sendo que a mesma proclama um discurso de “esquerda” -, opção ideológica à qual se aproxima o tucano. No momento em que a petista aproxima-se dos representantes do PSB, avisando que viraria “à esquerda”, esta, como discursa Caruso por meio dos traços, estaria se aproximando do enquadramento ideológico anunciado pelo partido desses candidatos.

Neste sentido, notam-se os interditos nas charges, que consistem nos discursos já proferidos pelos candidatos, assim como suas posições. As “falas” da candidata do PT, “licença, vou virar à direita!”, “licença, vou virar à esquerda!”, “e daqui a pouco a gente volta!”, estas representam os ditos do discurso chargístico, revelando os “não-ditos”, os implícitos, que fazem referência às contínuas mudanças de discurso, ou melhor, de práticas que estariam em desacordo com seu discurso oficial.

Verifica-se, desse modo, que, por mais que o jornalista fale dos três principais candidatos, a charge de Caruso optou por representar a petista como tendo um discurso não condizente.

Figura 6: Dilma e Marina após a morte de Eduardo Campos, *O Globo*.



Fonte: Acervo online *O Globo*, 15 de agosto de 2014.

A segunda charge (Figura 6) foi publicada pelo jornal em 15 de agosto, dois dias após o acidente que vitimou o candidato à presidência Eduardo Campos. Nessa ilustração, Marina Silva aparece com olhos azuis, como os de Campos, e com os braços cruzados na frente dos candidatos Aécio Neves e Dilma Rousseff, que demonstram estar com medo da substituta de Campos. Em um momento de comoção nacional, onde esse acontecimento tomava conta dos noticiários e da especulação pública, Marina surge como o nome que iria substituir Campos na corrida eleitoral.

A charge tem como interdito o fato dos candidatos Aécio Neves e Dilma Rousseff se encontrarem muito preocupados com a ascensão de Marina Silva no primeiro turno das eleições, após o falecimento de Eduardo Campos. Os traços do chargista Chico Caruso, na postura das mãos de ambos os candidatos, refletem essa preocupação. Nesta mesma edição, o jornal publicou uma matéria em que revelava que o ex-presidente Lula e a candidata Dilma haviam ligado para o presidente do PSB após a morte de Campos, com o intuito de rachar este partido para fazer com que setores regionais embarcassem na campanha da petista, enfraquecendo, assim, uma eventual candidatura de Marina Silva¹⁷. Ademais, com a ausência do ex-governador de Pernambuco do pleito, a pressão sobre o tucano Aécio só fez aumentar.

O que se apresenta como não-dito, está presente na figura de Marina de olhos azuis, referência aos olhos de Campos e já a colocando como candidata natural à substituição do

¹⁷ O GLOBO, 15 ago. 2014, a3.

candidato à presidência. Os olhos azuis surgem como signo que reflete a presença do candidato, mesmo que através de Marina Silva, sua vice-candidata à presidência e que o substitui na chapa para presidente.

Dialogando com os simbólicos olhos azuis de Marina na charge, temos o componente linguístico - já dito que pressupõe o não-dito - que consiste no enunciado: “E, de repente, o olho azul é a cor mais quente pra candidato a presidente!”. Com base no contexto sociopolítico daquele momento, pressupõe-se que, com esse enunciado, Caruso se refere à força política que a pessoa que viria a substituir Eduardo Campos, logo, Marina Silva, herdaria com a comoção e o espetáculo político-midiático por seu falecimento.

Os pingos azuis na roupa de Marina e por toda a charge, simbolizam o efeito que esse acontecimento político viria a causar na disputa presidencial. Quanto aos braços cruzados de Marina, estes denotam certo respeito e temor imposto aos demais adversários; isso por conta da força com que a ela entraria na corrida presidencial, por razão das inúmeras variáveis que a beneficiavam naquele momento.

Figura 7: Bailão eleitoral, *O Globo*.



Fonte: Acervo online *O Globo*, 12 de setembro de 2014.

A charge acima faz alusão ao centenário do compositor Lupicínio Rodrigues, que em uma de suas músicas, aborda o cabaré e suas histórias de amor e abandono. Na charge, o autor retratou o ex-diretor da Petrobras Paulo Roberto Costa “com a boca no trombone” e jogando no ventilador literalmente, e Dilma e Marina dançando juntas olhando para Aécio de pijamas

e “abandonado”. Nesse momento, Costa havia sido preso na Operação Lava-Jato e apontado o envolvimento de 25 políticos de diferentes partidos. Essa delação trouxe tensão para os comitês de campanhas das duas principais candidatas. A essa altura, Aécio já havia caído nas pesquisas de intenção de voto e como a charge revela, “esperava o cabaré terminar”, ou seja, aguardando o resultado dessas delações enquanto permanece fora das atenções da mídia, revelando o não-dito.

Os efeitos do vento desenhados pelo chargista, atingindo as candidatas, demonstram essa tensão em suas respectivas candidaturas. O fato de Dilma e Marina estarem dançando juntas retrata a polarização presente entre as candidatas, protagonizando o momento da disputa, revelando o interdito no texto. Aécio, sentado em uma poltrona, com pijamas e cantando “... aqui no meu abandono, espero morto de sono o cabaré terminar...”, retrata o isolamento do tucano nesse momento da corrida presidencial, ficando com papel secundário no embate entre os três principais candidatos.

Figura 8: A surpreendente virada de Aécio Neves, *O Globo*.



Fonte: Acervo online *O Globo*, 07 de outubro de 2014.

A charge acima, publicada pelo *O Globo* em 07 de outubro, dois dias depois das eleições do primeiro turno, representa o momento em que Aécio, após “suar” para deixar a

candidata do PSB para trás, alcança o segundo lugar, conseguindo ir para o segundo turno com a petista. A ilustração mostra Dilma falando com Aécio. A primeira aparece com a mão na boca demonstrando um sinal de surpresa; já o tucano acha-se com uma feição de alegria e fazendo um sinal de “V” de vitória com os dedos.

Nessa charge, o “não-dito” está no implícito que faz referência ao crescimento de Aécio na campanha. A palavra “cresceu” ganha um significado conotativo no processo de significação. Vale constar, também, as cores das camisas usadas pelos candidatos, que simbolizam seus respectivos partidos, PT e PSDB. O “dito” é o crescimento e ele é que abre espaços para a decifração do discurso da charge de Chico Caruso. A fala da candidata do PT - “Menino, como você cresceu!”- expressa a surpresa desta e, de fato, de muitos eleitores, pois no momento em que Marina assumiu a candidatura de Campos, esta só fez a crescer nas pesquisas de intenção de voto.

Aécio, que iniciou a campanha em segundo lugar na preferência dos brasileiros, foi preterido pelo eleitor em favor de Marina. No entanto, o tucano surpreendeu, retornando ao segundo lugar e garantindo o segundo turno contra Dilma Rousseff. Neste momento, as principais notícias referiam-se à ascensão de Aécio Neves, e ao possível apoio que este ganharia de Marina Silva.

Figura 9: Aécio e Dilma em ringue de boxe, *O Globo*.



Fonte: Acervo online *O Globo*, 18 de outubro de 2014.

Nessa charge (Figura 9), publicada no dia 18 de outubro, em meio à campanha do segundo turno, Caruso retrata o debate entre os dois candidatos que estavam na disputa, Aécio

Neves e Dilma Rousseff. Ao desenhar os presidencialistas em um ringue de luta, com luvas de boxe e posição de combate, o chargista faz alusão à postura adotada por ambos os candidatos na campanha, especialmente no debate promovido pelo SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) em 16 de outubro.

Os debates eram resumidos por troca de farpas e acusações entre os presidencialistas, que ao longo da campanha se digladiavam como em vale-tudo. Ao desenhar o jornalista Carlos Nascimento, que intermediou o referido debate, como um árbitro, dizendo “Parece que agora chegamos ao formato ideal para os debates: à minha direita, pesando 75 quilos...”, Caruso também evidencia a polarização entre “direita” e “esquerda”, que naquele momento se radicalizava e tomava conta não só das campanhas, mas também nos debates nas ruas e, principalmente, na internet. O não-dito é a polarização, a conduta e postura de “vale-tudo” dos candidatos na campanha, que está posta na leitura prévia do leitor que realiza a inferência.

Figura 10: Os salvadores da pátria, Batman e Robin, *O Globo*.



Fonte: Acervo online *O Globo*, 28 de outubro de 2014.

Na charge do dia 28 de outubro, dois dias após o segundo turno que garantiu a reeleição da candidata do PT, Caruso retrata a derrota de Aécio, representando através das figuras do Batman e Robin a supremacia de Dilma sobre seu oponente. No título da charge, “Entrevistado entre os salvadores da pátria”, o chargista usa do tom da ironia para se referir aos candidatos ao posto de chefe do poder Executivo.

Na ilustração, Dilma aparece com a roupa do Batman entrando no “batmóvel” já munida de seu poder simbólico, se dirigindo ao tucano dizendo: “Agora você vai a pé, garoto...”

Na corrida presidencial eles estiveram, muitas vezes, em situações semelhantes, ou seja, ambos lutando para alçar o cargo de chefe presidente da República. No entanto, com a vitória, Dilma “humilha” o adversário, retratado como Robin - o parceiro-mirim do Batman -, sugerindo, nos interditos, que ele recomece sua trajetória rumo à presidência da República. O personagem Robin das histórias em quadrinhos foi criado, principalmente, para trazer alegria e cor às histórias escuras e sombrias do super-herói Batman. Nessa perspectiva, acredita-se que o que está implícito no dito, possa ser essa comparação feita pelo chargista do jornal *O Globo*, com Dilma superior a Aécio, mas que perpetuaria uma política que levaria o país a momentos “sombrios”, isto é, ao “buraco”.

4.3.2 Folha de S. Paulo

Neste momento, dar-se-ão as análises das charges publicadas pela *Folha de S. Paulo*. Como já exposto, este jornal, possui alguns pontos de divergência com o jornal carioca, a começar pela rotatividade de autoria das charges.

Figura 11: Aécio em: “o sujo falando do mal lavado”, *Folha de S. Paulo*.



Fonte: Acervo online *Folha de S. Paulo*, 12 de julho de 2014.

A charge de João Montanaro, publicada em 12 de julho, seis dias após o início das campanhas políticas, tem Aécio Neves como personagem principal. O autor retrata o candidato em uma bancada proferindo um discurso no qual faz uma crítica à sua adversária nas eleições, Dilma Rousseff, afirmando que ela iria sofrer consequências por ter usado a Copa do Mundo no Brasil para fins políticos. Em contrapartida, no segundo plano da charge, ele faz referência ao apoio do vocalista da banda de rock inglesa The Rolling Stones, Mick Jagger, à Dilma, ao pedir a um assessor para entrar em contato com o cantor.

A mídia criou a imagem do músico como um “pé-frio”, em razão das derrotas das seleções que ele torcia nas partidas de futebol em que estava presente. Nesse sentido, fica claro o não-dito nessa fala de Aécio, pela inferência à fama do cantor de ser um “azarão”. No contexto do discurso, apesar da crítica feita à Dilma no dito, por usar a Copa para fins políticos, o chargista retrata Aécio utilizando da mesma estratégia de lançar mão de artifícios negativos em sua campanha política.

Figura 12: Dilma preocupa-se com a ascensão de Marina, *Folha de S. Paulo*.



Fonte: Acervo online *Folha de S. Paulo*, 20 de agosto de 2014.

A ilustração acima foi publicada em 20 de agosto de 2014. De autoria do chargista Benett, essa charge reflete o momento em que Marina Silva já havia substituído Eduardo Campos na chapa do PSB, e a mesma começava a trazer preocupação aos seus adversários políticos. A charge é dividida em dois momentos que se complementam. No primeiro, Dilma aparece segurando um ancinho - ferramenta agrícola usada em hortas e jardins -, fazendo um movimento como se estivesse preparando a terra para o plantio. Nesse mesmo momento, a candidata do PT fala: “Preciso cuidar do meu jardim...” Na segunda parte da charge, estão Dilma e Marina no jardim da primeira, onde esta para e diz uma frase que complementa o primeiro balão: “Já estão começando a aparecer gnomos...”

