



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

## **LINGUAGEM & CARTUM... TÁ RINDO DO QUÊ?<sup>1</sup>**

**CAMILO FLORIANO RIANI-COSTA**

- UNIVERSIDADE METODISTA DE PIRACICABA – UNIMEP

- FACULDADES CLARETIANAS – RIO CLARO

### **Resumo**

Do quê rimos, quando realizamos a leitura de uma caricatura, uma charge, um cartum, ou uma HQ humorística? Há recursos de linguagem e estruturas narrativas que se apresentam como possíveis estratégias do humorista gráfico? As proposições de teóricos que se debruçam sobre estudos de linguagem, comicidade e HQ, bem como a aplicação, ou não, destas na análise do Humor Gráfico são o ponto central desse trabalho. Recursos como o exagero e a ruptura discursiva, entre outros, são discutidos e analisados nesse estudo, que propõe uma contribuição para a melhor compreensão acerca desse importante recurso de linguagem, de forte apelo popular, presente nos mais variados meios de comunicação em todo o mundo.

**Palavras-chave:** Humor; Caricatura; Cartum



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

## **Pra começo de conversa**

Grécia, alguns milhares de anos atrás...

...Aristóteles dava o ponta-pé inicial para uma “filosofia” do riso quando, em “*As partes dos animais*”, afirmava ser o homem o único animal que ri (XAVIER, 2001, p.2). O mesmo filósofo, estudado há dezenas de séculos, decretava também que uma criança só começa a rir após quarenta dias de vida, “momento em que se torna pela primeira vez um ser humano” (BAKHTIN, 1999, p. 59).

Tais fatos, além de inúmeros outros ocorridos no decorrer de séculos, colocam o humor como um dos temas que há mais tempo desperta a atenção de pensadores e pesquisadores, durante toda a História. É nesse cenário que se inscreve a ampliação do conhecimento sobre esse curioso e popular recurso de linguagem, estruturado nas mais diversas possibilidades, entre as quais destacamos o Humor Gráfico.

Conceitualmente, podemos considerar o Humor Gráfico como uma linguagem especial: linguagem por trazer elementos comuns às outras linguagens conhecidas no contexto da comunicação; especial por trazer traços próprios e artísticos, como, por exemplo, a presença de imagens, distorções, rupturas discursivas, entre outras características apresentadas neste estudo. Baseado no uso da imagem, de forma intencionalmente estilizada e cômica, pode apresentar-se em forma de charge, cartum, caricatura e História em Quadrinhos, entre outras.

O pesquisador russo Vladimir Propp, em seu marcante estudo sobre comicidade, já apontava as várias possibilidades de se estruturar uma sátira de formas distintas, valendo-se o humorista de diferentes procedimentos especiais, de acordo com seus objetivos. Defendia o pesquisador que “a figura do homem, suas idéias, suas aspirações são ridicularizadas de modos diferentes”, resultando na existência de características e técnicas específicas para se elaborar uma obra de humor, de acordo com seu foco central (PROPP, 1992, p.30).

Entre os humoristas gráficos encontramos um consenso sobre a existência de categorias específicas, cada qual com suas características, embora nem sempre isto se

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no NP16 – Núcleo de Pesquisa História em Quadrinhos, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

configure com uma rigidez pronta e acabada. Para Cássio Loredano, reconhecido caricaturista e profundo conhecedor do tema, a charge e a caricatura, apesar de terem origem em palavras com significados muito próximos (carga; carregar) assumem hoje diferentes concepções. Quando, por exemplo, em uma “redação brasileira se diz *charge*, em geral se está pensando na sátira gráfica a uma situação política, cultural, etc, estritamente atual”, enquanto “a caricatura é geralmente sinônimo de *portrait-charge*”, como uma espécie de retrato fisionômico distorcido. Já o termo *cartum* é utilizado mais para “o comentário satírico duma situação independente de atualidade”. Encontramos nas palavras de outro grande nome do Humor Gráfico nacional, elementos que reforçam a categorização deste segmento em nosso país: para o consagrado chargista Chico Caruso, “uma cena de horizonte amplo seria um *cartum*; centrada numa situação ou em personagens definidos seria uma *charge*, e focada exclusivamente numa pessoa, uma *caricatura*” (CORRÊA DO LAGO, 2001, p.11).

