



CHARGE E CULTURA

Édio João MARIANI
FAEF-Garça e UNESP-Marília

RESUMO

Vemos no mundo de hoje o surgimento de novas formas de expressão e comunicação, fruto dos diversos avanços tecnológicos. Sabemos também, que o estudo das mensagens e imagens visuais e das suas formas de representação em geral é especialmente importante em nossa época e em nossa cultura, hoje, eminentemente visual. A charge tem como características principais o humor (como linguagem, agradável a pessoa) e a ironia (como crítica à realidade político-social). Considerando, essa forma de linguagem, dentro do contexto cultural em que estamos inseridos.

PALAVRAS CHAVES: Charges, cultura e humor

ABSTRACT

We today see in the world of the sprouting of new forms of expression and communication, fruit of the diverse technological advances. We also know, that the study of the messages and visual images and its forms of representation in general it is especially important at our time and our culture, today, eminently visual. Charge has as characteristic main the mood (as language, pleasant the person) and the irony (as critical to the political-social reality). Considering, this form of language, inside of the cultural context where we are inserted.

KEY WORDS: Charges, culture and mood

1- A CHARGE E SUAS FACETAS

A charge, que Humberto Eco chama de “signo icônico”, pode possuir, entre as suas propriedades, “aquelas óticas (visíveis), aquelas ontológicas (presumíveis) e aquelas convencionais (modelizadas), conhecidas como inexistentes, mas como eficazmente denotantes, como os raios de sol em traços retos”. (ECO, 1968: p.47)

Pensando na charge, vejo que dentro de toda pessoa existe um chargista, pois todos nós, com ironia e humor, fazemos as charges ou caricaturamos a realidade que vivemos.

O presente trabalho busca discutir a charge, com seu humor e ironia, dentro do contexto cultural, dando ênfase ao campo da comunicação visual. Em anexo está uma pequena entrevista com o chargista lotti, do Jornal Zero Hora de Porto Alegre/RS.

Gostaria de começar, esclarecendo os termos que envolvem a expressão das pessoas através de desenhos: charge, cartun, caricaturas, grafitos e quadrinhos. Como o próprio lotti, na entrevista coloca, “existe uma confusão que se faz, em o que é uma charge, o que é um cartun...”

Charge: representação pictórica, de caráter burlesco e caricatural, em que se satiriza uma idéia, situação ou pessoa.

Ícone: imagem, representação em superfície plana da figura de Cristo, de Maria ou dos Santos, na Igreja russa e grega.

Quadrinhos: é uma determinada narrativa ou história que possui seqüência, feita em quadrinhos (com desenhos, diálogos em balões, onomatopéias...)

Grafitos: inscrição ou desenhos de épocas antigas, toscamente riscados à ponta de carvão, em rochas, paredes, vasos... Desde as cavernas pré-históricas e as ruínas da Antigüidade até as contemporâneas

pixações nos muros, postes, tapumes, pára-choques de caminhões e as inscrições anônimas em cédulas de papel-moeda, a comunicação através de grafitos tem papel marcante na história da cultura humana.

Cartun: gênero de desenho satírico, que tem aspecto anedótico na sua característica principal. Pode vir acompanhado ou não de palavras.

Caricaturas: consiste em reproduzir (geralmente em termos gráficos, isto é, por meio de linhas) a aparência de uma pessoa, animal ou coisa, deformando alguma característica. É de cunho satírico, mas não obrigatoriamente cômico.

É importante ressaltar a questão da abrangência da charge e do cartun. Eles estão dentro do espaço e do tempo. Canevacci, no seu livro *Antropologia da Comunicação Visual*, diz:

"A incisão de um minissímbolo, uma longa reflexão existencial-política ou o breve slogan recém-inventado nos comunicam que somente naquela determinada relação espaço e tempo foi possível realizar aquela mensagem". (Canevacci, 1990:p.125) A charge e o cartun possuem a maioria dos elementos em comum, menos a relação do espaço. O cartun é um desenho universal, global que pode ser entendido em qualquer lugar do universo. Como diz o lotti, "desde a China até Marília". A charge já é localizada no tempo e no espaço mais particular; ela pressupõe um saber localizado.

Nisso entramos na relação entre a questão cultural e o saber, e como isso é comunicado às pessoas. É nesse contexto que a charge está inserida. Paulo Freire, através de sua pedagogia, reforça que as pessoas e grupos devem distinguir entre "natureza" (o que é determinado, daí natural) e "cultura" (tudo o que foi construído pelas mãos dos homens e que, portanto, pode ser mudado).