Essa charge, que mais parece um quadrinho, revela a semelhança entre os gêneros do discurso. Mais uma vez, Dilma revela sua preocupação com a ascensão de Marina no primeiro turno, e o que não é dito, está no que é dito: “Preciso cuidar do meu jardim”. A palavra “gnomo”, ser mitológico, primitivo, “menor” que está presente no imaginário popular, faz referência no sentido de que a candidata Marina, apesar de não ser uma concorrente forte no olhar de Dilma, na charge de Benett, pode atrapalhar a eleição, logo é preciso ter cuidado, tomar as devidas “providências”.

Na mesma página onde a charge é sempre publicada - A2 -, a coluna de opinião de Fernando Rodrigues abordava a mesma questão: a ascensão de Marina Silva. Rodrigues indaga se a chegada da candidata iria se transformar em um maremoto indomável. O jornalista afirma ser ingenuidade negar essa possibilidade, alegando que quando uma onda se forma, é difícil detê-la. Para Rodrigues, Marina possuía como sua principal força motriz o desejo difuso de mudança, entretanto, encerra dizendo ser impossível prever, no dado momento, se aquela onda se transformaria em marolinha mais adiante¹⁸.

Diante disso, verifica-se que a charge de Benett dialogava com a coluna de opinião de Fernando Rodrigues - mostrando a interdiscursividade da charge -, pois ambos os textos abordavam a força que a candidata do PSB estava alcançando na corrida eleitoral. Algo que começava a incomodar os adversários políticos, como ilustrado na charge.

Figura 13: Aécio em: “esqueceram de mim”, *Folha de S. Paulo*.



Fonte: Acervo online *Folha de S. Paulo*, 06 de setembro de 2014.

Esse é um exemplo de metalinguagem, ou seja, a charge está se referindo à própria charge. A ilustração (Figura 13) é assinada por João Montanaro, e foi publicada em 06 de setembro. No desenho, Aécio Neves aparece lendo um jornal e se lamentando para um assessor de campanha dizendo: “Nem charges sobre mim fazem mais...” O assessor, em seguida, responde: “Estamos em uma agora, senhor.” Novamente o candidato: “Oh, a que ponto cheguei!” E o assessor retruca: “Pelo menos o senhor ainda tem falas...”

Neste momento, Marina havia “caído nas graças” do eleitor brasileiro, deixando o candidato tucano para trás, e travando uma “briga” com a primeira colocada nas pesquisas de

¹⁸ FOLHA DE S. PAULO, 20 ago. 2014, a2.

opinião, Dilma Rousseff. Com o feito da candidata do PSB, os principais editoriais procuravam centrar suas reflexões sobre uma possível vitória da mesma, comparando-a com a candidata petista, que buscava sua reeleição. As manchetes da *Folha de S. Paulo* refletiam tal peripécia; os editoriais só abordavam o embate Dilma vs. Marina. Inclusive, na página A2, página nobre do jornal paulistano, que traz as charges e as principais colunas de opinião, as reflexões só alcançavam as referidas candidatas; teve até dois colunistas em uma pequena troca de farpas por conta de Marina¹⁹. Também, uma pesquisa do IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística) apontava que, com um possível embate entre Dilma e Marina no segundo turno, a substituta de Campos levaria a eleição²⁰. Compreende-se, assim, que as “falas” do candidato e de seu assessor representam o já dito - a falta de mídia e o retrocesso de Aécio -, bem como os interditos que sustentam o discurso da charge, ou seja, as notícias que retratavam as demais candidatas. Com as “falas” dos personagens, pressupõe-se que a candidata do PSB ascendeu, superando o tucano na preferência de voto dos eleitores, o que lhe conferiu um papel de protagonista das eleições, deixando Aécio como mero coadjuvante.

Neste sentido, o chargista procurou representar a má fase de um candidato que chegou como o principal nome da oposição, mas que havia sido vítima da “onda Marina”. Mesmo que o jornal não apresente um texto sobre o candidato Aécio, que se sente desprestigiado, ele ainda teria uma saída: o discurso oral, representado nas “falas”. A significação seria: não tendo mídia, só resta o “blá, blá, blá”.

¹⁹ Os colunistas Hélio Schwartsman e Eduardo Giannetti trocaram alfinetadas em suas respectivas colunas entre 05 e 06 de setembro de 2014, envolvendo suas percepções sobre a candidatura de Marina Silva.

²⁰ FOLHA DE S. PAULO, 06 set. 2014, a4.

Figura 14: O fracasso de Marina e a ascensão de Aécio, *Folha de S. Paulo*.



Fonte: Acervo online *Folha de S. Paulo*, 08 de outubro de 2014.

Na edição de 08 de outubro, a *Folha de S. Paulo* publicou uma charge (Figura 14) aludindo à derrota de Marina Silva no primeiro turno, consequentemente, a arrancada de Aécio Neves garantindo o segundo turno contra Dilma Rousseff. Nessa charge, em que o verbal fica por conta de uma pequena expressão -“KRR”, referindo-se ao som de um ovo sendo quebrado-, deixando o texto com os traços e com o “silêncio” e aparecendo Marina numa sequência de três momentos diferentes, Bennett procurou retratar a surpreendente virada do neto de Tancredo Neves sobre a candidata da terceira via.

O dito da charge consiste no tucano sendo “chocado”, crescendo e nascendo do coque da candidata - penteado do qual ela é adepta -, superando-a. Como demonstrado nas charges anteriores, Marina parecia subverter a lógica das eleições. No início, como vice, era considerada um “peso morto” na campanha do ex-governador pernambucano. No entanto, com o acidente de Campos, Marina chegou ao fim de agosto como um fenômeno nas pesquisas de opinião, quase empatando com Dilma e à frente de Aécio. No segundo turno, venceria a petista. De coadjuvante de uma campanha sem altos índices nas pesquisas, se transformou em protagonista da disputa, quebrando a polarização PT-PSDB. Apesar dos números e da alta popularidade, Marina não foi capaz de mantê-los, abrindo caminho para o tradicional segundo turno entre petistas e tucanos.

No que tange ao “não-dito”, o implícito seria a analogia que a charge faz com a superação de Aécio Neves e o fracasso de Marina Silva; o inesperado, pois todos pensavam que a “onda Marina” viria a ser o “tsunami eleitoral”. Quanto aos interditos, estes compõem

os inúmeros discursos e fatos que atravessaram a corrida eleitoral, bem como as principais notícias do jornal, dando base à constituição de um novo discurso, ou seja, a charge.

Figura 15: A batalha entre o roto e o rasgado, *Folha de S. Paulo*.



Fonte: Acervo online *Folha de S. Paulo*, 19 de outubro de 2014.

A charge publicada em 19 de outubro (Figura 15), de autoria de Angeli, se insere no contexto da campanha política dos candidatos do segundo turno. Na ilustração, o chargista faz alusão à guerra travada entre os dois presidentiáveis, que havia rebaixado a disputa a níveis alarmantes. Na charge cujo título é “A batalha entre o roto e o rasgado” - alusão ao ditado popular em que se refere quando uma pessoa aponta os erros e defeitos de outro, mas que compartilha dos mesmos -, Angeli retrata os dois lados como se estivessem literalmente em uma batalha, com soldados e armas de guerra, identificados pelas cores de seus respectivos partidos, vermelho e azul.

O não-dito, implícito no dito, se refere aos valores ideológicos e às ações de ambos os candidatos que se acusavam, mas lançavam mão das mesmas estratégias, buscando o mesmo objetivo, derrotar o outro e alcançar o poder. Nesse momento, havia uma radicalização de tendências no país e uma “luta” entre os adeptos de ambos os lados. Em tom beligerante, os debates alcançaram o ápice da guerra entre PT e PSDB em busca do poder.

Figura 16: Dilma vence o segundo turno, *Folha de S. Paulo*.



Fonte: Acervo online *Folha de S. Paulo*, 27 de outubro de 2014.

A partir de uma análise cronológica das charges, após os resultados do segundo turno e a vitória de Dilma, Jean Galvão representa o momento final desta luta, com o vencedor e o vencido em estado lastimável, em um ringue onde se deu a batalha final. A charge publicada em 27 de outubro, um dia após a eleição, mostra que o não-dito está no fato de que ambos saíram da disputa como se estivessem derrotados, com a vitória fraca da candidata do PT sendo retratada pelo estado que a vencedora saiu do embate.

A charge reflete o que está no interdito, havendo muito desgaste de ambos os lados, com muitas agressões verbais, denúncias, um querendo desqualificar o outro. Após um período de esgotamento, em que os candidatos optaram por investir no confronto direto, com ataques recíprocos, a ilustração resume os momentos de alto nível de agressividade entre ambos os presidentiáveis, do começo ao fim.

4.4 Análise de Conteúdo das charges

Essa seção corresponde à análise de conteúdo das charges dos jornais *O Globo* e *Folha de S. Paulo*. Nas pesquisas brasileiras de comunicação política, o método da AC tem sido utilizado com frequência para avaliar a cobertura da mídia, sobretudo, em períodos eleitorais.

Um dos métodos empregados que merece destaque é a metodologia da Análise de Valências (MAV), que vinha sendo desenvolvida e consolidada por meio dos estudos do DOXA - Laboratório de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública -, do antigo IUPERJ, que analisava a cobertura jornalística dos jornais *O Globo*, *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* desde as eleições presidenciais de 2000. De acordo com Aldé, Mendes e

Figueiredo (2007, p. 158), a MAV procura “verificar se a informação ou opinião veiculada, em si, é positiva ou negativa para o candidato, independente do propósito de prejudicar um ou outro”; “seu objetivo é quantificar, qualificar e comparar as notícias e imagens publicadas sobre cada candidato (p. 156)”.

Atualmente, outra equipe da mesma instituição, atual IESP - UERJ, influenciados pelos estudos do DOXA, vem desenvolvendo a MAV através do site Manchetômetro, cuja análise é focada nas capas dos jornais, e é realizada levando em conta a seguinte hipótese:

[...] essa manchete ou chamada, e o texto que a acompanha, é positiva, negativa, neutra ou ambivalente para a imagem do candidato, partido, pessoa ou governo a qual faz referência. Assim, não se trata de estabelecer se o que está sendo noticiado é verdadeiro ou falso, mas sim avaliar o significado daquela informação para a imagem do objeto do texto (MANCHETÔMETRO, 2014).

As análises realizadas pelo Manchetômetro permitiram indicar o índice de viés dos jornais e apontaram para uma cobertura extremamente enviesada contra a candidata do PT nas eleições de 2014.

Deste modo, para as análises de conteúdo das charges, essa pesquisa se inspirou, principalmente, na MAV utilizada pelo DOXA e pelo Manchetômetro. No entanto, foram selecionadas algumas categorias de análise que sustentam as análises das ilustrações. Essas categorias orientam nos comentários das charges, visto que estas não se constituem apenas como um gênero do discurso, mas são consideradas, inclusive, como uma expressão da arte. A análise da charge não implica a decodificação de um texto formado por palavras, mas sim de um texto constituído pelo traço.

Por conseguinte, a metodologia empregada nesse momento da pesquisa é de natureza mista, isto é, qualitativa e quantitativa. A análise qualitativa permite investigar o discurso político das charges por meio do leque de eventos que se desenrolaram no dado período, codificados pelas categorias de análise definidas; além de permitir identificar os sentidos pelos quais esses candidatos aparecem nas charges dos jornais. A análise quantitativa, por sua vez, possibilita avaliar a valência, verificando se a charge possui orientação positiva, negativa ou neutra de cada candidato.

Cabe destacar que essa pesquisa não procura identificar a valência com a finalidade de indicar o viés do discurso político de humor desses jornais, mas devido à relevância e o discernimento crítico conferidos as charges tanto positivas, quanto negativas. A Análise de Conteúdo, mais especificamente a MAV, possui instrumentos de análise que possibilitam

identificar padrões, desvios, permanências de representações dessas charges e registrar esses dados.

O recorte temporal da pesquisa consiste de 06 de julho de 2014, data determinada pelo TSE, a 31 de outubro de 2014, com o intuito de analisar a repercussão da reeleição de Dilma Rousseff. Devido ao número extensivo de charges publicadas nos quatro meses do período eleitoral, além de ter sido o ano da Copa do Mundo FIFA no Brasil - que acarretou um grande número de ilustrações sobre o evento -, foram selecionadas somente as charges que retratassem os três principais presidenciáveis, Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB) e Eduardo Campos/Marina Silva (PSB), ou seus respectivos partidos e aliados. Assim, o corpus de análise é composto por 127 charges, 58 de *O Globo* e 69 da *Folha de S. Paulo*.