Ampliando a lista de possíveis categorias de Humor Gráfico, encontramos as Histórias em Quadrinhos, apontadas por CIRNE (2000, p.23) como sendo “uma narrativa gráfico-visual, impulsionada por sucessivos cortes”. São esses cortes que, ao serem preenchidos pelo imaginário do leitor, geram ritmos, movimentos e “espaços temporais” dos mais variados possíveis. É necessário destacar, contudo, que uma HQ, para ser analisada enquanto uma categoria do Humor Gráfico, necessita conter uma narrativa humorística, uma vez que a “arte seqüencial” pode ser estruturada a partir de distintas vertentes, como o terror, a aventura, a ficção científica, o erotismo, entre muitas outras.

A importância e a força do Humor Gráfico para os meios de comunicação são apontadas por diversos pesquisadores, que afirmam ser a charge uma das primeiras atrações a serem procuradas quando se abre um jornal. Quem de nós já passou por uma página, onde se encontrava aquela sátira visual maravilhosa, e conseguiu “pular” sua leitura? Pode-se até deixar de ler um editorial, a coluna deste ou daquele articulista, ou um texto da página em questão. Mas... qual leitor deixa de “conferir” uma charge, ainda que rapidamente, quando se depara com ela?

---



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Podemos perceber, a partir de inúmeros exemplos presentes nos jornais diários, a extrema capacidade do ser humano em reprocessar as mais inimagináveis cenas e acontecimentos, através da linguagem do humor, em especial a do Humor Gráfico.

Sua presença marcante na cultura e na trajetória histórica das sociedades é destacada por Betinho, irmão do consagrado desenhista Henfil, que afirma: “Os cartunistas estão sempre na frente. Eles apontam a verdade dos fatos ou dos personagens, sem véus e sem máscaras, são os que dizem: o Rei está nu!”. O sociólogo completa seu pensamento, afirmando: “Se você tem dúvida sobre um personagem, ou sobre um fato, olhe os cartuns e ficarás iluminado” (BETINHO, 1995, p.01). O intelectual russo Puchkin costumava afirmar que jamais um escritor, por mais talentoso que fosse, conseguiria pôr a nu a “a trivialidade da vida” de maneira tão hábil e clara como um humorista gráfico (PROPP, 1992, p.89).

Esse recurso artístico/comunicacional apresenta-se como um dos mais aceitos e apreciados, pelas mais distintas classes sociais, diferentemente do que ocorre com outras formas de arte. Basta lembrarmos dos inúmeros estilos musicais, entre os quais aqueles que são amplamente admirados por determinadas classes, ao mesmo tempo em que são rejeitados, veementemente, por outras. O mesmo ocorre com as artes plásticas, literárias, cênicas, etc... Porém, se pensarmos numa charge, ou numa caricatura, notaremos uma curiosa “apreciação”, tanto por parte do humilde funcionário, como do rico empresário, passando por intelectuais, artistas e donas de casa, evidentemente que de maneiras próprias, a partir de cada referencial. Mas dificilmente se ouvirá de alguém, diante de uma obra de Humor Gráfico, algo como: “– Não gosto desse tipo de desenhos...”

Quais estratégias tornam esse recurso de linguagem tão atraente, resultando freqüentemente no riso do observador? É justamente isso que buscamos identificar, a partir de uma ampla Pesquisa Bibliográfica e Documental.

### **Quem te viu, quem te vê!!!**

Entre os vários elementos que caracterizam a linguagem do Humor Gráfico destaca-se o componente *visual*, sem o qual seria praticamente impossível pensar esse segmento.

---



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
 XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

A importância da imagem em nossa cultura é tanta que, não raramente, uma percepção visual seja considerada “mais válida do que outras”. É comum dizermos que o vermelho, ou o azul, que realmente “vemos” é um fato, enquanto para outras percepções, como a olfativa, por exemplo, “tem-se termos menos precisos” (FOUREZ, 1995, p.43).

