



OCTAVIO CARVALHO ARAGÃO

Cartum,
do impresso
à Internet:
narrativa
sequencial
e humor
disjuntivo

**OCTAVIO
CARVALHO
ARAGÃO**

é professor adjunto
da Escola de
Comunicação da
Universidade Federal
do Rio de Janeiro.

RESUMO

Da semântica do termo *cartum* à adequação às mídias eletrônicas, este artigo versa a respeito das especificidades formais e temáticas, políticas e sociais do humor gráfico brasileiro. Tomando por base as teorias de Violette Morin e Scott McCloud, localiza os pontos em que os diversos tipos de disjunção originam o humor. Há também ênfase na definição do público-alvo do humor gráfico e sua relação com os veículos editoriais.

Palavras-chave: cartum, charge, caricatura, humor gráfico, narrativa.

ABSTRACT

From the semantics of the Brazilian neologism cartum [from the English word cartoon] to its adapting to the electronic media, this article addresses its singularities as regards form and social and political themes of the Brazilian graphic humor. Based on the theories by Violette Morin and Scott McCloud – that trace the relations between text and images – this article pinpoints where each disjunction breeds humor. It also emphasizes how the target audience is defined and how it relates to the publishing vehicles.

Keywords: cartoon, political cartoon, caricature, graphic humor, narrative.

INTRODUÇÃO

A origem do termo *cartum* em língua portuguesa merece uma explicação pormenorizada. Segundo Camilo Riani, “é importante destacar que a utilização do termo *cartum* como categoria de humor gráfico/caricatura é essencialmente brasileira, uma vez que essa palavra, nas demais línguas, não é entendida no sentido que aqui trataremos” (Riani, 2002).

Em termos narrativos, pode-se dizer que o *cartum* está situado entre a charge e a história em quadrinhos, apropriando-se de elementos de ambos. Pode ser confundido com a charge por tratar, na maioria das vezes, de situações de cunho social, mas por outro lado o *cartum* não tem comprometimento com um fato ou celebridades, podendo manter o potencial de fruição por muito tempo depois de ter sido publicado.

Das histórias em quadrinhos herda elementos sógnicos, tais como balões de fala em lugar da tradicional legenda e a possibilidade da decupagem da narrativa em várias cenas separadas e inseridas em requadros, uma narrativa sequencial. Na maioria das vezes, porém, seu significado pode ser depreendido apenas por intermédio da ilustração, sem o auxílio de códigos linguísticos.

Violette Morin (1970) propõe um tipo de fórmula para a estrutura de construção do humor cartunesco (ou humor gráfico) e explica por que a força humorística residiria mais na parte ilustrativa que no texto.

Sua definição para *humor gráfico* é clara: trata-se de desenhos, ancorados ou não por textos, que questionam as medidas do mundo, recusam a aparência das coisas e rompem com a fotogenia, virando pelo avesso as representações.

Os desenhos poderiam ser comparados aos jogos de palavras das anedotas que rompem com o sentido inicial de uma proposição, produzindo uma ou mais possibilidades de interpretação. Os gatilhos que proporcionam tais rupturas são chamados pela autora de “disjunções”. São elas as reais motivadoras do processo que resultaria no riso.

Essas rupturas provocariam uma justaposição ou sucessão de elementos sêmicos originalmente incompatíveis, e a percepção e a racionalização de tais “impossibilidades” seriam a raiz do cômico. Ou seja, o humor nasce da justaposição ou sucessão de elementos incompatíveis que explodem uma unidade narrativa.

De acordo com a autora, o riso no cartum dependeria da capacidade narrativa do ilustrador, assim como na anedota verbal o papel de guia fica sob a responsabilidade de quem conta a história. Porém, é necessário perceber que não seria o estilo do traço que provocaria o riso, mas a ação dos mecanismos disjuntivos.

BARTHES E OS TRÊS TIPOS DE MENSAGEM

A autora cita Roland Barthes (1982) ao enumerar os três tipos de mensagem – literal, simbólica e linguística – e encaixa a interpretação e a confecção bem-sucedida do humor gráfico nessas três subdivisões.

A mensagem, assim, poderia ser resumida à relação desenho/texto, sendo que o humor nasceria de uma ruptura na sequência narrativa. Em primeiro lugar, no topo da pirâmide, viria o cartum em que a imagem se sustenta sem o auxílio de texto, com a ruptura inserida apenas no desenho. Os temas de tais obras, segundo Violette Morin, versariam principalmente sobre hábitos sociais, atualidades ou fatos científicos.