A coleta dos dados pode ser identificada da seguinte maneira:

- 1) Identificação das charges segundo o jornal, a data e o candidato retratado - é importante ressaltar que todos os candidatos podem aparecer em uma mesma charge. Logo, o total de charges analisadas de um candidato corresponde ao número de aparições ou referências ao mesmo na ilustração.
- 2) Análise das charges através das categorias que orientam na identificação do tema e sentido, verificando se o discurso tem relação com: a) economia; b) direitos sociais; c) escândalo/revés político; d) persuasão - se possui o intuito de persuadir o leitor; e) representatividade - se aborda algum tema que represente um segmento ou grupo trazendo um sentido ideológico; f) juízo de conduta - se refere-se à conduta ou à ética de algum candidato; g) fato político - se aborda uma questão que se constitui como um fato político. Ao realizar uma primeira análise do *corpus*, verificou-se que esses temas repetiam-se na construção do discurso político das charges, o que levou à adequação dos mesmos no ato efetivo da análise, direcionando na indução das valências das charges.
- 3) Valência da charge: verificando se é positiva, negativa ou neutra para os candidatos. A valência é avaliada, principalmente, por meio da classificação das charges nas categorias definidas, que estruturam a crítica inerente ao gênero charge. Procurou-se verificar se o discurso da charge denota uma opinião ou informação positiva ou negativa para os candidatos, independente se for intencional ou não. As charges com valência positiva reproduzem alguma proeza de um candidato, uma crítica que possa ser positiva para o mesmo - como, por exemplo, a virada surpreendente de Aécio no primeiro turno sobre Marina. As

charges com valências negativas reproduzem críticas, ressalvas ou ataques aos candidatos, às suas gestões, suas condutas e ações, seus programas de governo, etc. As neutras geralmente descrevem algum fato ou evento relacionado a um candidato, sem que seja prejudicial ou benéfico à sua campanha; ou até mesmo em caso de equilíbrio entre negativo e positivo, a charge é considerada neutra (ALDÉ; MENDES; FIGUEIREDO, 2007), dependendo da subjetividade de quem lê.

As charges analisadas nessa seção, bem como os quadros com as categorias de classificação que orientaram as análises, se encontram no anexo desse trabalho.

4.4.1 Análises das charges de O Globo e Folha de S. Paulo

A corrida presidencial de 2014 iniciou-se no dia 6 de julho, data determinada pelo TSE para que os candidatos pudessem começar suas campanhas. Mas o período eleitoral teve que dividir as atenções, pelo menos no início, com a Copa do Mundo FIFA, que estava ocorrendo no país, conseqüentemente com o vexame da seleção nacional; com as charges de política externa, por conta das ofensivas entre israelenses e palestinos que se intensificaram naquele momento; além das charges que retratavam as eleições para governador. O número de charges publicadas sobre as eleições presidenciais nesse início de campanha foi bem reduzido, contudo, logo no fim de julho, passava a se intensificar.

Inicialmente, a disputa presidencial estava entre três candidaturas principais: Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB) e Eduardo Campos (PSB), com uma vice conhecida do eleitor brasileiro, Marina Silva. Por conta da trágica morte de Campos em 13 de agosto, em meio à campanha presidencial, o ex-governador de Pernambuco pouco foi retratado ou referenciado nas charges analisadas. Marina, que também pouco aparecia, após assumir a cabeça da chapa do PSB, começou a protagonizar as charges dos jornais.

O pico de Marina e Campos ocorre em agosto no jornal *O Globo* (Gráfico 1), sendo retratados/referenciados em 16 charges, superando a candidata à reeleição Dilma, com 14 e o até então segundo colocado Aécio, com 10. Ao logo do período, Dilma e Marina foram as que mais apareceram nas charges. Quando as charges mencionavam o tucano, reproduziam, principalmente, alguma ironia em virtude do fracasso que vinha sendo sua campanha.

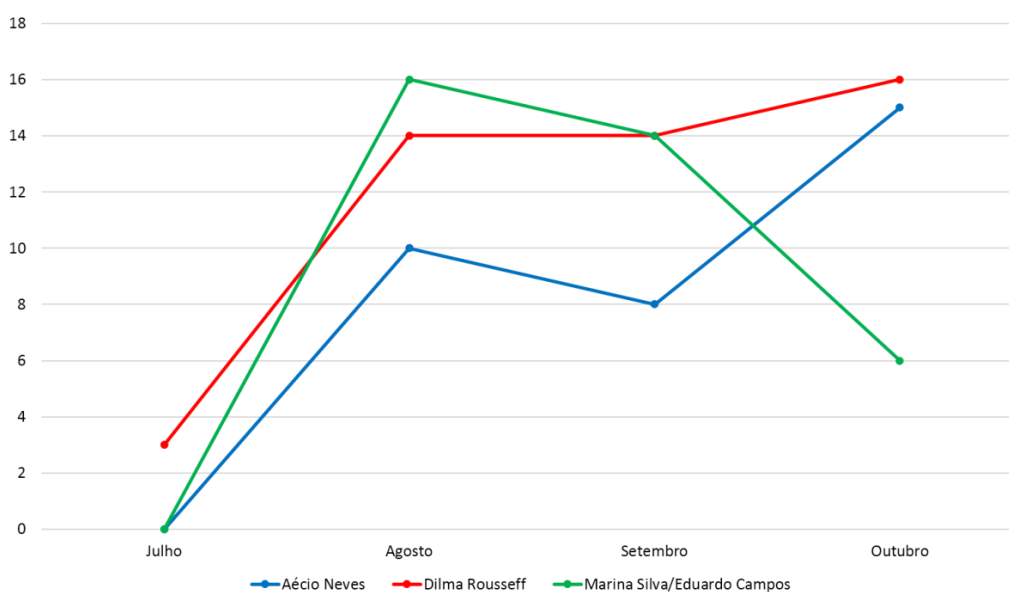
O mesmo pode ser verificado na *Folha de S. Paulo* (Gráfico 2). No entanto, nesse jornal, Marina permanece sendo a mais aludida em setembro. O fato da candidata do PSB receber maior cobertura nesses dois meses até mesmo que a mandatária, pode ser explicado,

principalmente, pela agenda de comoção construída pela mídia, por conta da trágica morte de Campos, capaz de mobilizar diversos setores da sociedade, transformando-se em um espetáculo político-midiático (FERNANDES; CHAGAS, 2015).

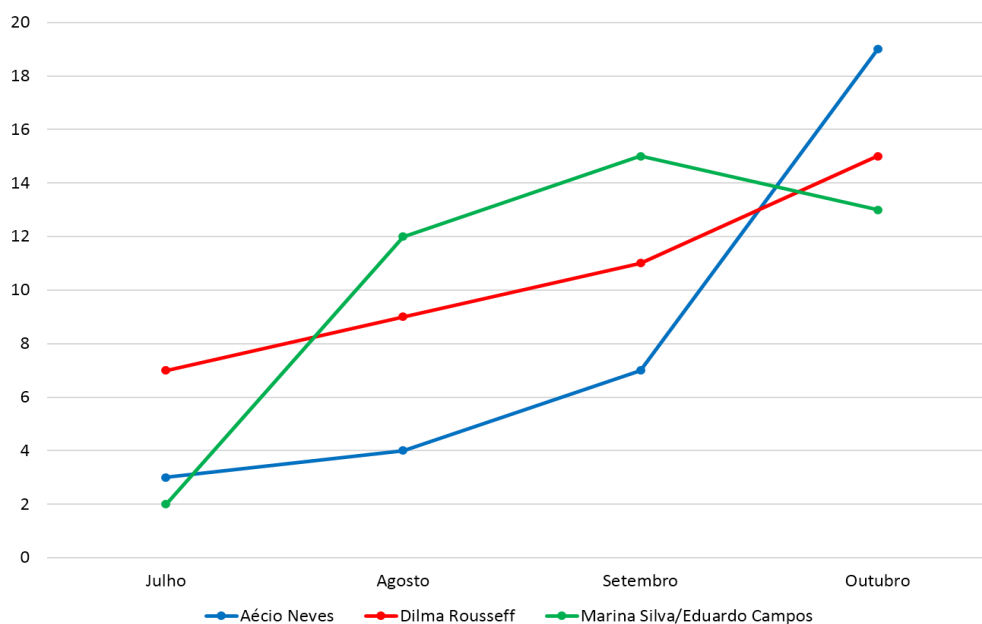
Outro fator importante corresponde à herança das manifestações de junho de 2013. A popularidade da presidente Dilma havia despencado e os partidos estavam em baixa. Marina foi uma das poucas personalidades políticas que saíram ilesas daqueles protestos. E com a radicalização de tendências, a rivalidade entre petistas e tucanos se intensificou ainda mais, contaminando os respectivos candidatos, que desciam o nível da disputa. Assim, Marina surgia como a terceira via, a saída para a polarização esgotada entre PT e PSDB.

Ao fim de setembro, porém, a candidata do PSB começava a cair nas pesquisas de intenção de voto devido a algumas polêmicas, sobretudo, em relação ao seu programa de governo e a sua postura na disputa. O declínio de Marina às vésperas do primeiro turno trouxe como consequência à derrota para Aécio, que em uma virada súbita, conseguiu levar sua candidatura para o segundo turno, dando continuidade à clássica polarização PT-PSDB nos pleitos presidenciais desde 1994. Esse fenômeno é representado nos gráficos abaixo (Gráficos 1 e 2), demonstrando, na *Folha*, a maior presença da figura do tucano em relação à petista em outubro. Nesse mês, Marina era citada em face de seu fracasso e do apoio cheio de exigências à candidatura de Aécio Neves.

Gráfico 1: Sequência mensal de aparições *O Globo*.



Fonte: autora, 2017.

Gráfico 2: Sequência mensal de aparições *Folha de S. Paulo*.

Fonte: autora, 2017.

Cabe destacar que algumas charges, principalmente no jornal paulistano, abordam o tema das eleições dedicando seu discurso crítico aos presidencialistas em geral, como é o caso de muitas charges de Angeli. Neste caso, essas ilustrações são analisadas considerando a referência aos três principais candidatos ao pleito.

Embora Marina tenha recebido maior atenção em agosto em ambos os jornais, e em setembro na *Folha*, assim como aconteceu com Aécio em outubro nesta última, Dilma foi a candidata mais referenciada em todo o período em *O Globo*, com 48 charges contra 37 de Aécio e 36 de Marina. Assim, a tendência a conferir maior visibilidade ao candidato que está na frente das pesquisas e representante da situação se confirma nas charges do jornal da família Marinho. Quanto à *Folha*, Dilma e Marina foram retratadas/referenciadas ambas em 42 charges, contra 33 de Aécio.

Em setembro, no auge da campanha de Marina, Aécio despencou na cobertura das charges de ambos os jornais. Nessa altura da disputa, os principais veículos pareciam não acreditar em uma eventual virada do tucano. No entanto, após deslizes da candidata do PSB, Aécio ressurgiu como fênix na disputa presidencial. Como já destacado, ele recebeu maior visibilidade no mês de outubro em virtude de sua proeza em conseguir levar sua candidatura ao segundo turno, sustentada, especialmente, pelo estado de São Paulo. Na *Folha*, Aécio teve mais aparições que a Dilma e em *O Globo*, sua visibilidade também aumentou, mas o periódico manteve a tendência em dedicar maior cobertura à candidata do PT.

A análise da cronologia das aparições ao longo do dado período histórico, permite verificar as mudanças de comportamento de ambos os jornais, em um momento repleto de reviravoltas. Deste modo, a visibilidade conferida a cada candidato oscilava de acordo com os eventos que se desenrolavam (ALDÉ; MENDES; FIGUEIREDO, 2007).

A essência da charge é ser crítica e apontar os erros e defeitos das personalidades retratadas. E isso não se faz diferente das charges políticas dos jornais, especialmente em período de eleições, em que esses atores estão ainda mais em evidência. Dito isto, não é de se surpreender que a grande maioria das charges publicadas pelos jornais seja de valência negativa para os candidatos.

