

# Cara de um, focinho de outro: o humor da charge pela via da intergenericidade discursiva<sup>1</sup>

## They are like two peas in a pod: the humor of the cartoon through discursive intergenericity

Eveline Coelho Cardoso<sup>2</sup>

Universidade do Estado do Rio de Janeiro

 10.11606/2316-9877.Dossie.2023.e219550

### Resumo

Tem como objeto de estudo quatro charges publicadas entre os anos de 2020 e 2022, em veículos jornalísticos e nas redes sociais de seus autores. O critério de seleção das peças pautou-se pela presença de traços típicos de outros gêneros discursivos na materialidade linguística e/ou visual, que incidem diretamente sobre o desencadeamento de efeitos de sentido humorísticos. Tendo em vista que o humor tem como prerrogativas gerais a exploração da oposição entre sério e não-sério, da incongruência entre diferentes isotopias e do efeito surpresa (Ramos, 2011), em perspectiva discursiva, pode ser concebido como uma estratégia que perpassa diversas situações de comunicação. Nesse sentido, embora nem sempre focalize o riso, o humor pode ser entendido como fio condutor do projeto intencional charginístico, cujo contrato comunicativo jornalístico-midiático orienta as restrições e liberdades do enunciador em prol de uma dupla visada: relatar um acontecimento público e, ao mesmo tempo, temperar a construção desse acontecimento com opinião, para captar (Charaudeau, 2008, 2010). Sabendo que essa orientação se manifesta em diferentes níveis textuais e na verbo-visualidade, intenta-se analisar de que maneira os textos selecionados exploram a intergenericidade (Marcuschi, 2008) com fins humorísticos, sem, contudo, se desviar do eixo contratual da charge.

**Palavras-chave:** Semiologia. Charge. Gênero discursivo. Intergenericidade. Humor.

<sup>1</sup> Apresentado na Seção Temática 3 - "Quadrinhos e Linguagem 1", modalidade remota, em 22 ago. 2023. Apresentação disponível em:

[https://www.youtube.com/watch?v=mKr\\_yJKheYI&t=3815s](https://www.youtube.com/watch?v=mKr_yJKheYI&t=3815s). Acesso em: 02 jul. 2024.

<sup>2</sup> Doutora em Estudos da Linguagem pela Universidade Federal Fluminense. Professora Adjunta do Departamento Língua Portuguesa, Literatura Portuguesa e Filologia da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Tem experiência como docente de língua portuguesa e literatura brasileira em todas as etapas da Educação Básica, em instituições das esferas municipal, estadual e federal. Também atua como mediadora a distância do curso de Licenciatura em Letras na modalidade de Educação a Distância do Consórcio CEDERJ. É membro do Grupo de Pesquisa em Semiologia: Leitura, Fruição e Ensino (GPS-LeiFEn/UFF), certificado pelo CNPq, e dedica-se a estudos e pesquisas que envolvem texto, discurso e gêneros textuais, verbo-visualidade, quadrinhos e ensino de língua portuguesa. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0002418054837066>. Orcid iD: <https://orcid.org/0000-0002-4773-4445>. E-mail: [cardoso.eveline@uerj.br](mailto:cardoso.eveline@uerj.br).

**Abstract**

It has as object of study four cartoons published between the years 2020 and 2022 in journalistic vehicles and social networks. The criteria selection of this pieces was based on the presence of typical traits of other discursive genres in the linguistic and/or visual materiality, which directly affects the triggering of humorous effects of meaning. Since humor has as general prerogatives the exploration of the opposition between serious and non-serious, the incongruence between different isotopies, and the surprise effect (Ramos, 2011) in a discursive perspective, it has been conceived as a strategy that permeates several communication situations. In this sense, although it does not always focus on laughter, humor can be understood as the guiding thread of the intentional cartoon project, whose journalistic-media communicative contract orients the restrictions and freedoms of the enunciator in favor of a double aim: to report a public event and, at the same time, to tune the construction of this event with opinion, to capture (Charaudeau, 2008, 2010). Giving that this orientation manifests itself at different textual levels and in the verb-visibility, we intend to analyze how the selected texts explore the intergenericity (Marcuschi, 2008) with humorous purposes without, however, deviating from the contractual axis of the cartoon.

**Keywords:** Semiolinguistics. Cartoon. Discursive genre. Intergenericity. Humor.

**Apresentação**

Comumente descrita como um texto jornalístico-opinativo humorístico, a charge contém uma crítica a fatos e personalidades políticos de uma determinada época. No conjunto de gêneros discursivos que se abrigam sob o rótulo das histórias em quadrinhos, esse traço permite diferenciá-la – não sem dificuldade em alguns casos –, do cartum, que aborda temas atemporais e universais e tem personagens mais genéricos; e da tira, que costuma apresentar formato horizontal, personagens fixos ou não e predomínio de uma sequência narrativa. Segundo Romualdo (2000, p. 18), “[e]mbora possua características específicas, não podemos pensar a charge como um texto isolado, sem relações com outros textos, que aparecem não só no próprio jornal, mas também fora dele”, de modo que esse aspecto dialógico da charge constitui a sua essência.