Assim, as codificações visuais propiciam, geralmente, uma maior rapidez e facilidade que outros códigos, resultando em uma compreensão mais ampla e imediata da mensagem, pelos mais distintos públicos. Obviamente, uma imagem *em si* pode não dizer absolutamente nada para o observador, dependendo de seus referenciais. Mas, entre um texto escrito e uma imagem, nota-se que a decodificação visual traz, geralmente, um “poder mais instantâneo de comunicação” (OURIQUES apud GONÇALVES, s.d., p.3).

Sem dúvida, a presença marcante da imagem torna rica e “poderosa” a obra dos humoristas gráficos. Contudo, é importante destacarmos que não é apenas o recurso visual que possibilita o impacto de uma charge, um cartum, uma caricatura, ou dos tradicionais “quadrinhos cartunísticos”, bastante conhecidos do público brasileiro (CIRNE, 2000, p. 47-48). Várias outras especificidades precisam ser discutidas, para se realizar uma reflexão válida em torno desse importante recurso de linguagem. Vejamos, agora, algumas interessantes características da linguagem humorística.

### **Exagerado? Eeeeeeeeeeeeeeeeeeeeeuu?...**

Um dos principais componentes do trabalho de Humor Gráfico diz respeito ao *exagero*, ao aumento desproporcional e intencional das formas, fatos e atitudes.

Tal “distorção” é utilizada como *estratégia discursiva*, possibilitando dar ênfase aquilo que se deseja dizer, ao mesmo tempo em que insere o tom humorístico, vital para a caracterização desse segmento. Essas distorções, com inúmeras possibilidades e graus, permitem evidenciar aspectos específicos e marcantes daquilo que a obra “retrata”, atingindo o leitor com rapidez e maior impacto que algumas outras formas de artes visuais.

Subverter a ordem autoritária, escancarar “verdades” escondidas, desmistificar o poder e a força, são alguns dos objetivos da aplicação dos exageros na obra de Humor Gráfico (EISNER, 1989, p.141). A própria origem de termos relativos à área, como



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

caricatura (do italiano *caricare* = carregar) e charge (do francês *charge* = carga), diz respeito diretamente a essa característica do exagero (CAGNIN (1975, p.186).

Pode-se dizer, como defendem alguns autores, que o exagero presente na obra de Humor Gráfico “nega a realidade em nome da verdade”: distanciando o desenho da “realidade”, o humorista consegue trazê-la com mais ênfase, e com um foco mais nítido (ABDELMALACK, 1991, p.14).

Assim, ao artista desse segmento é dado o “direito”, instituído e legitimado culturalmente, de exagerar, carregar, ampliar o “defeito”, a fim de explicitar contradições e intenções veladas, imprimindo um caráter interpretativo/opinativo à história. Porém, o “defeito” não deve ser apenas e tão-somente “refletido” pelo humorista gráfico. Deve, primordialmente, ser “refratado”, ou seja, deve trazer a leitura do artista, considerando-se a “interpretação” que o autor pretende oferecer, através do exagero.

É preciso lembrar, nesse momento, que nenhuma forma de linguagem apenas “reflete” a realidade, como se fosse um espelho perfeito; ela sempre traz interpretações e conotações das mais variadas (FIORIN, 1990, p.54). Porém, em algumas linguagens especiais, sobretudo no Humor Gráfico, a conotação, a distorção interpretativa, e intencional, surge de modo mais explícito e assumido, “refratando” as verdades, os fatos, explicitando-os estrategicamente.

Em sua essência, o Humor Gráfico é o “espelho” dos defeitos, porém um espelho como aqueles distorcidos, que encontramos em parques de diversões: “refletem” mas, sobretudo, “refratam”. Assim, ao olharmos os defeitos *disfarçados* pelas distorções e exageros, rimos. No entanto, se os defeitos fossem refletidos pura e exatamente como são, talvez não riríamos de sua representação.

Parece, desse modo, ser necessária a distorção para enxergarmos o defeito e dele podermos rir..., afinal, é o nosso encontro com nossas possíveis falhas. Parece ser esse um dos primeiros passos necessários para procurarmos a mudança: *enxergarmos sem barreiras* o erro, o defeito, o equívoco... nosso, e dos outros!