De modo geral, as análises das charges demonstram um ambiente desfavorável para a então presidente e candidata à reeleição Dilma Rousseff (Gráficos 3 e 4). Em *O Globo*, nas 48 charges em que a petista é referenciada, 96% são de valência negativa. A crítica ensejada por essas charges versavam, principalmente, sobre os escândalos de corrupção, enfatizando uma má gestão da sucessora de Lula. As charges desse periódico se apresentavam mais agressivas e diretas à petista. Na *Folha*, o clima não era muito diferente. Em 42 charges analisadas, 98% apresentavam valência negativa. As charges retratavam as denúncias de corrupção, mas a maioria consistia em questões de direitos sociais e crise econômica.

Nas 37 charges em que foi retratado no jornal carioca, 73% foram de valência negativa para Aécio. Na *Folha*, em 33 charges, 91% apresentaram valência negativa. Vale destacar que a maioria das charges de valência negativa ironizava o desastre de sua campanha ao longo do período e seu estilo “coxinha”²¹ - essa crítica era especialmente presente na *Folha* -, mas nenhuma abordava algum escândalo, como, por exemplo, o mensalão tucano.

No que tange às charges que retratavam a candidata do PSB, no jornal *O Globo*, 81% das 36 ilustrações receberam valência negativa. Em agosto, o número de ilustrações contrárias aumentou e se manteve no mês seguinte, despencando em outubro. Suas charges no jornal carioca criticavam sua conduta na disputa e a carona que Marina pegou na comoção pela morte de Campos para sua campanha. Na *Folha*, das 42 charges em que era referenciada, 84% eram negativas. Mesmo que em agosto seu número tenha aumentado, manteve-se abaixo da candidata do PT. Um fato interessante é que o pico de valências contrárias para Marina ocorreu em outubro, em que as charges frisaram sua derrota para Aécio e a demora para

²¹ Termo pejorativo de origem paulistana utilizado para descrever uma pessoa “certinha” e “arrumadinha” que ostenta um padrão de vida elevado e assume posturas políticas conservadoras. Esse termo foi utilizado, principalmente, para designar parte da população que fazia oposição ao PT.

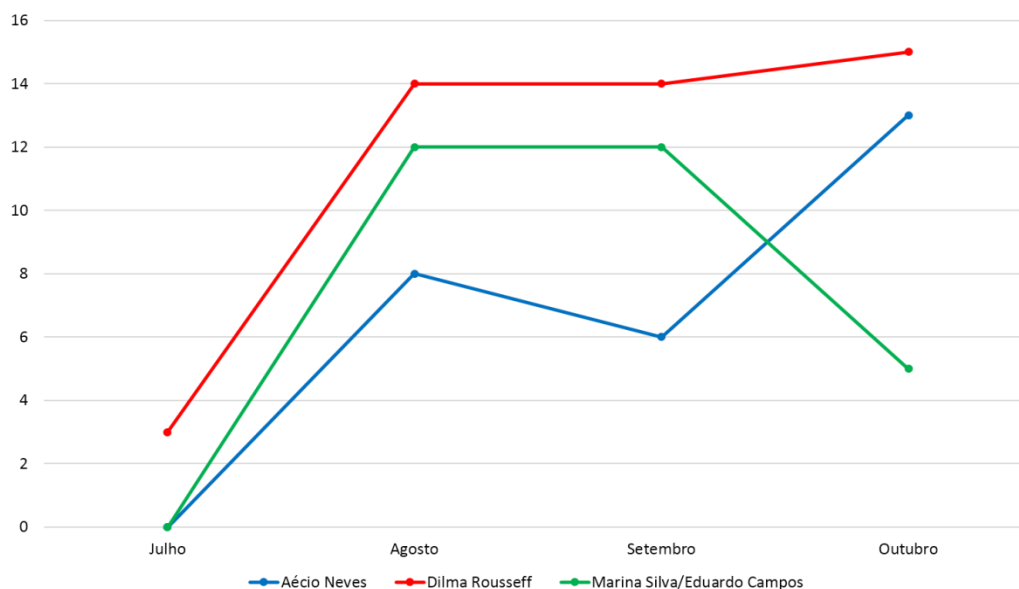
declarar apoio ao mesmo. As charges negativas que referenciavam a candidata na *Folha* abordavam seus deslizes e contradições, como seu programa de governo.

Em *O Globo*, Dilma recebeu o maior número de charges contrárias nos quatro meses da campanha. Na *Folha de S. Paulo*, a petista foi superada por Marina em setembro e, o que é mais curioso, por Aécio em outubro. Contudo, em um número agregado de valências contrárias de todo o período, Dilma segue liderando em ambos os jornais.

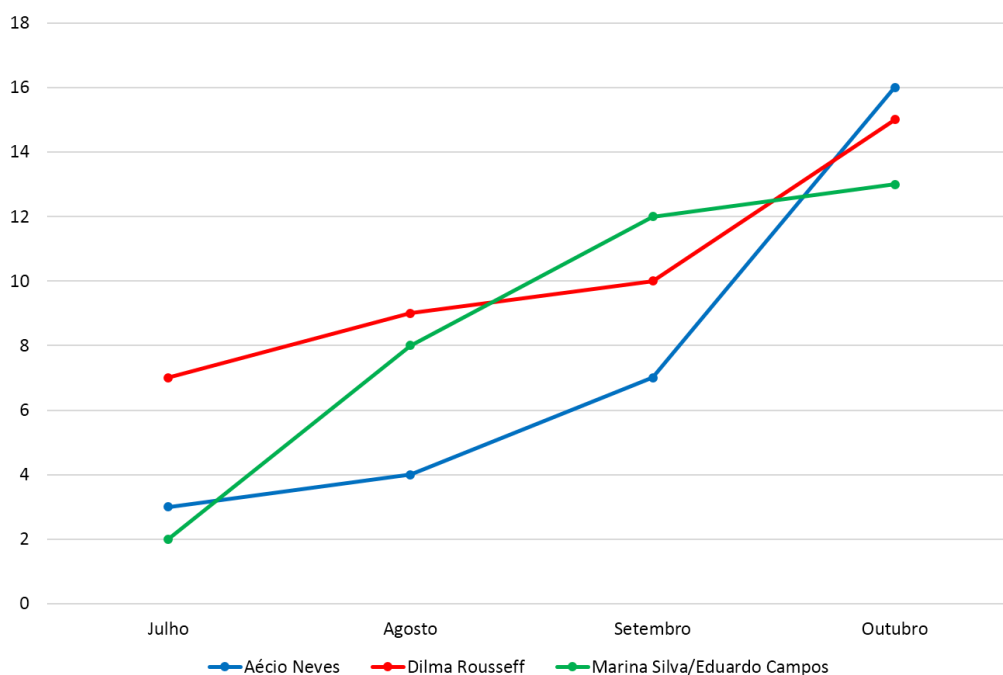
Os picos de valência negativa que chamam a atenção na cobertura de Dilma e Aécio, em ambos os jornais, correspondem ao fato de os dois candidatos disputarem o segundo turno das eleições presidenciais, onde a disputa mais parecia um vale-tudo, como retratado em inúmeras charges. Em ambos os jornais, os chargistas enfatizaram essa guerra entre os concorrentes desenhando ringues, batalhas entre “exércitos” - referindo-se a troca de ofensas e agressividade também encontrada nas discussões sobre política nas ruas e na internet, entre seus respectivos militantes. O clima bélico do segundo turno, onde os presidenciáveis preferiam o “tiroteio”, deixando em segundo plano as discussões sobre temas de seus programas de governo, trouxe como consequência fortes críticas em relação à postura dos mesmos, sendo refletido, também, nas charges dos jornais.

A grande parte do discurso chargístico da *Folha* estava centrada na crítica à conduta dos candidatos de modo geral. A troca de farpas, ataques e ofensas entre os presidenciáveis, sobretudo nos debates, deram o tom de muitas charges. As ilustrações de Angeli, por exemplo, poucas vezes retratavam um candidato diretamente. Suas críticas consistiam na gravidade dos problemas que assolavam a sociedade e o comportamento dos candidatos ao pleito. *O Globo* também abordava a “guerra” entre os candidatos, mas suas críticas eram mais agressivas e diretas a cada um deles.

Nos gráficos que se seguem (Gráficos 3 e 4), é possível verificar tais tendências ao longo do período.

Gráfico 3: Sequência mensal de valências negativas *O Globo*.

Fonte: autora, 2017.

Gráfico 4: Sequência mensal de valências negativas *Folha de S. Paulo*.

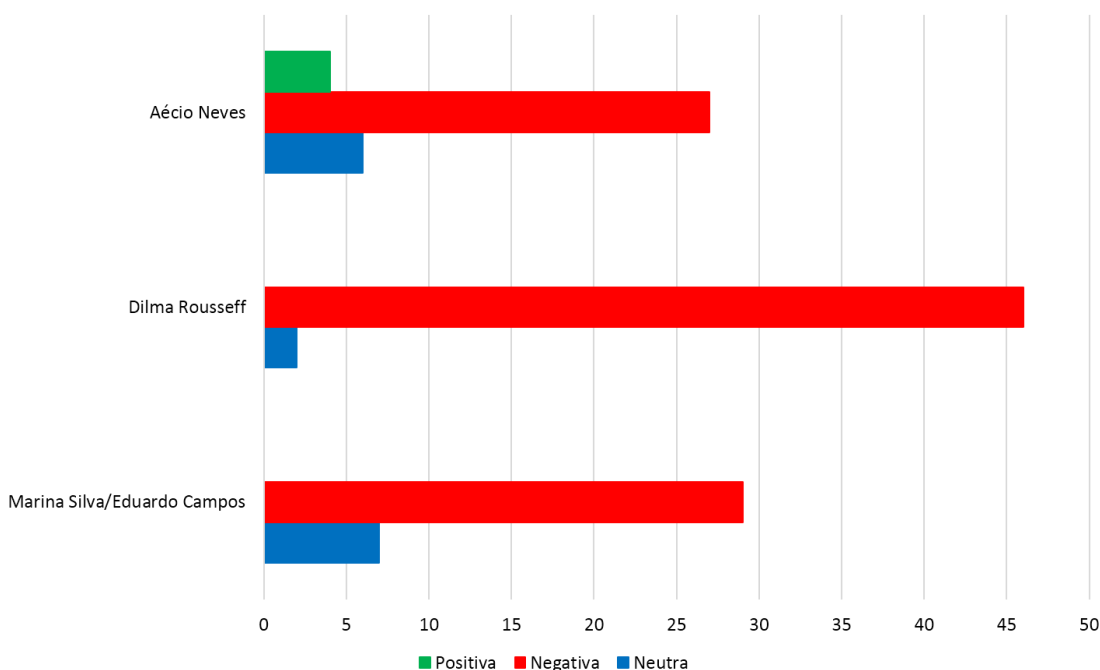
Fonte: autora, 2017.

Embora as charges analisadas de ambos os jornais sejam majoritariamente negativas para todos os candidatos, é possível verificar uma cobertura menos agressiva ao representante do PSDB. Tanto em *O Globo*, quanto na *Folha*, Aécio recebeu uma pequena cobertura positiva, propiciada, sobretudo, pela resiliência de sua campanha, garantindo o segundo turno

contra Dilma. Dentre as charges que retratavam o tucano, no jornal do Grupo Globo, 4 consistiam em valência positiva contra 3 no jornal paulistano. As charges que retratavam as candidatas Dilma Rousseff e Marina Silva não apresentaram valência positiva. A única charge de valência positiva recebida pelos candidatos do PSB veio da *Folha*, após a morte de Eduardo Campos, realizando uma espécie de homenagem ao político.