O *corpus* deste estudo é composto por quatro charges de cartunistas brasileiros, publicadas entre os anos de 2020 e 2022, período em que o mundo vivia a pandemia de coronavírus e, o Brasil, a segunda metade do governo de Jair Bolsonaro. A materialidade verbo-visual dos textos selecionados, contudo, se aproxima da de outros gêneros discursivos alheios ao universo dos quadrinhos, razão pela qual mencionamos, no título deste trabalho, a conhecida expressão popular “cara de um, focinho de outro”. Alusiva a duas pessoas muito

parecidas, geralmente com algum grau de parentesco, a referida fórmula ilustra aqui a relação de semelhança entre as charges e outros gêneros discursivos midiáticos, como os anúncios publicitários e classificados, de cujos traços o chargista se apropria a fim de potencializar os efeitos de sentido de sua produção.

A relação de semelhança entre textos é desde sempre muito explorada no domínio discursivo literário a propósito das conexões dialógicas que essencialmente o constituem. Esse aspecto das obras literárias foi definido inicialmente por Julia Kristeva, na década de 1960, por meio do termo *intertextualidade*. Mais recentemente, no campo dos estudos da linguagem, em especial da Linguística Textual, com a profusão de estudos dedicados às especificidades dos gêneros discursivos/textuais – termos empregados por nós como sinônimos –, tal tendência foi focalizada em textos de outras esferas de comunicação e descrita como *intergenericidade* ou *intertextualidade (inter)genérica*, como propõem Marcuschi (2008) e Koch, Bentes e Cavalcante (2012).

Pretende-se, pois, nesta investigação, explorar essa faceta da intertextualidade constitutiva da charge. Para isso, examinaremos como e por que as peças que integram nosso *corpus* flertam com outros gêneros que circulam na mídia, e em que medida esse flerte incide sobre o quadro contratual da charge e impacta sua leitura, promovendo efeitos humorísticos. O embasamento teórico central da proposta é a Teoria Semiolinguística de Análise do Discurso (Charaudeau, 2008; 2010), articulada a pressupostos de outros autores sobre a intergenericidade (Marcuschi, 2008; Emediato, 2022), sobre o humor (Freud, [1905]1996; Ramos, 2011) e sobre a charge (Romualdo, 2000; Teixeira, 2005).

## 1 – Gêneros discursivos e intergenericidade

O estudo dos gêneros do discurso remonta à Antiguidade Clássica e teve destaque nos estudos da linguagem na década de 1960, a partir da inescapável concepção baktiniana de *gêneros do discurso* como “tipos relativamente estáveis de enunciados”. Sob uma perspectiva sócio-histórica e dialógica, Bakhtin (1992) preconiza que a situação e o meio social instauram o enunciado (oral e escrito)

como unidade real e concreta da comunicação e o formatam em uma estrutura verbal básica com *conteúdo*, *estilo* e *construção composicional* adequados a cada esfera de atividade humana.

Em seu levantamento sobre o tema, Marcuschi (2008) reconhece as bases bakhtinianas em todas as principais correntes teóricas que se debruçam sobre os gêneros atualmente. Na esteira do pensamento bakhtiniano, o autor descreve o que denomina *gêneros textuais* como “textos materializados em situações sociocomunicativas recorrentes” (2008, p. 155). Para além das peculiaridades linguísticas e estruturais, contudo, salienta que tais estruturas são também formas de ação social e práticas sociodiscursivas, definidas pelas funções comunicativas, pelos usos e pelos condicionamentos sociopragmáticos.

Mais do que ter habilidade com a matéria linguística, dominar um gênero envolve, pois, a capacidade de lidar linguisticamente com objetivos e situações sociais particulares. Essa observação vai ao encontro do pensamento de Dolz e Schneuwly (2004), para quem os gêneros são metainstrumentos para agir em situações diversas de comunicação, uma vez que as medeiam e, ao mesmo tempo, as representam e materializam. Assim sendo – concluem os autores –, “a mestria de um gênero aparece (...) como coconstitutiva da mestria de situações de comunicação” (Dolz; Schneuwly, 2004, p. 44).