É a partir dessa característica que destacamos, agora, outra importante estratégia discursiva, amplamente presente na linguagem do Humor Gráfico: o aspecto *ridículo*.

---



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

### **–Ora, não seja “REdículo”!!!**

Embora possa parecer, num primeiro momento, que a questão do “ridículo” esteja contida na discussão sobre o *exagero*, é necessário ressaltar que tal correlação não se dá de maneira tão visceral e direta, pois nem todo exagero resulta no ridículo, e nem todo ridículo resulta de um exagero. É importante observarmos, também, que o *Homem* é elemento indispensável na existência e possibilidade do humor, enquanto criador, produtor, gerador. Mas é igualmente ele, também, o alvo, o objeto central, e preferencial, desse segmento artístico-comunicacional.

É preciso lembrar que o Homem ri, freqüentemente, do ridículo acidental, casual, não intencional, como “tropeços” e quedas em público. Portanto, não poderíamos dizer que é apenas a linguagem estruturada, elaborada intencionalmente com o componente “ridículo”, que leva o homem ao riso.

Mas a partir desta constatação, a de que o homem ri “naturalmente” daquilo que é ridículo, é que surge outra curiosa observação: “a natureza que nos cerca *não pode ser ridícula*. Não existem florestas, campos, montanhas, mares ou flores, ervas, gramíneas, etc, que sejam ridículos” (PROPP, 1992, p. 37). Há, sim, a possibilidade do ridículo ser observável entre os *animais*, especialmente se o fato ou ação que este protagoniza nos remeter a questões próprias do ser humano, ainda que indiretamente. Brandes, ampliando as afirmações de Aristóteles, já citava que “somente o homem ri e somente de alguma coisa de humano” (PROPP, 1992, p.37-40).

Assim, o ridículo, notadamente o ridículo humano, constitui-se em importante componente de cenas cômicas, intencionais ou não, estando amplamente presente na obra humorística.

Tente lembrar, agora, de algum fato onde o ridículo estivesse presente, e que não suscitasse o riso ou, pelo menos, a vontade de manifestá-lo. Se o fato lembrado não resultou no riso, provavelmente despertou indignação, ira, ou outro sentimento momentâneo. Dificilmente o ridículo deixa de tornar o fato gritante: ele, certamente, gerará alguma marcante reação..., assim como o humor, em especial, o Humor Gráfico.

---



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

### **...aí ele disse: “ Não! Já tenho dois lá em casa”... RÁ, RÁ, RÁ, RÁ!!!**

Talvez uma das mais destacadas estratégias narrativas/discursivas do humor seja a *ruptura*, a cena inesperada, a quebra da lógica na estruturação do discurso, especialmente a que ocorre ao final de grande parte das obras humorísticas.

Considerada por diversos estudiosos como crucial e indispensável para o sucesso da obra de humor, essa estratégia é utilizada nas mais distintas manifestações cômicas. Refletindo sobre a reação que resulta da ruptura discursiva, Xavier explica que “o riso se dá a partir da intromissão de um pensamento de outra ordem lógica, que provoca uma súbita pane em nosso pensamento linear. Essa pane é capaz de levar-nos a um novo pensar” (XAVIER, 2001, p. 3).

A quebra/inversão narrativa pode estar presente tanto em cenas acidentais (como os famosos tropeções, que rompem a lógica linear de uma seqüência de passos), bem como em cenas intencionais, como aquelas protagonizadas pelos palhaços. Podemos notar, claramente, que quando o observador conclui antecipadamente o final *lógico* de uma narrativa, e este se confirma, o riso não se manifesta. Mas se, como nas boas piadas/anedotas, o final “quebra” a lógica narrativa, é possível levar o receptor à gargalhadas memoráveis.

Neste sentido, o humor pode ser caracterizado pela construção do discurso de modo que o mesmo seja “implodido”, em determinado momento. Propp aponta que esse “deslocamento” abrupto no discurso, característico da linguagem do Humor Gráfico, “ocorre de modo inesperado, mas ao mesmo tempo é preparado, ainda que muito imperceptivelmente. Na consciência verifica-se uma espécie de salto”. O autor russo aponta, ainda, que se deve preparar o observador “por alguns pormenores, alguns detalhes pouco perceptíveis, de modo a predispor-los ao riso, mas ainda insuficientes para provocá-lo” (PROPP, 1992, p.42).