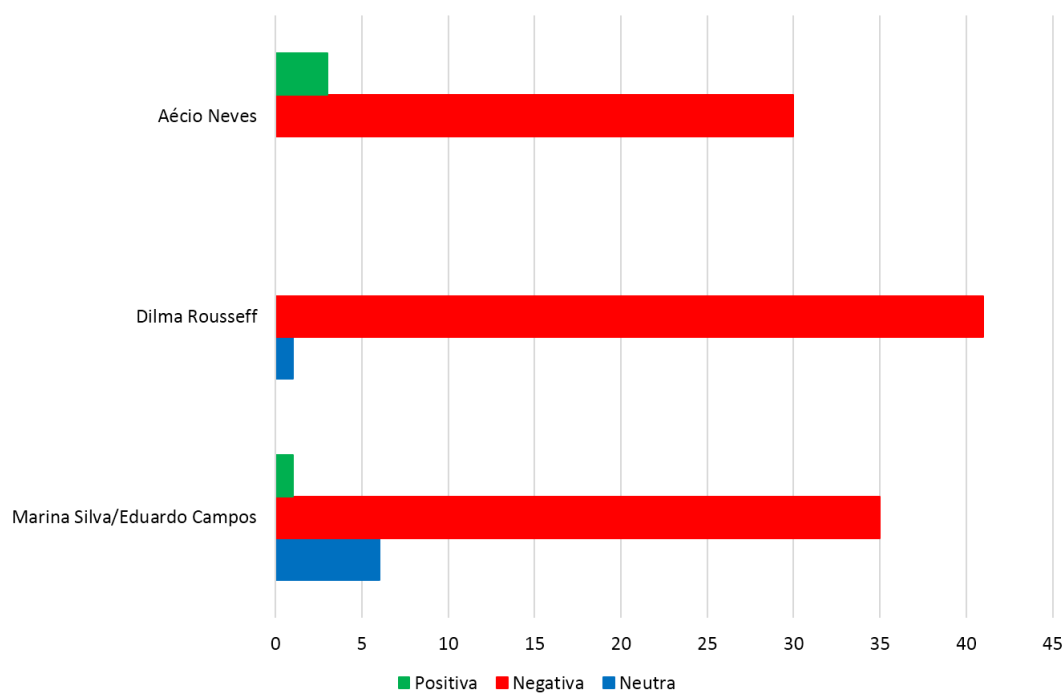
As charges neutras recebidas pelos candidatos descreviam eventos que se desenrolavam no período e, muitas vezes, apresentavam um equilíbrio entre positivo e negativo, que dependiam da subjetividade do leitor. Na *Folha*, apenas Dilma e Marina receberam charges neutras. A primeira recebeu uma charge e a segunda 6 charges. No jornal *O Globo*, Aécio recebeu 6 charges neutras, Dilma 2 e Marina 7.

Gráfico 5: Número agregado das charges com valências positivas, negativas e neutras de cada candidato em *O Globo*.



Fonte: autora, 2017.

Gráfico 6: Número agregado das charges com valências positivas, negativas e neutras de cada candidato na *Folha de S. Paulo*.



Fonte: autora, 2017.

Quadro 2: Número agregado de valência positiva, negativa e neutra a cada candidato nos jornais *O Globo* e *Folha de S. Paulo*.

Aécio Neves	Positiva	Negativa	Neutra	Total
O Globo	11%	73%	16%	37
Folha de S. Paulo	9%	91%	0%	33
Dilma Rousseff	Positiva	Negativa	Neutra	Total
O Globo	0%	96%	4%	48
Folha de S. Paulo	0%	98%	2%	42
Marina Silva/Eduardo Campos	Positiva	Negativa	Neutra	Total
O Globo	0%	81%	19%	36
Folha de S. Paulo	2%	84%	14%	42

Fonte: autora, 2017.

Diante dos resultados auferidos, nota-se o maior número de charges contrárias à presidente e candidata à reeleição Dilma Rousseff, demonstrando uma desproporcionalidade e parcialidade dos jornais. No entanto, o jornal *O Globo* apresentou um discurso mais negativo

em relação à petista que a *Folha de S. Paulo*. Os gráficos 1 e 2, assim como o quadro 2 apresentam o número agregado das charges favoráveis, contrárias e neutras a cada candidato ao longo de todo o período eleitoral de 2014, elucidando tais resultados.

As análises realizadas das charges dos jornais *O Globo* e *Folha de S. Paulo* apontaram, de maneira geral, um comportamento semelhante de ambos os veículos. As charges demonstraram uma natureza majoritariamente contrária para os três principais candidatos ao pleito presidencial, prevalecendo a candidata do PT, com um número maior de ilustrações de valência negativa que os demais. Neste caso, o discurso expressivamente negativo relativo à petista não foi exitoso quanto ao resultado da eleição. Os jornais, assim, podem contribuir para uma subversão da imagem da candidata, a partir do discurso referente à mesma em suas publicações.

No entanto, algumas divergências podem ser pontuadas. A *Folha*, por exemplo, apresentou um comportamento atípico, ao inferirmos que o candidato do PSDB apresentou maior número de charges negativas no mês de outubro que a presidente e candidata à reeleição Dilma Rousseff. Esse fato pode ser explicado pelo maior número de chargistas que publicam nesse jornal, caracterizando suas charges como expressões de sentidos e representações que carregam ideologias que foram construídas a partir de histórias e vivências distintas, de acordo com cada artista.

Assim, por mais que a *Folha* carregue um discurso semelhante ao d'*O Globo*, nota-se que o jornal paulistano procura atuar de forma mais branda, sutil, contando com diferentes vozes em seus editoriais. Ao analisar suas charges, conclui-se que estas possuem uma característica mais sofisticada e engenhosa que as do jornal carioca. O humor da *Folha* é mais refinado, crítico. Seu discurso versa sobre os eventos que se desenrolam no período, mas, principalmente, sobre o comportamento dos agentes políticos e suas propostas de governo, bem como os problemas sociais e políticos evidentes dessa conjuntura. Contudo, verifica-se, também, que esse jornal é tendencioso, sobretudo, em relação aos interesses do estado de São Paulo, ainda que muito sutilmente.

O Globo se apresenta como um jornal mais tendencioso, ou melhor dizendo, mais transparente nos seus posicionamentos ideológicos. E isso se reproduz em suas charges. Seu humor é mais escrachado, em um estilo bem carioca. A linha editorial da *Folha* parece ser mais formal e a de *O Globo* mais coloquial, por exemplo. Aragão (2010), ao comparar o humor paulista com o carioca, reproduz um trecho de uma entrevista de Angeli: “o humor

paulista é diferente do carioca. É mais direto, mais sério. O carioca belisca a bunda do alvo e o paulista acerta”.

A partir das análises, levando em consideração também o resultado das análises de valências das manchetes realizadas pelo Manchetômetro, referentes ao mesmo período delimitado, compreende-se que as charges de *O Globo* reproduzem a linha editorial do jornal. No que tange à *Folha*, suas charges apresentam algumas pequenas variações em relação à linha editorial do jornal, justificando-se, como já exposto, pela maior rotatividade de chargistas, com percepções distintas. No entanto, o resultado das análises das charges, apresenta um número expressivamente maior de valências negativas para os candidatos em ambos os jornais, demonstrando a natureza crítica e irônica da charge.

As análises realizadas a partir da perspectiva teórico-metodológica da Análise de Conteúdo viabilizaram resultados mais precisos e robustos, proporcionando uma comparação mais elementar da construção e inferência do discurso político de humor dos jornais. A orientação teórico-metodológica da Análise de Discurso, por sua vez, proporcionou um alargamento teórico, um olhar diferenciado sobre o mesmo objeto e suas práticas de linguagem. As análises por meio dos parâmetros da AD possibilitaram se caracterizar socialmente, politicamente e ideologicamente os sujeitos, não deixando, de fato, de revelar a ironia e o humor como características da charge (SOUSA, 2008).

A opção por utilizar ambas as perspectivas ocorreu por acreditarmos que a Análise de Discurso elucidava os sentidos, muitos deles presentes nos não-ditos, nos subentendidos, ao passo que a Análise de Conteúdo, atua com variáveis mais precisas e, portanto, com menor grau de subjetividade.

Neste sentido, ao realizar as análises, concluímos que os resultados auferidos não configuram uma verdade absoluta e independente, uma vez que deve ser considerada toda subjetividade inerente ao analista e aos interlocutores. Baseando-nos em Aldé, Mendes e Figueiredo (2007), podemos concluir que a avaliação realizada nesse trabalho não se apresenta como exclusiva ou incontestável, contudo, julga-se científica ao apresentar seus métodos e considerar contingentes seus resultados.

CONCLUSÃO

A relação do discurso de humor das charges com a política não é algo recente. Em diversos momentos da história política nacional, o cômico surgiu como uma forma de resistência, principalmente em tempos de censura. No entanto, a charge também possui uma discursividade persuasiva, sendo utilizada pelos jornais como um instrumento de intervenção política. A linguagem da charge produz sentidos, uma vez que está empenhada na defesa de interesses e visões de mundo.

Embora as charges reproduzam a política de maneira alegórica, seu discurso representa com veracidade as personalidades e os eventos que se desenrolam no cenário político. Seus momentos de maior destaque são justamente em tempos de crise política, onde seu discurso parece fazer ainda mais sentido. Deste modo, analisar as charges é verificar e compreender as tensões e evoluções da prática política no decorrer do tempo.

O período eleitoral é geralmente marcado por uma série de acontecimentos que, na maioria das vezes, irá direcionar o voto do eleitor. E a mídia, como veículo que faz intermediação entre o político e o eleitor, é encarregada de manter este último atualizado sobre as principais questões que atravessam o cenário político. Deste modo, a charge é vista como uma ferramenta de fundamental importância no diálogo dos jornais com os leitores/eleitores, pois esta, além de informar, busca levar o público a refletir criticamente. Ela contém certa permissividade, ficando livre de censura, diferente dos demais editoriais que precisam se “encaixar” em determinados “padrões”. Com uma pitada de humor irreverente que mascara, muitas vezes, a intenção do chargista, ela carrega a ideologia de seu idealizador.

Embora o objetivo da charge seja criticar quem se evidencia na prática política, é possível perceber estratégias comunicativas em sua produção, de modo a favorecer determinada personalidade ou partido político, de acordo com os interesses do jornal.

Nesta perspectiva, essa pesquisa procurou analisar e compreender as estratégias discursivas das charges políticas dos jornais *O Globo* e *Folha de S. Paulo*, publicadas no período das eleições presidenciais de 2014. A escolha pela análise de um gênero cuja linguagem envolve humor, ironia, opinião, mesclando o verbal com o não-verbal, e que ainda possui poucos trabalhos no âmbito acadêmico da Sociologia e da Ciência Política, caracterizou-se como algo desafiador. Sua complexa linguagem traduz o que a sociedade tem de mais obscuro, reproduzindo os conflitos políticos e problemas cotidianos.

As charges são repletas de interpretações possíveis. Outros estudiosos poderão analisar o mesmo *corpus*, e, possivelmente, farão análises diferentes, principalmente em relação aos “não-ditos” e “interditos”, visto que o indivíduo é constituído a partir do lugar onde está situado socialmente e de vivências e percepções distintas, próprias a cada sujeito.

Conforme sinaliza Herbert de Souza (2014, p. 7), “a análise da conjuntura é uma mistura de conhecimento e descoberta, é a leitura especial da realidade (...)”. A análise da conjuntura política das eleições de 2014 permite-nos, assim, realizar uma leitura diferenciada do dado período histórico, uma análise que buscou interpretar o discurso político de humor de dois veículos de amplo alcance nacional, considerados como formadores de opinião pública.

Neste sentido, a partir da análise da conjuntura por meio das charges publicadas pelos jornais, foi possível compreender e descobrir sentidos, relações, tendências com base nos dados e nas informações alcançadas (SOUZA, 2014). Do mesmo modo, foi possível analisar e interpretar o comportamento desses periódicos de acordo com o curso dos acontecimentos, que marcaram e definiram as eleições presidenciais de 2014; além de indicar certos sentidos e revelar a percepção que esses veículos têm da realidade.

Outrossim, a análise proposta permitiu compreender como os jornais se posicionaram nesse jogo de correlações de forças, que ao longo do dado período sofreu mudanças e grandes reviravoltas até o último momento. A análise da conjuntura através das charges proporciona um olhar diferenciado do determinado contexto histórico, pois estas são comentários sociais “explicitamente opinativos pela sátira e pelo sarcasmo e mostram com simples figuras o que não poderia ser dito com menos de mil palavras (FONSECA, 1999, p. 13)”.

Mesmo reconhecendo que a obra autoral, seja ela uma charge ou um romance, não deve ser enquadrada em variáveis fechadas, mas nesse estudo buscamos duas formas de análise, que para efeito dos resultados, se complementaram, na medida em que apontaram a subjetividade que o sujeito revela ao atribuir sentidos e as evidências que as categorias das valências demonstram na análise dos conteúdos.