Já naquelas em que o texto é imprescindível, a temática giraria em torno de psicologia, política e sociologia. Nesses casos, as disjunções ocorreriam numa jus-

taposição entre texto e imagem.

Essa linha pode ser subdividida em aproximadamente quatro subgrupos:

- a) texto serve à imagem (dominância de imagem);
- b) texto e imagem são complementares (interdependência texto/imagem);
- c) sequências complementares de desenhos e texto (cartum sequenciado);
- d) imagem apoia o texto (dominância de texto).

É interessante cruzar esse sistema de Morin com aquele desenvolvido por Scott McCloud no livro *Understanding Comics*, no qual estabelece sete tipos de inter-relação texto/imagem: dominância de texto, dominância de imagem, dupla dominância, sistema aditivo, paralelismo, montagem e interdependência (McCloud, 1998).

McCloud estipula uma lista de inter-relações mais complexa e detalhada que Morin, incluindo categorias que não têm paralelos na primeira lista, como dupla dominância, em que texto e imagem são redundantes; sistema aditivo, no qual o texto e a imagem amplificam o sentido um do outro, criando novas interpretações; paralelismo, em que texto e imagem não têm qualquer conexão imediata, criando uma leitura surrealista ou próxima do dadaísmo; e montagem, que apresenta textos caracterizados como ilustrações.

Todos esses expedientes são utilizados em larga escala pelo cartum contemporâneo e comprovam a riqueza comunicacional do gênero.

FUNÇÕES NARRATIVAS

As articulações disjuntivas postuladas por Violette Morin, por sua vez, possuem três sistemas de análise:

- a) bloqueio de articulação;
- b) recorrência de articulação;
- c) consequência de articulação por inversão antinômica dos signos.

A autora estabelece fórmulas para cada um dos sistemas propostos, que podem ser mais bem compreendidos pelos infográficos em anexo (imagens 1 e 2).

A inversão acontece de tal maneira que o senso de disjunção se opõe contraditoriamente ao senso de consequência, mas sem destruir por inteiro a lógica formal. Assim, o processo disjuntivo provoca um “reconstruir” da consequência.

TIPOS DE DISJUNÇÃO

Física: onde há uma contraposição hábito x necessidade. Existe a quebra da lógica ou uma adaptação do inevitável;

Mental: surge um bloqueio no andamento de uma situação, graças a uma contraposição ativa/passiva;

Físico-mental: estabelece-se uma contraposição de inevitabilidade física x previsibilidade psicológica (como na charge de Chico Caruso, “Dia da Virada” – imagem 3) ou se institui um novo sentido por meio de mudança de contexto (a utilização do

duplo sentido da palavra “preparado”, na charge de Jaguar – Imagem 4).

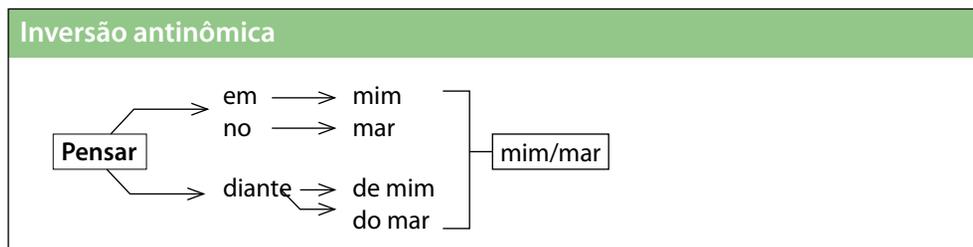
QUEM É O PÚBLICO DO HUMOR GRÁFICO CARIOCA?

No início das publicações humorísticas brasileiras, quando artistas como Angelo Agostini, Henrique Fleuiss e Luigi Borgomainerio publicavam protocharges e ilustrações críticas em tabloides como *A Revista Illustrada*, *A Semana Illustrada* e *A Vida Fluminense*, seu público-alvo era a emergente burguesia que começava a prosperar à sombra da aristocracia imperial. Porém, como atestou Joaquim Nabuco (Lima, 1963), que teria apelidado *A Revista Illustrada*, de Agostini, de “a Bíblia da Abolição aos que não sabem ler”, as publicações, depois de cumprirem a missão de informar e divertir as classes mais abastadas, eram jogadas fora e caíam nas mãos dos escravos que, apesar de iletrados, acabavam rindo dos desenhos engraçados,