Sabemos que a comunicação hoje dá um valor aos fatos que acontecem no dia-a-dia e à cultura. Podemos nos perguntar que valor é este? Normalmente é o que o grupo dominante acha que é valor, isto é, o que interessa para eles. Como nos coloca Humberto Eco, quando, falando da Televisão, diz que:

A população é coagida a pensar e meditar, sobre os princípios que regulam a própria sociedade, sugere o que deve querer ou deve acreditar que quer. A TV procura promover, através dos programas, os gostos e as opiniões de um cidadão ideal, um espectador perfeito, que satisfaça as necessidades de quem detém o poder. Ela sabe que pode determinar os gostos do público sem a necessidade de adequar-se a eles. Em regime de livre concorrência, se adequa à lei da oferta e da procura face o partido no poder (ECO, 1976: p.348).

daí em diante, tudo se torna mais fácil: é só passar a veicular os fatos como sendo "normais e naturais" e tudo passa a ser realidade. E o que é pior, sendo a única realidade (hegemonia de Gramsci).

Tudo o que foge dessa realidade, que não possui o "valor" imposto pelos manipuladores da sociedade é rejeitado. "Temos nojo do que foge ao controle cultural. É necessário ao homem. rejeitar, expulsar simbolicamente do seu convívio tudo o que em si é natural e rebelde, o homem marca o que em si existe de cultural." (BARBOSA, 1984: p.83)

2- O QUE É REALMENTE CULTURA?

A respeito de alguém que estuda bastante, lê muito, tem capacidade de discutir qualquer assunto, costuma-se dizer: "é uma pessoa de muita cultura". Neste caso cultura significa conhecimento acumulado e adquirido pela inteligência. Segundo este conceito, defendido pelas elites e repassado ao povo, vemos a sociedade dividida em dois grupos: a elite letrada que tem cultura, e os analfabetos e semi-analfabetos ignorantes que não têm cultura. Neste grupo inclui-se a maioria do povo brasileiro. Este, porém, é um conceito muito limitado de cultura, considerando que exclui a maioria do povo. Mas, cultura significa muito mais que isso. Ela diz respeito não só à inteligência das pessoas, mas a toda a sua vida. Além disso, a cultura é um produto coletivo. Nasce da experiência de uma sociedade, de um grupo e nunca de uma pessoa individual ou de algumas pessoas isoladas. A cultura também se identifica como o processo que vai definindo um estilo de vida comum, e, ao mesmo tempo, criando e trazendo novas alternativas. Por isso, não se adquire a cultura de uma vez para sempre, mas é necessário evoluir com ela, dar passos à frente, progredir, adaptar-se.

No mais popular dicionário da língua portuguesa, o *Aurélio*, encontramos as seguintes definições de cultura:

O mais complexo dos padrões de comportamento... das crenças... das instituições e de outros valores espirituais e materiais transmitidos coletivamente e característicos de uma sociedade; civilização. O desenvolvimento de um grupo social.. uma nação etc... que é fruto do esforço coletivo pelo aprimoramento desses valores; civilização... progresso (HOLANDA, 1990: p.221).

Existem muitos conceitos que pretendem explicar teoricamente a cultura. A Igreja Católica Latino-Americana, no Documento de Puebla, que diz: “Com a palavra cultura indica-se a maneira particular como, em cada povo, as pessoas cultivam a relação com a natureza, entre si mesmos e com o Transcendente (Deus), do modo que possam chegar a um nível plenamente humano...” (PUEBLA, 1979: p.386)

Clifford Geertz, em “A Interpretação das Culturas”, coloca o seu conceito de cultura sendo essencialmente semiótico.

Acreditando como Max Weber que o homem é um animal amarrado a teias de significados que ele mesmo teceu.. assumo a cultura como sendo essas teias e a sua análise; portanto.. não como uma ciência experimental em busca de leis, mas como uma ciência interpretativa, à procura de significado. Mais adiante, em seu livro, ressalta que: A cultura é pública porque o seu significado o é. Você não pode piscar (ou caricaturar a piscadela) sem saber o que é considerado uma piscadela ou como contrair, fisicamente, suas palavras...(GEERTZ,1978: p.15).