REFERÊNCIAS

- ABRAMO, C. W. Império dos sentidos: critérios e resultados na *Folha de S. Paulo*. **Rev. Novos Estudos**, São Paulo, v. 1, n. 31, out. 1991.
- ACERVO OLIVE FOLHA DE S. PAULO. São Paulo, Folha de S. Paulo, 2014.
- ACERVO ONLINE O GLOBO. Rio de Janeiro: O Globo, 2014.
- AGUIAR, C. M. **Em busca de um sentido**. In: ANDRADE, G. G.; RABELO, M. L. (Org.). *Produção de textos no ENEM: desafios e conquistas*. Brasília: UNB, 2007.
- ALDÉ, A.; MENDES, G.; FIGUEIREDO, M. Tomando partido: imprensa e eleições presidenciais em 2006. **Política & Sociedade**, n. 10, 2007, pp. 153-72.
- ANGELI. **Confissões de um cartunista**. [Entrevista a Marcelo Pinheiro]. Brasileiros, 2012. Disponível em: < <http://brasileiros.com.br/5oQPM>>. Acesso: 13 jul. 2016.
- ANGELI 40 ANOS DE FOLHA. São Paulo: Folha de S. Paulo *Online*, 2015. Disponível em: < <http://arte.folha.uol.com.br/especiais/2015/09/20/angeli-40/>>. Acesso: 8 nov. 2016.
- ARAGÃO, O. **As charges políticas e seu reflexo na sociedade**. Rio de Janeiro: Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais EBA - UFRJ, p. 36–43, 2010.
- ARAGÃO, V. P. S. **O não-dito construído pelo viés do humor nas charges**. Dissertação (Mestrado em Letras) - Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2007.
- ARÊAS, J. B. **Batalhas de O Globo (1989-2002): o neoliberalismo em questão**. Tese de Doutorado. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2012.
- AZEVEDO, F. A. **Agendamento da política**. In: RUBIM, A. A. C. (Org.) *Comunicação e política: conceitos e abordagens*. Salvador : Edufba, 2004.
- BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na idade Média: o contexto de François Rabelais**”. Tradução Yara Frateschi Vieira. São Paulo, SP: Hucitec, 2013a.
- _____. **Estética da criação verbal**. Tradução Paulo Bezerra. 4. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- _____. (V. N. Volochínov). **Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico da linguagem**. Tradução Michel Lahud e Yara Frateschi, com a colaboração de Lúcia Teixeira Wisnik e Carlos Henrique d. Chagas Cruz. - 16. ed. - São Paulo: Hucitec, 2014.
- _____. **Problemas da poética de Dostoiévski**. Tradução direta do russo, notas e prefácio Paulo Bezerra - 5. ed. - Rio de Janeiro: Forense Universária, 2013b.
- BARBOSA, L. H. **As diferentes vozes da charge jornalística**. *Mediação*, Belo Horiz, ISSN 2179-9571, p. 72–78, 2003.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Portugal: Edições 70, 1977.
- BAUMAN, Z. **Tempos Líquidos**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. - Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BIROLI, F.; MIGUEL, L. F. A produção da imparcialidade: a construção do discurso universal a partir da perspectiva jornalística. **RBCS**, vol. 25, n. 73, 2010.

BORMANN, A. C. **A leitura na sala de aula: uma abordagem crítica**. Dissertação (Mestrado em Linguística aplicada). Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2001.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil S.A., 1989.

_____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

BRANDÃO, Helena H. Nagamine. **Introdução à Análise do Discurso**. 3. ed. rev. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2012.

BRUGNAGO, F.; CHAIA, V. A nova polarização política nas eleições de 2014: radicalização ideológica da direita no mundo contemporâneo do Facebook. **Aurora: revista de arte, mídia e política**, São Paulo, v.7, n.21, p. 99-129, out. 2014 - jan. 2015.

CARMO, A. S.; GASPAROVIC, M. M. A. **Análise do Discurso humorístico**: a charge de Millôr Fernandes. Anais do 12º encontro Científico Cultural Interinstitucional - 2014 ISSN 1980-7406.

CAPELATO, M. H.; PRADO, M. L. **O bravo matutino**: imprensa e ideologia no jornal O Estado de S. Paulo. São Paulo: Alfa-Omega, 1980.

CARREIRÃO, Y. S. Opiniões políticas e sentimentos partidários dos eleitores brasileiros. **Opinião Pública**, Campinas, vol. 14, nº 2, Novembro, 2008, p.319-351.

CASTELLS, M. **A Era da Informação: economia, sociedade e cultura**. vol. 1. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2002.

CAVALCANTE, R. B.; CALIXTO, P.; PINHEIRO, M. M. K. **ANÁLISE DE CONTEÚDO**: considerações gerais, relações com a pergunta de pesquisa, possibilidades e limitações do método. *Inf. & Soc.: Est.*, João Pessoa, v.24, n.1, p. 13-18, jan./abr. 2014.

CAVALCANTI, C. R. DA S. **Discurso político na charge**. Dissertação (Mestrado). Universidade Católica de Pernambuco. Programa de Mestrado em Ciências da Linguagem, 2013.

CHARAUDEAU, P. **Pathos e discurso político**. In: MACHADO, I. L.; MENZES, W.; MENDES, E. *As emoções no discurso* - vol. 1 - Rio de Janeiro: Lucerna, 2007.

_____. Uma problemática comunicacional dos gêneros discursivos. **Revista Signos**, v. 43, n. 1984, 2010.

COSTA, D. B. **Charges eletrônicas das eleições 2006: uma análise de discurso crítica**. [s.l.] Universidade de Brasília. Brasília (DF)., 2007.

CRUZ, A. C. S. Caricatura e charge : Apontamentos sobre carnavalização e inversão da realidade no jornalismo. **Revista PJ: Br - Jornalismo**, v. 13, n. ISSN 1806-2776, 2010.

DE LUCA, T. R. **História dos, nos e por meio dos periódicos**. In: PINSKY, C. B. (Org.) *Fontes históricas*. 3 ed. – São Paulo: Contexto, 2015, p. 111-153.

DOWNING, J. D. H. **Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. São

Paulo: SENAC São Paulo, 2002.

FERES JÚNIOR, J. [et al]. A (in)clemente mídia das eleições. **Insight Inteligência**, n. 67, ISSN 1517-6940, 2014.

FERNANDES, C. M.; CHAGAS, G. A morte de Eduardo Campos e a narrativa do espetáculo político midiático: do jornalismo à propaganda eleitoral. **ALCEU**, v. 15 - n.30 - p. 77 a 91 - jan./jun. 2015

FLÔRES, O. **A leitura da charge**. Canoas: Ulbra, 2002.

FONSECA, J. da. **Caricatura: a imagem gráfica do humor**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1999.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. Tradução Raul Fiker. São Paulo: Editora Unesp, 1991.

GIROLA, M. K. L. **Signo e ideologia: a contribuição bakhtiniana para a filosofia da linguagem**. *Língua e Literatura*, n. 27, p. 319-332, 2004-06.

HENFIL. **Como se faz humor político/Henfil; depoimento a Tárík de souza**. São Paulo: Karup, 2014.

HENRY, P. **Os fundamentos teóricos da “análise automática do discurso” de Michel Pêcheux (1969)**. In: GADET, F.; HAK, T. (Org.) Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Tradução de Bethania S. Mariani... [et al.] - 5. ed. - Campinas: Editora da Unicamp, 2014, p. 11-38.

IBOPE. **Pesquisa Brasileira de Mídia**. [Governo Federal] Brasília, 2016.

LAERTE. **Em entrevista, Laerte fala de Brasil, de seu trabalho e da ideologia de quem faz rir no país**. [Entrevista a Carlos André Moreira] *Jornal Zero Hora*, 2013. Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/entretenimento/noticia/2013/07/em-entrevista-laerte-fala-de-brasil-de-seu-trabalho-e-da-ideologia-de-quem-faz-rir-no-pais-4214742.html>> Acesso: 16 jan, 2016.

LEITE, F. B. Mikhail Mikhailovich Bakhtin : breve biografia e alguns conceitos. **Revista Magistro**, v. 1 n. 1, n. ISSN: 2178-7956, p. 43–63, 2011.

LIMA, V. A. Os mídia e o cenário de representação da política. **Lua Nova**, São Paulo, n. 38, p. 239-271, 1996. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64451996000200012&lng=en&nrm=iso>. Acesso: 04 fev. 2017.

LIMONGI, F.; GUARNIERI, F. A base e os partidos. As eleições presidenciais no Brasil pós-redemocratização. **Novos Estudos – CEBRAP**, São Paulo, n. 99, 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/nec/n99/0101-3300-nec-99-00005.pdf>. Acesso em 20 fev. 2017.

LUSTOSA, I. Humor e política na Primeira República. **Revista USP**, v. n. 3, n. ISSN: 2316-9036, p. 53–64, 1989.

MACIEL, L. V. DE C. Diferenças entre dialogismo e polifonia. **Revista de Estudos da Linguagem**, v. 24, p. 580–601, 2016.

- MAINGUENEAU, Dominique. **Termos-chave da Análise do Discurso**. Tradução de Márcio Venício Barbosa, Maria Emília Amarante Torres Lima. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.
- MALTA, Márcio. **Diretas Jaz: o cartunista Henfil e a redemocratização através das ‘cartas da mãe**. Niterói, RJ: Muiraquitã, 2012.
- MANCHETÔMETRO. Rio de Janeiro: www.manchetometro.com.br, 2014.
- MARCUSCHI, L. A. **Gêneros textuais: definição e funcionalidade**. In: DIONÍSIO, Angela Paiva *et al.* Gêneros textuais e ensino. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002.
- MARX, K. ENGELS, F. **A ideologia alemã** [introdução de Jacob Gorender]. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- MELO, J. M. de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. 2. ed. ver. Petrópolis: Vozes, 1994.
- MELO, J. M. de. **Jornalismo brasileiro**. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- MEMÓRIA O GLOBO. Rio de Janeiro: O GLOBO, 2013. Disponível em: <http://memoria.oglobo.globo.com/>. Acesso: 15 fev. 2017.
- MIANI, R. A. Charge : uma prática discursiva e ideológica. **9ª Arte**, v. 1, n. nº 322, p. 37–48, 2012.
- MIGUEL, L. F. Apresentação. In: Dossiê mídia e política. **Rev. Sociologia Política**, Curitiba, 22, p. 7-12, jun. 2004.
- _____. Eleições, opinião pública e mídia: reflexões a partir das eleições brasileiras de 2002. **Política e Sociedade**, n. 02, 2003.
- _____. **Em busca da harmonia perdida: mito e discurso político (uma análise a partir da campanha eleitoral de 1994)**. Tese de Doutorado. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 1997.
- _____. **Mídia e comunicação política**. In: AVELAR, L.; CINTRA, A. O. (Org.) Sistema Político Brasileiro: uma introdução. 3. ed. Rio de Janeiro: Konrad Adenauer Stiftung; São Paulo: Editora Unesp, 2015.
- _____. Os meios de comunicação de massa e a prática política. **Lua Nova**, n. 55-56, 2002.
- _____. **Os partidos brasileiros e o eixo «esquerda-direita»**. Coligações partidárias na nova democracia brasileira: perfis e tendências. São Paulo: Editora Unesp, 2010.
- MORAES, D. **O planeta mídia: tendências da comunicação na era global**. Campo Grande: Letra Livre, 1998.
- MORAES, R. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.
- MOTA, C. G.; CAPELATO, M. H. **História da Folha de S. paulo: 1921-1981**. São Paulo: IMPRES, 1981.
- MOTTA, R. P. S. **Jango e o golpe de 1964 na caricatura**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

MOZZATO, A. R.; GRZYBOVSKI, D. **Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: Potencial e Desafios**. RAC, Curitiba, v. 15, n. 4, pp. 731-747, Jul./Ago. 2011. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/rac>>. Acesso em: 4 de mar. 2017.

O'DONNELL, G. Accountability Horizontal e Novas Poliarquias. **Lua Nova**, São Paulo, 44, 1998.

ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 3. ed. Campinas, SP: Pontes, 2001.

PANEBIANCO, A. **Comunicação Política**. In: BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. Dicionário de política. Tradução de Carmem C, Varriale [et al.] coord. trad. João Ferreira; rev. geral João Ferreira e Luis Guerreiro Pinto Cacaís. - Brasília : Editora Universidade de Brasília, 1ª ed. vol. 1, 1998, p. 200-204.

PARNAÍBA, C. S. **Demochargia: Dilma Rousseff e seu primeiro ano de mandato pelas charges jornalísticas**. Dissertação (Mestrado). Bauru: Universidade Estadual Paulista, 2014.