IMAGENS 1 e 2

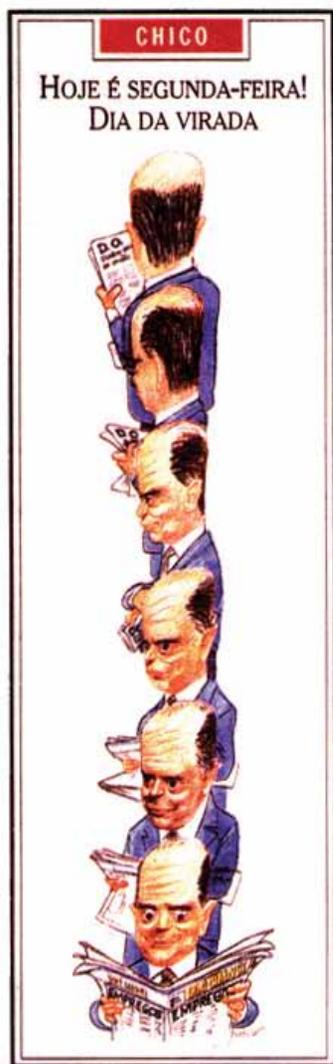
Tabelas: função e inversão antinômica

Funções		
(I)	→	(II)
De normalidade		De consequência
		←
		(III)
		Disjuntiva
“Uma mulher olhando o oceano...	...diz a seu marido: – Diante do mar, sempre pensarei em ti.	E o marido responde: – E eu preferia que, diante de mim, tu pensasses no mar.



Arquivo pessoal do autor.

IMAGEM 3
Charge:
“Dia da Virada”



Fonte: C. Caruso, O Globo, 28 de outubro de 2002.

dos rostos deformados, das situações cômicas, mesmo sem reconhecer as eventuais personalidades citadas ali.

O teórico brasileiro Moacy Cirne acredita que revistas infantis como *O Tico-Tico*, onde vários chargistas e cartunistas brasileiros começaram suas carreiras, possam ter sido uma grande influência no que diz respeito às escolhas profissionais de seus leitores num processo de combate ao analfabetismo no país (Cirne, 1990), mas não existem efetivamente provas que confirmem essa suposição. Por outro lado, não há dúvidas de que as charges e cartuns ocupam um espaço privilegiado no imaginário brasileiro, já que, inseridos nos principais veículos jornalísticos, seja em mídia impressa ou audiovisual, há sempre uma área dedicada a esse tipo de expressão gráfica, geralmente com destaque. Chico Caruso, em entrevista cedida a nós, afirmou que o casamento jornalismo/charge é inevitável, mas ainda assim anseia por mais espaço.

“Onde tiver jornal, tem de ter charge. Como a televisão é uma coisa cada vez mais onipresente, então eu acho natural que a charge vá para a televisão também. Agora a gente tem de fazer ela avançar tanto em termos tecnológicos, quanto em termos de tempo também, nós temos de conquistar

IMAGEM 4
Charge



Fonte: Jaguar, O Dia, 28 de outubro de 2002.

mais espaço, porque aquilo acabou sendo, como a charge na primeira página do *Globo*, meio um nicho, um gueto, que fica ali, entra, e tem ali aquele negócio, vinte segundos. Eu gosto quando você começa a poder imaginar um jornal só de charges com um textinho escrito... e eu acho que o jornal na TV podia ser isso, sei lá, só imagem, animação, meia hora de animação e cinco minutos para o *speaker* falar o que ele quiser” (Caruso, 2007).

Os principais jornais do Rio de Janeiro, *O Globo*, *Jornal do Brasil*, *O Dia* e *Extra*, sempre reservaram um espaço na primeira página, o local mais nobre do jornal, para a charge diária de seus artistas – Chico Caruso, em *O Globo*, Ique, no *Jornal do Brasil*, Aroeira, em *O Dia*, e Leonardo, no *Extra* – onde, lado a lado com as manchetes, fotografias e demais textos, é considerada pelos produtores dos jornais como tendo a mesma força atrativa que todo o resto. Eventualmente, disputas são travadas entre as diversas publicações para chamar para seu *staff* chargista de um concorrente visando atrair o público fiel a determinado artista, como foi o caso de Chico Caruso, que, em 1982, trocou uma carreira no *Jornal do Brasil* para publicar na primeira página de *O Globo* (Lan e Caruso, 2005), ou Aroeira, que inicialmente era suplente de Caruso no mesmo jornal e que foi para *O Dia*, em 1997, assumir um posto de chargista na primeira página daquela publicação.