Já Huizinga, coloca que a cultura é fruto e surge como um jogo, possui um caráter lúdico, dentro de uma perspectiva histórica. “Já há muitos anos que vem crescendo em mim a convicção de que é no jogo e pelo jogo que a civilização surge e se desenvolve.” A charge vai ao encontro dessa definição, na medida que vemos que ela compartilha as características principais do jogo, colocadas pelo autor, “o fato de ser livre”, “não é vida corrente nem vida real” e está “fora do domínio da moral, não é em si mesmo nem bom nem mau”. Além disso explicita também que o jogo tem um “ambiente de alegria” (HUIZINGA, 1990: p.11e 236)

A cultura, envolve a totalidade da vida da pessoa e dos grupos humanos. É uma criação do ser humano, que ao mesmo tempo influencia a vida de cada pessoa. Desde que nasce, a criança vai aprendendo os valores e os contra-valores, as formas e expressões culturais próprias de sua família e de seu povo. Estes valores e formas de expressão podem ir se modificando com o passar do tempo e com o acréscimo de novas experiências e novas descobertas.

Retomando Geertz, vemos que ele ressalta que os textos antropológicos são eles mesmos interpretações e, na verdade, de segunda ou terceira mão. (Por definição, somente um "nativo" faz a interpretação em primeira mão: é a sua cultura). Estou trazendo isto presente, pois ao trabalhar a questão das charges e como veremos adiante a questão da charge como expressão de linguagem, temos que ter presente esta interpretação que o etnógrafo faz. São uma multiplicidade de estruturas conceptuais complexas, muitas vezes umas ligadas às outras. Geertz diz que "fazer uma etnografia é como tentar ler um manuscrito estranho, desbotado, cheio de elipses, incoerências, emendas suspeitas e comentários tendenciosos, escritos não com os sinais convencionais do som, mas com exemplos transitórios do comportamento modelado." (GEERTZ,1978:p.25) Com isto, o papel do etnógrafo, como o mesmo autor coloca, é no sentido de que ele "inscreve o discurso social: ele o anota. Ao fazê-lo, ele o transforma de acontecimento passado, que existe apenas em seu próprio momento de ocorrência, em um relato, que existe em sua inscrição e que pode ser consultado novamente". (GEERTZ,1978:p.29)

A charge, sendo uma expressão cultural, também resgata e interpreta essa mesma cultura manifestada no dia-a-dia das pessoas. Ela é uma representação etnográfica de cunho cultural, inscrita e inserida, como vimos, num determinado espaço e tempo.

3 – A CHARGE E A COMUNICAÇÃO VISUAL

Além da relação entre charges e cultura, é importante trazer presente elementos da comunicação visual, na qual a charge (e desenhos) está inserida. Máximo Canevacci vendo a questão da expansão da comunicação visual e o que esta transformação produziu nas sociedades, coloca que

a recente expansão da comunicação visual a nível planetário e a mudança da forma-família em particular na sociedade ocidental produziram a possibilidade e, também, a necessidade de aplicar, de modo novo, o modelo de duplo vínculo, que pode assumir a função de um paradigma histórico-cultural mais vasto (CANEVACCI,1990:p.142).

Esse duplo vínculo que o autor nos fala é o fato de que a mesma fonte de comunicação transmite certas mensagens, que só podem parecer contraditórias ao sujeito que as recebe. Já a mesma "natureza" publicitária apresenta-se como algo materno, que "cuida" do filho usuário vinte e quatro horas por dia, para informá-lo, diverti-lo e distraí-lo. Portanto, como vemos, a cultura visual produz uma "certa" síntese entre o nível "tecnológico e o aurático". Podemos ver hoje que a capacidade de comunicar (através da

comunicação) acontece, no caso da TV, sempre menos com o "módulo oral" da linguagem e sempre mais com a linguagem musical, gestual, visual, tão mais aceita quanto mais fracionada e "auto-evidente". Nesse mesmo sentido Humberto Eco diz que

a comunicação visual cria uma nova forma de civilização, uma radical modificação das relações entre os homens e o mundo que os circunda, os seus semelhantes e o universo da cultura. Todos os dias milhões de pessoas viverão passivamente diante da TV, enquanto acontecerá uma uniformização de seus padrões de cultura e de gosto. O homem da era "visual" passa a ter uma massa vertiginosa de informações sobre as ocorrências temporais, perdendo o as informações históricas. É a perda do senso histórico. Uma civilização democrática só se salvará se fizer da linguagem da imagem uma provocação à reflexão crítica, não um convite à hipnose (ECO, 1976: p.354).