PASQUINO, G. **Modernização**. In: BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. Dicionário de política. Tradução de Carmem C, Varriale [et al.] coord. trad. João Ferreira; rev. geral João Ferreira e Luis Guerreiro Pinto Cacaís. - Brasília : Editora Universidade de Brasília, 1ª ed. vol. 1, 1998, p. 768-776.

PÊCHEUX, M. **Análise automática do discurso (AAD-69)**. In: GADET, F.; HAK, T. (Org.) Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Tradução de Bethania S. Mariani... [et al.] - 5. ed. - Campinas: Editora da Unicamp, 2014, p. 59-148.

_____.; FUCHS, C. **A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas (1975)**. In: _____. Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Tradução de Bethania S. Mariani... [et al.] - 5. ed. - Campinas: Editora da Unicamp, 2014, p. 159-249.

_____. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. 2 ed. ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 1995.

PEIRCE, C. S. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1977.

PINTO, C. R. J. Elementos para uma análise de discurso político. **Barbarói**, ISSN: 1982-2022, p. 78-109, 2006.

PORTO, M. **Enquadramentos de mídia e política**. In: RUBIM, A. A. C. (Org.) Comunicação e política: conceitos e abordagens. Salvador : Edufba, 2004.

ROSALINO, I. K. DE A. Mídia e Política no Brasil: o enquadramento das eleições presidenciais de 2010 na revista CartaCapital. **Cadernos de Ciências Sociais Aplicadas**, p. 143-162, 2011.

SANCHOTENE, C. R. S. **Mídia, humor e política: a charge da televisão**. Rio de Janeiro: E-PAPERS, 2011.

SILVA, J. O. DA. A produção de discursos políticos na visão de Pierre Bourdieu. **Tempo da Ciência**, v. 23, n. 12, p. 187-200, 2005.

SILVA, E. T. **Os (des) caminhos da escola: traumatismos educacionais**. São Paulo: Cortez, 2002.

SILVA, O. S. F. Os ditos e os não-ditos do discurso: movimentos de sentidos por entre os implícitos da linguagem. **R. Faced**, v. n. 14, ISSN: 1980-6620, p. 39–53, 2008.

SINGER, A. **Esquerda e Direita no Eleitorado Brasileiro**. A identificação Ideológica nas Disputas Presidenciais de 1989 e 1994. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2000.

SOARES, C. FERNANDES, V. **Laerte - Vida e Obra**. Mogi das Cruzes, 2012. Disponível em: <<https://issuu.com/viihx/docs/laerte>>. Acesso: 20 fev. 2017.

STOPPINO, M. **Ideologia**. In: BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. (org.) Dicionário de política. Tradução de Carmem C, Varriale [et al.] coord. trad. João Ferreira; rev. geral João Ferreira e Luis Guerreiro Pinto Cacaís. - Brasília : Editora Universidade de Brasília, 1ª ed. vol. 1, 1998, p. 585-597.

TAROUCO, G. S.; MADEIRA, R. M. Esquerda e direita no sistema partidário brasileiro: análise de conteúdo de documentos programáticos. **Revista Debates**, Porto Alegre, v.7, n.2, p.93-114, maio-ago. 2013b.

_____. Partidos, Programas e o Debate sobre Esquerda e Direita no Brasil. **Rev. Sociol. Polít.**, Curitiba, v. 21, n. 45, p. 149-165, mar. 2013a.

TEIXEIRA, L. G. S. **O traço como texto: A história da charge no Rio de Janeiro de 1860 a 1930** Rio de Janeiro Casa Rui Barbosa, coleção Papéis Avulsos, n. 38, , 2001.

_____. **Sentidos do humor, trapaças da razão: a charge**. Rio de Janeiro: Fundação Casa Rui Barbosa, coleção FCRB Estudos 2, 2005.

TELLES, H. S.; STORNI, T. P. L. **Ideologia e valores: o voto dos eleitores de direita e de esquerda**. 2011. Disponível em: <<http://opiniaopublica.ufmg.br/site/files/biblioteca/IdeologiaRevisto-30-maio-2011.pdf>>. Acesso em: 2 jan. 2017.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Tradução Wagner de Oliveira Brandão; revisão da tradução Leonardo Avritzer. – Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. **O Escândalo Político: poder e visibilidade na era da mídia**. Rio de Janeiro, Editora Vozes, 2002.

_____. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. 9. ed. - Petrópolis: Vozes, 2011.

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAVAGLIA, L. C. **Gramática: ensino plural**. São Paulo: Cortez, 2004.

_____. **Gramática e interação: uma proposta para o ensino de gramática no primeiro e segundo graus**. - 2. ed. São Paulo: Cortez, 199

ANEXOS

ANEXO

CHARGES O GLOBO

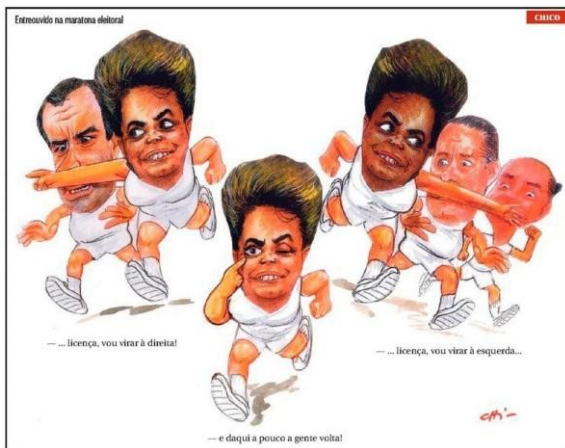
12/07/2014



21/07/2014



27/07/2014



04/08/2014



06/08/2014



07/08/2014



10/08/2014



11/08/2014



14/08/2014



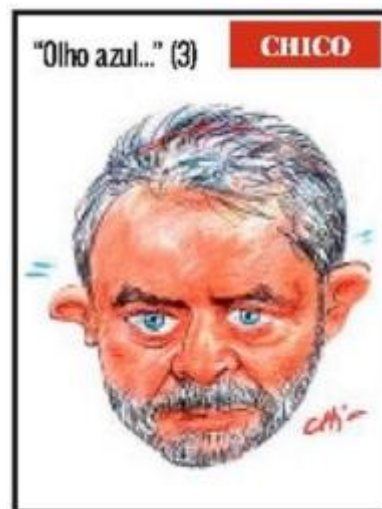
15/08/2014



16/08/2014



17/08/2014



18/08/2014



22/08/2014



23/08/2014



24/08/2014



25/08/2014



26/08/2014



27/08/2014



28/08/2014



29/08/2014



30/08/2014



31/08/2014



01/09/2014



02/09/2014



03/09/2014



04/09/2014



05/09/2014



07/09/2014



11/09/2014



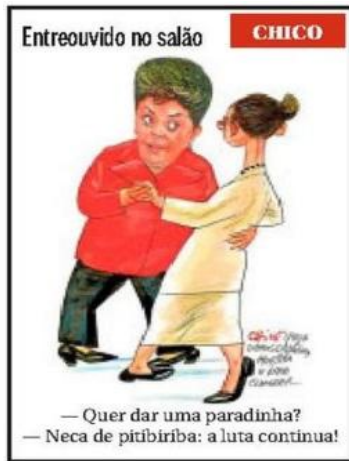
12/09/2014



13/09/2014



14/09/2014



15/09/2014



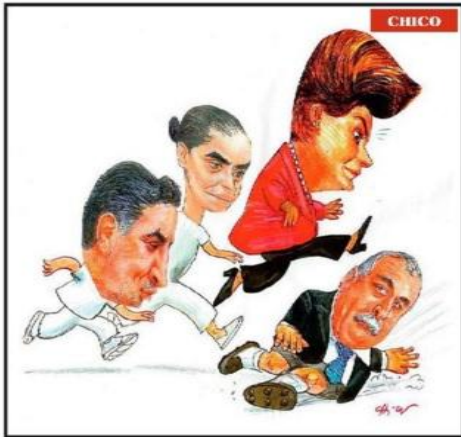
25/09/2014



26/09/2014



28/09/2014



30/09/2014



05/10/2014



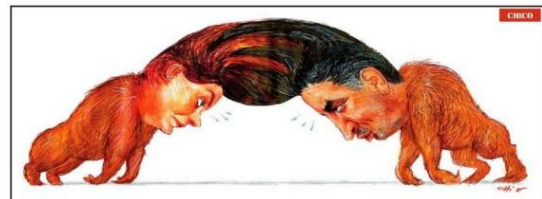
06/10/2014



07/10/2014



08/10/2014



09/10/2014



10/10/2014



11/10/2014



15/10/2014



17/10/2014



18/10/2014



19/10/2014



CHICO

21/10/2014

E na briga das comadres arrumadeiras... a hora do espanador!



CHICO

22/10/2014



Entrevisto no batalha aérea eleitoral

CHICO

— Até aqui, tudo bem!

23/10/2014

Bate-boca na batalha aérea

CHICO



— Vou te pegar...
 — Humpf! O que vem de baixo não me atinge...
 — Mas, se subir, atinge...
 — Candidatura Conceição: se subiu, ninguém sabe, ninguém viu!
 — Daqui a pouco a gente volta!

24/10/2014



Entrevisto no campo de batalha

CHICO

— Posso peixe?
 — Deixa que eu chuto baixo!

25/10/2014

Entrevisto no último debate

CHICO



— Que vença o melhor!
 — Por que esse radicalismo?