Levando em consideração que os públicos-alvo dos jornais *O Dia* e *O Globo* não são os mesmos, podemos concluir num primeiro momento que, independente da classe social à qual o jornal se dirige, todos partem do princípio de que seu público aprecia as charges a ponto de querer vê-las na primeira página.

Há restrições editoriais, porém. Por exemplo, apesar das afirmações de Caruso de que “os jornais evoluíram tanto tecnicamente como politicamente”, “até hoje eu não acredito que estou no *Globo*, pois ele melhorou muito” e “a independência é fundamental para a vendagem” (Caruso, 2007), nada impediu que Aroeira fosse

suspenso do mesmo jornal em 97, graças a uma charge que ironizava uma cerimônia da Marinha – e isso 21 anos depois do fim do governo militar. Uma vez dentro de *O Dia*, onde foi contratado depois de uma passagem rápida pelo *Jornal do Brasil* e um breve retorno a *O Globo*, as sanções foram de outra natureza: apesar de ter carta branca para criticar qualquer político que bem entendesse, Aroeira foi desencorajado a publicar uma charge retratando a apresentadora infantil Xuxa Meneghel, pois isso poderia fechar portas aos demais jornalistas da casa. Ou seja, *O Dia* não se importaria em publicar críticas aos políticos, mas as estrelas de TV – terreno liberado para ironias e caricaturas em *O Globo* – eram superprotegidas ali (Aroeira, 2007).

Isso porque, segundo a visão do jornal em questão a respeito de como pensa seu “leitor ideal”, matérias relativas a televisão e cultura de massa importariam mais que qualquer notícia de cunho político e, como “a credibilidade de um veículo vai depender do espaço que ele proporciona ao seu público-alvo” (Lutz, 2005), *O Dia* não poderia correr o risco de perder as boas-graças da apresentadora por causa de uma charge que poderia potencialmente ofendê-la.

Logo, há uma generalização e uma particularização simultânea no que diz respeito ao público do humor gráfico se não no Brasil, ao menos no Rio de Janeiro. Considera-se que há uma demanda por charge ou cartuns nas primeiras páginas dos jornais, mas que os assuntos tratados ali devem obedecer a uma linha editorial que não conflitue com interesses comerciais ou até mesmo políticos internos aos próprios periódicos.

Isso acontece porque, segundo Nelson Werneck Sodré (1999), desde o fim da Primeira Guerra Mundial, os jornais deixaram de ser artesanais e passaram a ser constituídos como “empresas nitidamente estruturadas em moldes capitalistas”.

“No fundo, entretanto, estavam as contradições da sociedade brasileira, traduzindo-se em forma compatível com a época. Essas contradições envolviam a ascensão burguesa em processo, trazendo a primeiro plano

sua vanguarda, a pequena burguesia urbana, que assumia função política eminente. Acontece que nessa camada social estava a maioria do público da imprensa: esse público influía nos jornais e era influenciado pelos jornais; e essa relação, na época, não era perturbada pelas forças econômicas que, mais adiante, tanto pesariam na orientação dos periódicos; a venda avulsa pesava, por outro lado, e muito, na vida deles, mais do que a publicidade: um grande jornal era, quase sempre, aquele que tinha tiragem grande” (Sodré, 1999).

Hoje, em termos comerciais, considera-se que um grande jornal é o que tem melhores anunciantes. Logo, o cuidado em não ofender possíveis patrocinadores é tão grande que eventualmente pode influir no conteúdo do material publicado. Isso inclui as charges.

Ainda assim, a preocupação dos jornais com a charge nas primeiras páginas é tão grande que um dos tópicos preferidos das enquetes realizadas por *O Globo* diz respeito ao entendimento das charges. Além disso, o hábito de se pendurar as primeiras páginas dos jornais do lado de fora das bancas de

rua expõe o trabalho dos chargistas a um público que não necessariamente compra o jornal todos os dias e, a partir da década de 1990, com o advento das charges eletrônicas veiculadas primeiro pela Internet e, depois, animadas, pela televisão, em horário nobre, entre as 19h e 23h, ocorre uma ampliação do público fruidor.

Em 2003, por exemplo, tivemos dois chargistas sendo exibidos todas as noites dentro de telejornais de ampla visibilidade: Maurício Ricardo, que começou sua carreira com o *site* charges.uol.com.br, apresentava seu trabalho no programa *TVFama*, da Rede TV, e Chico Caruso, na Rede Globo, inicialmente dentro do *Jornal Nacional*, o campeão de audiência do horário, e depois no *Jornal da Globo*. Caruso, apesar de várias mudanças no formato de sua charge eletrônica, continua até hoje e começa a estabelecer uma tradição dentro da programação da emissora. Maurício Ricardo, por sua vez, acabou sendo contratado pela mesma Rede Globo para assumir as animações – todas com uma ou mais caricaturas – referentes ao programa *Big Brother Brasil*, um fenômeno de audiência, nas versões de 2004 e 2005, entre outros contratos diversos que abrangem sempre um enfoque humorístico por meio de cartuns animados de aspectos sociopolíticos (imagens 5 e 6).