É, portanto, na construção do “caminho” do discurso, preparando o receptor que será impactado pelo “salto”, que se consolida uma das mais importantes habilidades discursivas





INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

do humorista gráfico, especialmente aquele que se dedica a obras estruturadas em mais de um quadro.

A “inversão” voluntária na elaboração do discurso, apresenta-se também em outra estratégia muito comum da linguagem humorística: a *ambigüidade/duplo sentido*. Esta, quando usada involuntariamente, pode causar grandes confusões. Mas, se colocada intencionalmente, com a habilidade de poucos, pode gerar uma explosão de riso!

### “Otrascosismaz”...

A partir dos tópicos rapidamente abordados nesse breve trabalho, poderíamos listar uma longa seqüência de outras estratégias discursivas, freqüentemente utilizadas na obra de Humor Gráfico, tais como a *ambigüidade/duplo sentido*; a *paródia*; a *síntese* (uma vez que o humor dificilmente comporta uma estrutura prolixa); a *estilização*, entre muitas outras. Contudo, a *linguagem visual*, o *exagero*, o *ridículo* e a *ruptura discursiva*, encontram-se entre as características mais marcantes e freqüentes em obras do gênero, compondo um grupo de estratégias fundamentais para o sucesso da mensagem humorística gráfica. Evidentemente, essas estratégias nem sempre se apresentam conjuntamente, numa mesma obra, embora seja comum encontrarmos casos em que várias delas estejam reunidas num único trabalho.

Parece ser, portanto, através da composição de estratégias múltiplas e combinadas que a linguagem do Humor Gráfico se constitui, trazendo, porém, uma mesma sensação, que independentemente de análises formais e sisudas, parece sempre indicar que rir...  
AINDA É O MELHOR REMÉDIO!

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

---



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

ABDELMALACK, Genny. **Momentos da história do Brasil através da caricatura.** 1991, 164 f. Dissertação (Mestrado em Comunicações e Artes)-ECA/USP, São Paulo.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem.** São Paulo: Hucitec, 1992.

BAKHTIN, Mikhail. **A Cultura popular na idade média e no renascimento.** São Paulo: Hucitec; Brasília: UNB, 1999.

BARROS, D. L. P.; FIORIN, J. L. (orgs). **Dialogismo, polifonia e intertextualidade.** Ensaios de cultura, 7. São Paulo: Edusp, 1994.

BETINHO [HERBERT DE SOUZA]. **Rio da violência: armado de humor.** Rio de Janeiro: [s.n.], 1995.

CAGNIN, Antônio Luís. **Os quadrinhos.** São Paulo: Ática, 1975.

CAGNIN, Antônio Luís, **Revista Comunicação e Educação** (1): 15 a 46, Set.1994 – USP.

CIRNE, Moacy. **Quadrinhos, sedução e paixão.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

CORRÊA DO LAGO, Pedro. **Caricaturistas brasileiros: 1836/2001.** Rio de Janeiro: Marca d'Água, 2001.

DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual.** São Paulo: Martins Fontes, 1999.

EISNER, Will. **Quadrinhos e arte seqüencial.** São Paulo: Martins Fontes, 1989.

FIORIN, José Luiz. **Linguagem e ideologia.** São Paulo: Ática, 1990.

---



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação  
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

FOUREZ, Gerard. **A construção das ciências**. São Paulo: Unesp, 1995.

GONÇALVES, Elizabeth Moraes. **A mensagem publicitária na era tecnológica**: uma nova forma de reproduzir o universo. 1999, 230 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social)-Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo.

MARCONDES, Danilo. **Filosofia, linguagem e comunicação**. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 1992.

PROPP, Vladimir I. **Comicidade e riso**. São Paulo: Ática, 1992.

XAVIER, Caco. **Aids é coisa séria** – humor e saúde: análise dos cartuns inscritos na I Bienal Internacional de Humor, 1997. Hist. cienc. saúde, Junho 2001, vol.8, nº 1, ISSN 0104-5970.

---