Esse relacionando com a linguagem visual expressada na charge, mostra o porque hoje ela é uma das partes do jornal mais procuradas. Muitas falas ou escritas já não atraem tanto o expectador/leitor. Aqui gostaria de questionar as formas de comunicação e linguagem que usamos. Será que realmente atingem o "alvo" (telespectadores, ouvintes, leitores, e até na educação dos nossos alunos)?

4- LINGUAGEM E PODER

A charge é integrada e absorvida como forma de linguagem segundo o código próprio de cada pessoa e grupo, em torno dos objetivos que esses indivíduos ou grupos possuem. Aqui novamente a linguagem e a política estão juntas e se expressam, na relação ideológica dos meios de comunicação, com suas resistências tradicionais e com os indivíduos inseridos num contexto político concreto. Esses meios de comunicação possuem a tarefa de produzir traços da realidade, nos quais o real aparece como mais verdadeiro, e essa produção pode se dar através de novas imagens, "televisão-verdade", entrevistas e outras formas de expressão, transmissão e linguagens.

Canevacci diz: A ecologia da mente realiza-se, pensando como pensa a natureza, 'vivendo' mais que afirmando, nos comportamentos cotidianos, 'a estrutura conecta' o caranguejo, a orquídea e o homem. Mas, tal conexão realizou-se na atual sociedade exatamente graças à comunicação visual reproduzível, que se tornou uma espécie de estrutura artificial, que medeia as relações entre coisas animadas e inanimadas, entre o vivido e o reproduzido (CANEVACCI,1990:p.127).

Nesse confronto entre os "animados e inanimados" e especialmente entre os seres humanos, estão às relações de poder. Isso nos traz todo o contexto, toda a realidade em que estamos inseridos, no nosso caso o chargista. Isto fica claro na conversa com o lotti, quando lhe pergunto qual o seu objetivo ao fazer as charges. Ele diz que os seus alvos principais são "*os poderosos, os políticos, os detentores do poder*". Coloca que a função do chargista é "*é mostrar que o rei está nu. O quanto é ridículo as pessoas que se acham sérias e se levam a sério demais*". Aqui lotti traz à tona o lado do ridículo de todo o poder, onde o "rei" governa com as calças na mão. Isso me lembra uma passagem de Baudrillard no seu livro "A sombra das maiorias silenciosas", onde o político é desvendado e se torna o divertimento, mostrando o ridículo de sua situação.

Enquanto o político há muito tempo é considerado só como espetáculo no interior da vida privada, digerido como divertimento semi-esportivo, semilúdico, e na forma das velhas comédias de costumes. O jogo eleitoral se identifica há muito tempo aos jogos televisados na consciência do povo. Este, que sempre serviu de alibi e de figurante para a representação política, se vinga entregando-se a representação teatral da cena política e de seus atores. O povo tornou-se público. É o jogo, o filme ou os desenhos animados que servem de modelos de percepção da esfera política. O povo também aprecia dia-a-dia, como a domicílio, as flutuações de sua própria opinião na leitura cotidiana das sondagens. Nada disso incita a uma responsabilidade qualquer. Em momento algum as massas são engajadas de um modo consciente política ou historicamente. Elas nunca o foram, só para se matar, com total irresponsabilidade. E isso não é uma fuga diante do político, mas um efeito de um antagonismo inextinguível entre a classe portadora do social, do político, da cultura, senhora do tempo e da história, e a massa informe, residual, despojada de sentido." Mais adiante diz: "o poder hoje está deixado às pessoas que explicitamente renunciaram ao seu exercício, que não têm mais nada de político e se declaram abertamente inaptas para a ambigüidade, para a imoralidade do discurso e fiéis à transparência da idéia (BAUDRILLARD, 1985: p.39).

Isso mostra claramente o distanciamento entre o "rei" (detentores do poder social) com o povo. O chargista leva isso em conta, toma posição e dispara contra essa situação, através da arma que possui: a charge.