Caruso (2007) chega a profetizar que “o futuro da charge será a animação. Não sei se através da Internet ou do próprio papel do jornal, o que seria ideal” e, a continuar pelo caminho que ele mesmo está desbravando, parece que está correto, apesar de, se seguirmos uma análise estrutural precisa, o que se vê na Internet ou na TV não é necessariamente charge, mas cartum animado, porque a força da charge reside no entendimento imediato, na possibilidade de se compreender a *gag* humorística, o duplo sentido, no momento em que o olho repousa sobre o desenho associado ao texto.

Na charge impressa, o mecanismo disjuntivo responsável pelo surgimento do humor reside na interdependência texto/imagem, enquanto, por uma questão de mídia, onde está ancorada a um determinado tempo de projeção, a charge animada, adaptada à televisão,

IMAGENS 5 e 6

Frames de charges animadas



Fonte: M. Ricardo e C. Caruso. Em <http://www.videoemo.com/yvideo.php?i=Qmd3cnlCcWuRpTF9hamc&bbb-charge-mauricio-ricardo-bbb9-ana-to-s-big-brother-brasil-9-videos-engraados> e http://mais.uol.com.br/view/f15f1xo1ar_t6/chico-caruso-jogo-rapido-com-lula-sobre-corrupcao-040268E4815307?types=A&

precisa recorrer a um *timing* diferenciado, apelando para um mecanismo disjuntivo onde são necessárias sequências complementares de texto e desenho, mais comuns ao cartum, como vimos anteriormente (Morin, 1970). Com isso, muitas vezes o humor que funciona na charge impressa se perde em sua versão animada, que se vê obrigada a estender uma *gag* além de sua funcionalidade, apenas para suprir uma necessidade temporal midiática.

Mas mesmo essa pequena deficiência de adaptação não desmente a previsão de Caruso, que, com o acesso à televisão, é o único chargista que, com certeza, é exibido diariamente em todo território nacional. No que depender da visibilidade, na amplitude de públicos possíveis, que hoje está situado entre as classes C e B, o futuro da charge ou do cartum editorial reside nos meios de cultura de massa eletrônicos.

BIBLIOGRAFIA

- AROEIRA. "Entrevista", in O. Aragão. *A Reconstrução Gráfica de um Candidato: Como os Chargistas Perceberam a Mudança de Imagem de Luis Inácio Lula da Silva*. Tese defendida no Programa de Pós-graduação em Artes Visuais. UFRJ, 2007.
- BARTHES, R. *O Óbvio e o Obtuso*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1982.
- CARUSO, C. "Entrevista", in Aragão, O. *A Reconstrução Gráfica de um Candidato: Como os Chargistas Perceberam a Mudança de Imagem de Luis Inácio Lula da Silva*. Tese defendida no Programa de Pós-graduação em Artes Visuais. UFRJ, 2007.
- CIRNE, M. *História e Crítica dos Quadrinhos Brasileiros*. Rio de Janeiro, Funarte/Europa, 1990.
- LAN e CARUSO, C. "Os Traços da Sociedade". Em: <http://www.comunitaitaliana.com.br/Entrevistas/Caruso.htm>. Acessado em 24 de junho de 2005.
- LIMA, H. *História da Caricatura no Brasil*, 3º volume. Rio de Janeiro, José Olympio, 1963.
- LUTZ, N. "Uma Arte para Poucos". Em: <http://www.canal daimprensa.com.br/nostalgia/dset/nostalgia2.htm>. Acessado em 24 de junho de 2005.
- McCLOUD, S. *Understanding Comics*. Kitchen Sink Press, USA, 1998.
- MORIN, V. "Le Dessin Humoristique", in *L'Analyse des Images. Revista Communications*, nº 15, França, 1970.
- RIANI, C. *Linguagem & Cartum... Tá Rindo do Quê? Um Mergulho nos Salões de Humor de Piracicaba*. Piracicaba, Editora Unimep, 2002.
- SODRÉ, N. W. *História da Imprensa no Brasil*. Mauad, Rio de Janeiro, 1999.