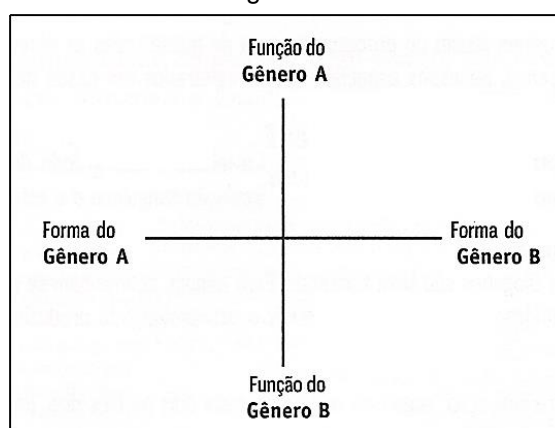
Sob o viés da análise do discurso, Maingueneau (2008) concebe os gêneros como dispositivos tipológicos que só podem aparecer quando certas condições socio-históricas estão presentes. A abordagem dos gêneros do discurso implica, pois, a consideração de fatores de diferentes ordens, como suas funções sociais, o lugar institucional, o estatuto dos parceiros e a natureza ideológica, que lhes impõem condições de êxito. Com efeito, segundo o autor, o progressivo domínio dos gêneros compõe uma *competência genérica*, capaz de legitimar os sujeitos ao transitarem pelos espaços interativos por meio da linguagem, oferecer garantias à comunicação e evitar violências, angústias e mal-entendidos durante a troca verbal.

Por serem apenas relativamente estáveis, conforme Marcuschi (2008, p. 151), “somos levados a ver os gêneros como entidades dinâmicas, cujos limites e demarcação se tornam fluidos”. Assim, tais dispositivos expressam sua plasticidade e dinamicidade por meio da possível hibridização, subvertendo um modelo global e assumindo formas e/ou funções de outros gêneros. O linguista

brasileiro emprega o termo *intergenericidade* para se referir a essa possibilidade bastante comum de “burlar o cânon de um gênero” (Marcuschi, 2008, p. 164).

Em sua proposta de análise das relações textuais intergenéricas, Marcuschi propõe como parâmetro um gráfico (adaptado a seguir) que simboliza a formação do gênero híbrido em um entrecruzamento de formas e funções. O autor salienta que, independentemente do caso em estudo, deve-se ter em mente que “imperava o predomínio da função sobre a forma na determinação interpretativa do gênero” (Marcuschi, 2008, p. 166).

Gráfico 1 – Intergenericidade



Fonte: Adaptado de Marcuschi, 2008 p. 166. Acervo da autora.

Sob o olhar semiolinguístico, Charaudeau (2004, p. 29) também considera que um texto “é o resultado de um ato de linguagem produzido por um sujeito dado em uma situação de troca dada”. Pressupondo a interdependência entre as condições do contrato de comunicação e os gêneros do discurso, o analista francês prefere o termo *gêneros situacionais*, reforçando que funcionam como um lugar de “instrução do como dizer”, submetidos aos diferentes níveis da competência comunicacional (situacional, discursivo, semântico e semiolinguístico). Em vista disso, para tratar do que denomina *transgressão de gêneros*, salienta que é preciso identificar sobre que nível das restrições do quadro contratual recai o possível “desrespeito” de um gênero, se sobre as formas, sobre as restrições discursivas ou sobre os dados situacionais previstos.

Além disso, Charaudeau (2008) concebe as relações estabelecidas entre diferentes gêneros como decorrentes de uma encenação do *modo de organização descritivo do discurso* (conjunto de procedimentos discursivos que



tem como resultado uma descrição). A fim de provocar determinados efeitos de sentido associados ao funcionamento de um gênero, o sujeito enunciador lança mão de procedimentos discursivos suficientemente repetitivos e característicos do gênero em questão, que podem funcionar como signo dele. Segundo Charaudeau, esse mecanismo está na base da intertextualidade de pastiches, paródias, plágios etc., que permitem guardar semelhanças com as variações temáticas e funções discursivas de um texto de partida. Pensemos, a propósito, na fórmula “Era uma vez”, que nos faz imediatamente adentrar o universo dos contos de fadas, ou na construção “Venho por meio desta”, que funciona como signo de gêneros epistolares formais.

Emediato (2022) aprofunda as reflexões de Charaudeau, propondo diferenciar práticas intergenéricas de transgressão e de parasitismo. O autor descreve quatro situações em que domínios discursivos e cláusulas contratuais de diferentes gêneros podem se mesclar: *transgressão de gênero*, *pastiche genérico*, *transposição de gênero* (ou reconfiguração genérica) e *hibridismo genérico*. Tendo em vista os limites desta publicação, daremos atenção à segunda ocorrência, tomada como parasitária pelo autor, que corresponde à imitação das regras de um gênero em outra situação de comunicação, como descreveremos a seguir, no item 3.