5- O HUMOR NOSSO DE CADA DIA

Em contrapartida a esse objetivo do chargista de atingir os detentores do poder, ele não pode esquecer um dos principais elementos construtivos da charge, que é o humor. Busca levar alegria a quem a aprecia, seria o lúdico que vimos com Huizinga. Lembro-me de uma frase dita pelo personagem de Humberto Eco, chamado William, no seu livro "O Nome da Rosa", falando do segundo frei morto na história do livro, que mostra que muitas vezes, naquele tempo como hoje em dia, o humor e o riso não são bem aceitos, não são sérios o suficiente: "Seu humor e suas linguagens cômicas eram quase infames". Em outro momento, no mesmo livro, há um diálogo entre dois freis, um a favor do riso e outro contra:

O velho frei, antigo bibliotecário, chamado Jorge, diz:

- "Um monge não deve rir. Só os tolos riem à toa. O riso é demoníaco, deforma o delineamento do rosto e faz os homens parecerem macacos".
 - "Macacos não riem. O riso é próprio do homem." diz William, o frei investigador.
 - "Assim como o pecado. Cristo não ria!
 - "Não temos tanta certeza disso! – disse William.
 - "Nada nas escrituras prova isso!
 - "E nada nelas prova o contrário! Os santos também usaram a comédia para ridicularizar os inimigos da fé. Aristóteles dedicou o seu segundo livro 'A poética', à comédia, como instrumento da verdade".
 - "Você leu essa obra?" – questiona Jorge.
 - "Claro que não, está desaparecida há séculos!"
 - "Não, não está! Nunca foi escrita, pois a Providência Divina não quer coisas fúteis glorificadas".
- (ECO, 1984: p.118)

Essa citação nos remete à seguinte pergunta: O que é sério? Vejo que a resposta desta questão possui o mesmo princípio da idéia de valor, que vimos anteriormente, onde a sociedade, especialmente os que detêm o poder, determina o que é sério, incutindo isso nos indivíduos. Com isso muitas vezes, transmitir uma idéia através da charge, é considerado uma besteira, algo não sério.

Um elemento da charge, resultado da relação entre o humor e o "ataque aos poderosos", é a ironia. Ela está presente na maneira com que o chargista constrói o seu vínculo de expressão e transmissão de uma determinada mensagem. O chargista faz política com a sua ironia e o seu humor. Claro que, como todo o chargista é um jornalista, como nos disse o Iotti. Então temos que ver esse contexto em que o chargista está inserido e que a charge é expressão jornalística, numa relação direta com o cotidiano, com a vida das pessoas. Nesse confronto direto com a realidade está o chargista também. Ele, ao fazer uma charge, ao exercitar o seu jornalismo, está elaborando a construção do fato em si que possui nas mãos e vai, através dos traços e outros elementos da charge, expressá-lo jornalisticamente.

O leitor de um jornal procura, com esse vínculo de informação e cultura, uma relação prazerosa. Com isso, a composição do jornal deve favorecer esse "prazer da leitura". Vejo que muitas vezes nos deixamos levar na "caminhada" que fazemos no jornal, ficamos à deriva no jornal, estamos em busca das fontes maiores desse ato prazeroso: para uns é o esporte, para outros é a parte política, para outros ainda é a parte policial. Porém hoje, muita gente busca primeiro a charge. Ela acaba subvertendo as prioridades, e o significado do sentido tradicional do jornal, que são: as manchetes, os editoriais etc... Na ótica do leitor a ordem é outra. A charge conquista, atrai e se torna o centro e o sujeito de uma nova concepção jornalística. O Iotti diz o seguinte para explicar esse deslocamento da ótica central no jornal, e por que se procura as charges: "O olho humano mecanicamente procura a charge em primeiro lugar. Porque parece ser um espaço mais rarefeito, mais fácil de ler, mais agradável de ler aos olhos."

É importante, dentro da questão da cultura, colocar o elemento da alienação frente aos Meios de Comunicação Social e a necessária valorização da cultura.

Primeiro, se diz que quem é alienado não vive, não participa, não compartilha, enfim não ajuda a construir uma nova sociedade mais justa, participativa, democrática e fraterna. Com isso é necessário buscar despertar as pessoas para que saiam de sua posição passiva diante dos meios de comunicação social e se preocupem com o que está detrás das palavras e imagens. Na relação entre Meios de Comunicação e alienação, podemos dizer que a comunicação elabora o nosso cotidiano, legitima o nosso cotidiano, justifica e transforma, se necessário, o nosso cotidiano. Assim como.. para viver, você precisa de arroz, feijão, carne e outros alimentos. Para sobreviver na sociedade, você precisa de família, escola, religião, trabalho, meios de comunicação, política... Mas o arroz, você não o come cru. Alguém deve prepara-lo, cozinhá-lo, temperá-lo. É exatamente isso o que acontece, também, com as instituições sociais (família, trabalho etc.): alguém precisa "cozinhá-las", "temperá-las"; é isso que eu chamo de "elaborar". E quem faz isso é a comunicação silenciosa, indireta, subjacente... mas tremendamente eficaz! Pois, sem isso, a sociedade seria diferente.