26/10/2014



28/10/2014



29/10/2014

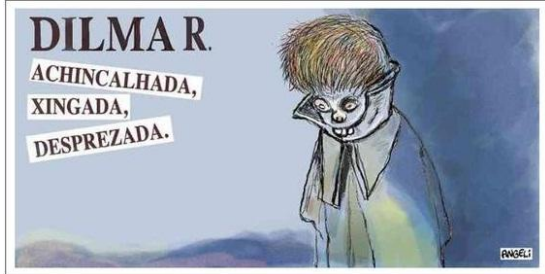


30/10/2014



CHARGES FOLHA DE S. PAULO

09/07/2014



11/07/2014



12/07/2014



16/07/2014



17/07/2014



20/07/2014



25/07/2014



28/07/2014



07/08/2014



12/08/2014



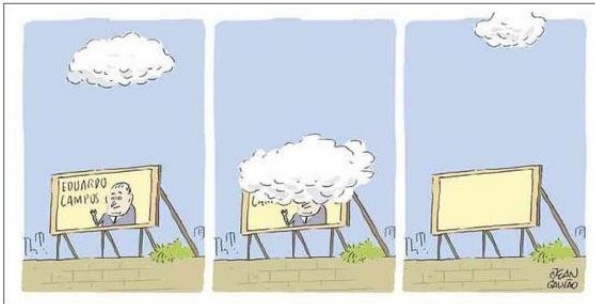
13/08/2014



14/08/2014



15/08/2014



16/08/2014



17/08/2014



18/08/2014



19/08/2014



20/08/2014



21/08/2014



23/08/2014



26/08/2014



27/08/2014



28/08/2014



29/08/2014



30/08/2014



01/09/2014



02/09/2014



03/09/2014



05/09/2014



06/09/2014



07/09/2014



08/09/2014



10/09/2014



11/09/2014



12/09/2014



13/09/2014



15/09/2014



19/09/2014



20/09/2014



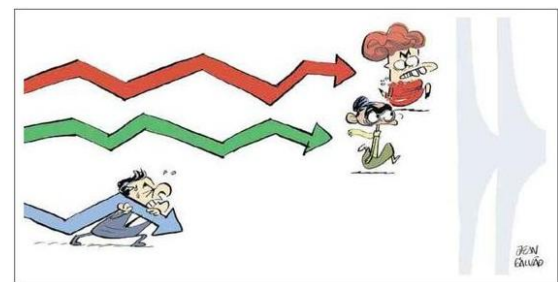
21/09/2014



23/09/2014



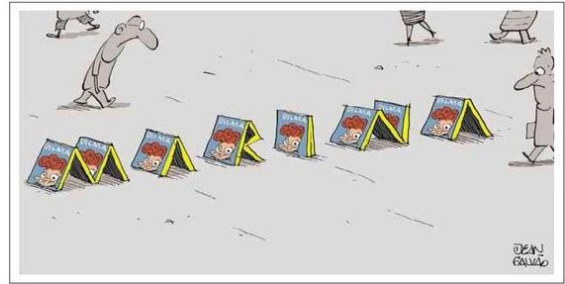
26/09/2014



28/09/2014



29/09/2014



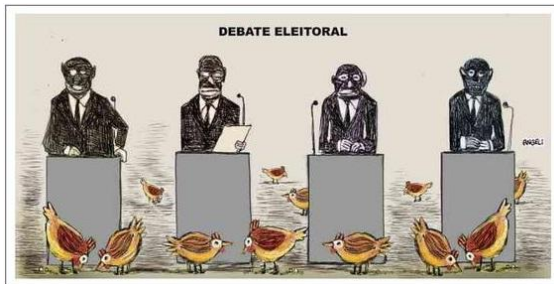
30/09/2014



01/10/2014



02/10/2014



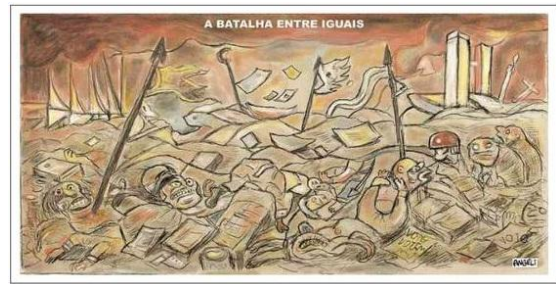
03/10/2014



04/10/2014



05/10/2014



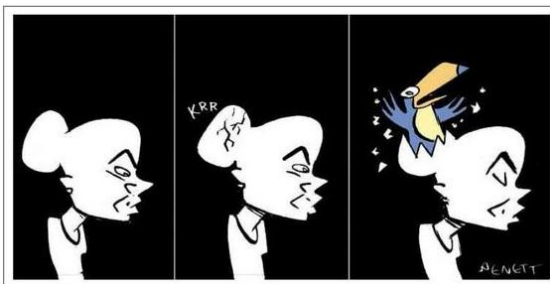
06/10/2014



07/10/2014



08/10/2014



09/10/2014



10/10/2014



11/10/2014



12/10/2014



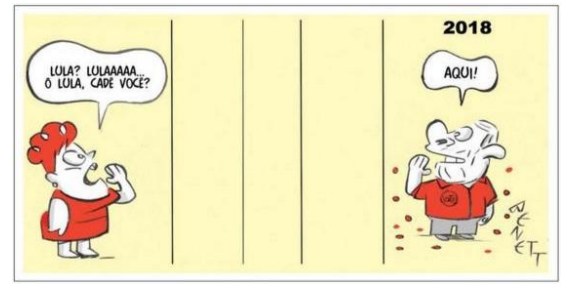
13/10/2014



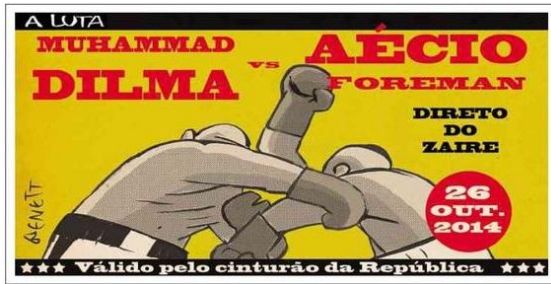
14/10/2014



15/10/2014



16/10/2014



17/10/2014



19/10/2014



21/10/2014



24/10/2014



25/10/2014



26/10/2014



27/10/2014



29/10/2014



APÊNDICE

QUADRO DE ANÁLISE DAS CHARGES - O GLOBO

O Globo							
	Charges segundo a data de publicação						
Categorias de análise	12/07/2014	21/07/2014	27/07/2014	04/08/2014	06/08/2014	07/08/2014	10/08/2014
Candidato retratado	Dilma	Dilma	Dilma	Dilma	Todos	Todos	Dilma/Aécio
Econômico				X			
Direitos Sociais							
Escândalo/revés político				X			
Persuasão		X	X	X	X	X	X
Representatividade					X	X	X
Juízo de conduta	X	X	X	X	X	X	X
Fato político		X	X	X	X	X	X
Valência da charge	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa (D)/Neutra (A)

O Globo								
	Charges segundo a data de publicação							
Categorias de análise	11/08/2014	14/08/2014	15/08/2015	16/08/2014	17/08/2014	18/08/2014	22/08/2014	23/08/2014
Candidato retratado	Todos	Eduardo C.	Todos	Todos	Dilma	Marina/Dilma	Marina	Marina
Econômico								
Direitos Sociais								
Escândalo/revés político		X	X	X	X	X	X	X
Persuasão	X		X	X	X	X	X	X
Representatividade	X	X						
Juízo de conduta	X		X	X	X	X	X	X
Fato político	X	X	X	X	X	X	X	X
Valência da charge	Negativa	Neutra	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa

O Globo								
	Charges segundo a data de publicação							
Categorias de análise	24/08/2014	25/08/2014	26/08/2014	27/08/2014	28/08/2014	29/08/2014	30/08/2014	31/08/2014
Candidato retratado	Marina	Eduardo C.	Eduardo C.	Todos	Todos	Todos	Todos	Dilma
Econômico							X	X
Direitos Sociais								
Escândalo/revés político	X	X	X				X	X
Persuasão	X			X	X	X	X	X
Representatividade								
Juízo de conduta	X			X	X	X	X	X
Fato político	X	X	X	X	X	X	X	X
Valência da charge	Negativa	Neutra	Neutra	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa (D)/Neutra (A/M)	Negativa

O Globo						
	Charges segundo a data de publicação					
Categorias de análise	24/10/2014	25/10/2014	26/10/2014	28/10/2014	29/10/2014	30/10/2014
Candidato retratado	Aécio/Dilma	Aécio/Dilma	Aécio/Dilma	Aécio/Dilma	Aécio/Dilma	Dilma
Econômico						
Direitos Sociais						X
Escândalo/revés político	X	X	X	X	X	X
Persuasão	X	X			X	X
Representatividade						
Juízo de conduta	X	X	X			X
Fato político	X	X	X	X	X	X
Valência da charge	Negativa	Negativa (D)/Neutra (A)	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa

QUADRO DE ANÁLISE DAS CHARGES FOLHA DE S. PAULO

Folha de S. Paulo									
	Charges segundo a data de publicação								
Categorias de classificação	09/07/2014	11/07/2014	12/07/2014	16/07/2014	17/07/2014	20/07/2014	25/07/2014	28/07/2014	07/08/2014
Candidato retratado	Dilma	Dilma	Aécio	Todos	Todos	Dilma	Dilma	Dilma	Dilma
Econômico		X						X	
Direitos Sociais							X	X	
Escândalo/revés político		X	X				X	X	X
Persuasão	X	X	X				X	X	X
Representatividade									
Juízo de conduta	X	X	X	X	X	X			X
Fato político		X	X	X	X	X	X	X	X
Valência da charge	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa

Folha de S. Paulo								
	Charges segundo a data de publicação							
Categorias de classificação	12/08/2014	13/08/2014	14/08/2014	15/08/2014	16/08/2014	17/08/2014	18/08/2014	19/08/2014
Candidato retratado	Dilma	Todos	Eduardo C.	Eduardo C.	Marina	Marina	Dilma	Marina
Econômico	X							
Direitos Sociais		X						
Escândalo/revés político			X	X	X	X	X	X
Persuasão	X	X					X	
Representatividade								
Juízo de conduta		X			X	X	X	X
Fato político	X	X			X	X		
Valência da charge	Negativa	Negativa	Positiva	Neutra	Neutra	Negativa	Negativa	Negativa

Folha de S. Paulo						
	Charges segundo a data de publicação					
Categorias de classificação	20/08/2014	21/08/2014	23/08/2014	26/08/2014	27/08/2014	28/08/2014
Candidato retratado	Dilma/Marina	Marina	Aécio	Dilma/Marina	Dilma	Todos
Econômico						
Direitos Sociais				X		
Escândalo/revés político	X	X	X		X	X
Persuasão		X	X	X	X	
Representatividade				X		
Juízo de conduta	X	X	X	X	X	X
Fato político			X	X	X	X
Valência da charge	Negativa (D)/Neutra (M)	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa

Folha de S. Paulo							
	Charges segundo a data de publicação						
Categorias de classificação	29/08/2014	30/08/2014	01/09/2014	02/09/2014	03/09/2014	05/09/2014	06/09/2014
Candidato retratado	Todos	Marina	Todos	Marina	Marina	Marina	Aécio
Econômico		X					
Direitos Sociais				X			
Escândalo/revés político		X		X	X		X
Persuasão		X		X	X	X	X
Representatividade				X			
Juízo de conduta	X	X	X	X	X	X	X
Fato político		X	X	X	X	X	
Valência da charge	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa

Folha de S. Paulo						
	Charges segundo a data de publicação					
Categorias de classificação	07/09/2014	08/09/2014	10/09/2014	11/09/2014	12/09/2014	13/09/2014
Candidato retratado	Marina	Dilma	Dilma	Marina	Aécio	Dilma/Marina
Econômico			X			
Direitos Sociais						
Escândalo/revés político	X	X	X		X	X
Persuasão	X	X	X		X	X
Representatividade						
Juízo de conduta	X	X	X	X		X
Fato político	X	X	X		X	X
Valência da charge	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa (D)/Neutra (M)

Folha de S. Paulo						
	Charges segundo a data de publicação					
Categorias de classificação	15/09/2014	19/09/2014	20/09/2014	21/09/2014	23/09/2014	26/09/2014
Candidato retratado	Dilma/Marina	Dilma	Todos	Todos	Todos	Todos
Econômico		X				
Direitos Sociais		X	X			
Escândalo/revés político	X	X	X		X	X
Persuasão	X	X	X		X	
Representatividade						
Juízo de conduta	X		X	X	X	
Fato político	X	X	X		X	X
Valência da charge	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa (Aécio)/Neutra (D/M)

Folha de S. Paulo						
Charges segundo a data de publicação						
Categorias de classificação	28/09/2014	29/09/2014	30/09/2014	01/10/2014	02/10/2014	03/10/2014
Candidato retratado	Marina	Dilma/Marina	Marina	Dilma	Todos	Aécio/Marina
Econômico				X		
Direitos Sociais						
Escândalo/revés político	X			X	X	X
Persuasão	X		X	X		X
Representatividade						
Juízo de conduta	X		X		X	
Fato político	X	X		X	X	X
Valência da charge	Negativa	Negativa (D)/Neutra (M)	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa (M)/Positiva (A)

Folha de S. Paulo						
Charges segundo a data de publicação						
Categorias de classificação	04/10/2014	05/10/2014	06/10/2014	07/10/2014	08/10/2014	09/10/2014
Candidato retratado	Todos	Todos	Todos	Aécio/Marina	Aécio/Marina	Marina
Econômico						
Direitos Sociais						
Escândalo/revés político	X	X	X		X	X
Persuasão				X		
Representatividade						
Juízo de conduta		X		X		
Fato político	X	X	X	X	X	X
Valência da charge	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Positiva (A)/Negativa (M)	Negativa

Folha de S. Paulo							
Charges segundo a data de publicação							
Categorias de classificação	10/10/2014	11/10/2014	12/10/2014	13/10/2014	14/10/2014	15/10/2014	16/10/2014
Candidato retratado	Aécio/Marina	Marina/Aécio	Marina	Todos	Aécio/Marina	Dilma	Aécio/Dilma
Econômico							
Direitos Sociais							
Escândalo/revés político	X	X	X	X		X	X
Persuasão							
Representatividade							
Juízo de conduta	X				X	X	X
Fato político		X	X	X		X	X
Valência da charge	Negativa	Positiva (A)/Negativa (M)	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa

Folha de S. Paulo								
Charges segundo a data de publicação								
Categorias de classificação	17/10/2014	19/10/2014	21/10/2014	24/10/2014	25/10/2014	26/10/2014	27/10/2014	29/10/2014
Candidato retratado	Aécio/Dilma	Aécio/Dilma	Aécio	Aécio/Dilma	Aécio/Dilma	Aécio/Dilma	Aécio/Dilma	Dilma
Econômico								
Direitos Sociais								
Escândalo/revés político	X	X					X	X
Persuasão			X					X
Representatividade								
Juízo de conduta	X	X	X	X		X	X	
Fato político	X	X	X	X	X	X	X	X
Valência da charge	Negativa	Negativa	Negativa	Negativa	Neativa	Negativa	Negativa	Negativa