Segundo, é necessário, é vital tirarmos a cultura da marginalização em que se encontra hoje. É premente uma valorização da cultura. A cultura assume importância fundamental na identidade de um povo e principalmente quando este povo vê a necessidade de mudanças profundas nas estruturas sociais. Um povo que não preza e não desenvolve a sua cultura é um povo que não conhece a sua história. E por isso as perspectivas de futuro são facilmente ofuscadas por interesses diversos e até opostos aos nossos. Um povo que não preserva e não aposta na cultura se torna atemporal [≠] sem passado e sem futuro [≠] e, conseqüentemente, frágil à manipulação. Talvez seja essa a razão por que se fez tão pouco no campo cultural em toda a história brasileira. Já que o comando do Estado brasileiro sempre esteve com aqueles que precisam de um povo fraco, o que quer dizer, com um baixo nível cultural. É necessária uma democratização dos meios de comunicação, que é fundamental. para que a democratização do país realmente se consolide. Na medida em que a televisão tenta unificar tudo isso e coloca apenas um sotaque como valor importante, ela está desidentificando culturalmente o indivíduo. A cultura dá ao indivíduo uma identidade, uma força. A cultura é essencialmente crítica, fundamentalmente quer encontrar a verdade, ela busca o essencial, ela quer ver o raio X da alma do homem.

6- FINALMENTE...

Tenho presente a necessidade que todo o trabalho ou pesquisa possui um sentido de fotografar a realidade vivida. Acredito que as charges são um modo de resgatar a vida social e chegar a iluminar aspectos não aparentes e não conscientes para os atores envolvidos. Mesmo muita gente não percebendo, possuem mensagem e intenção claras e, através de o seu humor e ironia, podem ser instrumentos de conscientização no mundo que vivemos. Como Humberto Eco diz, devemos “reconhecer todas as possibilidades de cultura até mesmo num bom programa de canções ou num desfile de modas, e compreender a necessidade de completar esses aspectos com uma função de denúncia e convite à discussão, numa relação crítica com o ambiente”. (ECO, 1976: p.351)
lotti, quando relembra aquela velha frase: "Urna ilustração, um desenho valem por mil palavras". O Millor Fernandes pegou isso e disse: "Tente dizer isso sem usar as palavras". Para o lotti, ele “não sabe se valem mil palavras, mas diz que umas quinhentas, pelo menos valem”.

A nossa visão humana é algo construído, é o produto do nosso próprio fazer, é um artefato histórico e cultural, criado e transformado por nossos próprios modos de representação. Tais modos não são fixos, mas sim variáveis, e são os que transformam a base natural do sistema da visão em uma representação cultural.

Penso que nos momentos mais criativos de uma pessoa humana e do coletivo se produz e reproduz um novo tipo de linguagem que entrelaça o momento emocional com o racional, o lúdico com o político, o humor e a ironia... esse é o alcance da charge.

Para finalizar fica um convite: a charge é uma forma de linguagem e comunicação que pode ser desenvolvida por todos. Quando éramos crianças todos sabíamos desenhar, só que na medida que ficamos adultos, achamos que ficamos pessoas sérias e paramos de desenhar e de nos expressarmos através de imagens, pois achamos que pessoas sérias não fazem essas coisas. Quem sabe não podemos voltar a concretizar em imagens nosso modo de pensar, nossa concepção ideológica e retornarmos nossa liberdade e individualidade, pois muitas vezes a própria cultura estimula o conformismo.

No que se refere a individualidade é desde bem cedo treinada com a educação da criança. A educação por mais que busque a valorização da individualidade, acaba tendo como resultado a eliminação da espontaneidade e individualidade. Em substituição, tem-se sentimentos e pensamentos padronizados por modelos. 'Cedo em sua educação a criança é ensinada a ter sentimentos que não são de forma alguma dela' (FROMM, 1968: p.196).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARBOSA, Gustavo. *Grafitos de Banheiro: A literatura proibida*. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- BAUDRILLARD, Jean. *À sombra das maiorias silenciosas*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- CANEVACCI, Massimo. *Antropologia da Comunicação Visual*. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- CELAM. *Conclusões da Conferência de Puebla*. São Paulo: Paulinas, 1979.
- ECO, Humberto. *Apocalípticos e Integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- La Strutura Assente*. Milão: Bompiani, 1968.
- O Nome da Rosa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 29. ed. 1983.
- FREIRE, Paulo. *Pedagogia do Oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2.ed. 1975.
- FROMM, Erich. *O Medo à Liberdade*. Rio de Janeiro: Zahar, 6.ed. 1980.
- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- HOLANDA, Aurélio Buarque de. *Novo Dicionário Aurélio*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- HUIZINGA, Johan. *Homo Ludens*. São Paulo: Perspectiva, 1990.





(Glauco - Folha – 03/07/2002)

(Marco Aurélio – Zero Hora – 03/07/2002)

ANEXO: ENTREVISTA

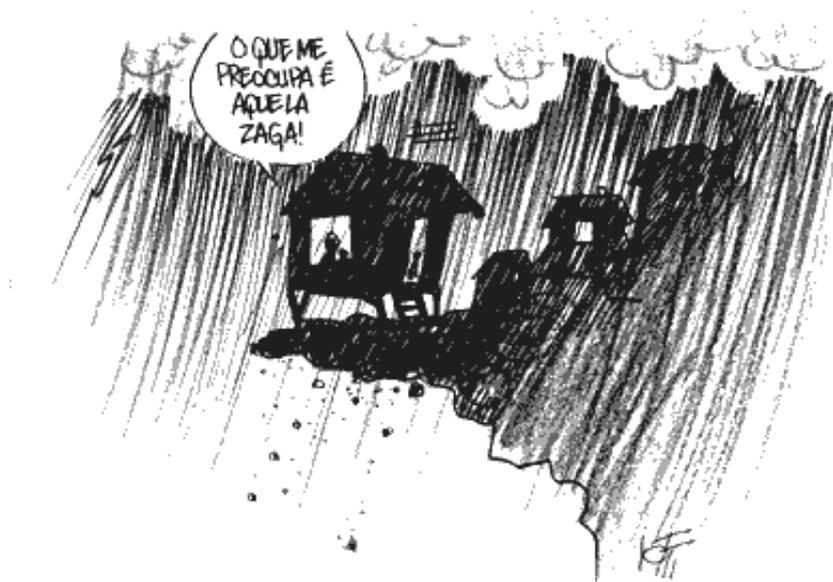
DADOS DE IDENTIFICAÇÃO:

+ Nome: Carlos Henrique IOTTI.

+ Idade: 39 anos.

+ Grau de instrução: Superior. Jornalista, formado na UFRGS. Para chargista não fez nenhum curso em especial. Diz: "Comecei com pedaços de tijolos nas calçadas; depois passei pros lápis, pro nanquim e estou aí, agora, com computador".

+ Trabalho: É chargista do Jornal Zero Hora – Porto Alegre/RS.



(Iotti - Zero Hora – 20/06/2002)

QUESTÕES:

+Mas, vamos às perguntas. Iotti, como você começou como chargista?

Desenhando. Não existe nenhum outro meio de se tornar desenhista, ou melhor, chargista, a não ser

desenhando. Eu comecei como todo mundo faz. Comecei como criança desenhando. Existe um determinado momento na vida das pessoas, em que elas se tornam sérias e param de desenhar. O desenhista, não; ele continua a desenhar, ele é uma eterna criança. Então, eu simplesmente não parei de desenhar. Eu sempre fui um desenhista. Só que profissionalmente eu comecei em 1981. Profissionalmente eu digo, quando eu comecei a ganhar alguma coisa em troca do desenho. Agora, desenhista eu sempre fui, como todo o mundo é.

+ O que é uma charge para você?

Bom.. para mim uma charge é um desenho de humor: Existe uma certa confusão, que se faz, em o que é uma charge e o que é um cartun. O cartun é um desenho de humor também, só que ele é universal. Ele é um desenho que pode ser entendido aqui, na China, em Marília, em qualquer lugar. Em contrapartida, a charge é um desenho localizado no tempo e no espaço, precisa de um referencial. Por exemplo, quando faço um desenho sobre o Prefeito de Porto Alegre, aquilo é uma charge, porque só as pessoas que conhecem o Prefeito de Porto Alegre é que vão entender a charge. Então, é um desenho de humor sobre um tema específico. Essa é para mim uma definição de charge.

+ Quais os componentes de uma charge ?

Os componentes, no caso da charge, seriam: o desenho em si, o traço e ainda, na linguagem de quadrinho, nós temos o balão e a caricatura que podem ser um elemento que pode ser enquadrado na charge. A caricatura, o balão, o desenho de humor e também algo que parece nome feio, é a onomatopéia, que é um recurso de estilo, que o desenhista usa e tem.. de fazer um ruído de forma gráfica, por exemplo.

+ É isso que caracteriza o traço de uma charge ?

É, isso são os nomes que se dão aos elementos que compõem uma charge.

+ Uma charge tem um grau necessário de entendimento? Existe um alvo médio?

Não existe alvo médio. Existe um público que para mim é o que saiba ler e, as vezes, até as pessoas que não sabem ler podem entender uma charge. Quando, por exemplo, você desenha o presidente da república com uma pele de gato, o próprio analfabeto vai olhar isso e vai entender; ou, ele mesmo vestido de palhaço, ele vai dizer: "Realmente eu estou virado nisso aí mesmo!" Então, eu acho que essa história de entendimento é muito subjetiva, não tem um público específico. Já dizia o Mário Quintana: "Quando o autor tem que explicar o que ele quer dizer pro leitor, um dos dois é burro!"

+ Qual é o tempo de elaboração de uma charge ?

Eu sou um que me considero rápido, um "speed" como se diz em inglês. Sou um cara rápido, normalmente levo uma meia hora ou uma hora pra fazer uma charge. Às vezes, existe um trabalho mais elaborado. Claro que uma página de quadrinhos você pode pegar e trabalhar um dia ou mais.

+ A charge é mais uma inspiração ou transpiração, ou é as duas coisas juntas?

A charge ela tem, ela é um equilíbrio entre essas duas coisas. A charge para ser boa, não pode ser só bem desenhada ou também não pode ser só idéia. Ela tem que ter certo equilíbrio entre esses dois elementos.

+ Onde você busca inspiração para elaborar e compor uma charge?

Em qualquer lugar. Isso aí é uma coisa assim "full-time". Às 24 horas a gente está ligado; as antenas devem estar sempre ligadas. Claro que quanto mais informação você tiver, quanto mais você ouvir rádio, quanto mais você pega e lê jornal, quanto mais você assiste TV, mais antenado você ficar sempre será mais fácil encontrar inspiração para elaborar a charge.

+ Quem você procura atingir com a charge? Qual o seu objetivo com ela?

Os poderosos, os políticos, os detentores do poder. Esses aí são o alvo principal de mim como chargista. Nós temos a função de mostrar que "o rel esta nu". O quanto é ridículo as pessoas que se acham sérias e se levam a sério demais. Em contrapartida.. nós temos que fazer graça, precisamos ser engraçados. Quer dizer, nós procuramos atingir a elite, os poderosos; mas, ao mesmo tempo, nós não podemos perder o humor. "Ai que endurecer, porém sien perder el humor!", parafraseando o Che.

+ Qual a relação que você faz de Charge e Cultura? Ela (charge) manifesta cultura? É elemento de cultura?

Eu acredito que sim; nós chargistas somos jornalistas. Só que é um determinado ramo do jornalismo, é um departamento bastante específico do jornalismo. De modo que, como jornalistas, nós também fazemos cultura. Sabemos que a charge em si é uma parte do jornal muito procurada, é muito lida. Até o olho humano mecanicamente procura a charge em primeiro lugar. Porque parece ser um espaço mais rarefeito, mais fácil de ler, mais agradável de ler aos olhos. E já diz aquela velha frase: "Uma ilustração, um desenho vale por mil palavras". O Millör Fernandes pegou isso e disse: "Tente dizer isso sem mil palavras". Claro que pegou isso aí e deu um nó, mas eu também acho que não vale mil, mas umas quinhentas, pelo menos, vale.

+ Mas, lotti, me diga, dá para viver como chargista ? Como é a questão financeira?

É uma coisa bastante difícil de responder, porque existem diversos chargistas do país ganhando desniveladamente. Não existe assim um padrão. O começo da profissão é absolutamente horrível. Primeiro, que a profissão de chargista não é sequer regulamentada. É claro que existem alguns chargistas que fazem fama e aí deitam na cama. Agora, não é o meu caso ainda. Mas, o começo é sempre difícil, o meio é difícil e quando se chega a uma notoriedade, deve se tornar um pouco menos difícil. Mas, não é uma profissão assim que, eu diria, rendosa.