Por fim, convém pontuar que a progressiva ampliação das práticas comunicativas no contexto das tecnologias digitais e da internet é fator preponderante para o estudo da intergenericidade. Araújo (2016, p. 52) considera a *Web* um “ambiente plural de profundo poder de absorção que transmuta para si diversas esferas de atividade humana e, com elas, seus gêneros discursivos”. O autor se dedica ao estudo do que nomeia *reelaboração de gêneros* nas redes sociais Twitter e Facebook, propondo uma metodologia de análise em *continuum* a partir do pressuposto de que se está diante de um processo mutante e criativo como a própria língua:

Esse processo de reelaboração criadora e inovadora de gêneros discursivos nas redes sociais está associado à relativa liberdade de criação proporcionada por esses espaços virtuais, que permitem aos usuários experimentarem diferentes técnicas de produção de textos híbridos que acontecem por meio de atividades de recortar/copiar e colar, próprias das tecnologias digitais. (...) Nesse contexto desafiador, a manipulação de gêneros se faz presente, e seu exercício pode levar à produção

de possíveis novos gêneros a partir da reelaboração criadora.  
(Araújo, 2016, p. 58)

## 2 – Charge e humor

Teixeira (2005) salienta duas tendências do discurso verbo-visual das charges que favorecem nossa reflexão neste item. A primeira é a agressividade de sua forma, dada, segundo autor, pelo posicionamento direto e crítico em relação ao mundo; e a segunda é um delírio no conteúdo, tendo em vista que as charges ultrapassam os limites de sua expressão em direção a uma pluralidade de mundos e significações. Tal potencialidade delirante e expressiva de conteúdo da charge se beneficia das relações intergenéricas aqui descritas e enseja, ainda, a reflexão sobre o aspecto humorístico desse gênero, como desejamos mostrar.

No quadro teórico da Semiologia, ao qual nos filiamos, concebemos a charge a partir do contrato comunicativo e da lógica simbólica inerentes às mídias, tendo em mente a manipulação dos sistemas de valores e crenças sociais para construção da opinião pública. As cláusulas básicas desse contrato comunicativo são duas, correspondentes às visadas enunciativas de informação e captação, em cujos limites os produtores midiáticos, com sua identidade e legitimidade para produzir informação, e os leitores interessados no consumo tornam-se “cúmplices” de uma realidade e partilham uma maneira de recortar e dar sentido aos acontecimentos.

Esse recorte do mundo será delineado a partir de critérios de atualidade, sociabilidade e imprevisibilidade, os quais conferirão ao acontecimento construído um potencial de saliência e de pregnância para que possa ser inscrito em uma problematização, ao sabor da ideologia subjacente ao projeto de determinada instância midiática. Por esse motivo, Charaudeau (2010) afirma que, em relação ao público-alvo, a instância enunciativa das mídias se equilibra “entre o martelo e a bigorna”, isto é, entre o objetivo de fazer saber ou informar, que lhe confere credibilidade, e o objetivo de fazer sentir ou captar, que explora a imaginação dramatizante.

No caso do chargista, a estratégia humorística harmoniza-se a essa tendência à captação do interlocutor, podendo, por sua vez, explorar múltiplos

recursos verbo-visuais, entre eles a surpresa ou quebra de expectativas do leitor (Ramos, 2011). Entendemos que a exploração de marcas de outros gêneros textuais nas peças do *corpus* desempenha esse papel, uma vez que mobiliza a competência genérica do leitor, promovendo uma relação de cumplicidade metadiscursiva pelo viés transgressor:

Todo ato de linguagem, do mais normativo ao mais transgressor, se enuncia sob a base de modelos de referência. Toda transgressão faz alusão à norma e, ao fazê-lo, enuncia, pelo viés da transgressão, qual a norma consensualmente admitida por todos e é essa mesma norma que atua como *modelo comunitário*. (...) A transgressão nos permite observar a existência e a resiliência da norma. (Emediato, 2022, p. 364)

Em perspectiva discursiva, o humor pode ser concebido como uma estratégia que perpassa diversas situações de comunicação e tem como prerrogativas gerais a exploração da oposição entre sério e não-sério, da incongruência entre diferentes isotopias, do efeito surpresa.

Recorrendo aos pressupostos freudianos sobre os chistes, podemos considerar a repetição de traços de um gênero conhecido em outro como um deslocamento de enunciados esperados em determinada situação, que corresponde à técnica chistosa de economia pelo emprego múltiplo de um material familiar e/ou pelo duplo sentido. Freud sustenta que as energias economizadas na interação chistosa, decorrentes de técnicas como a citada, podem aflorar na descarga do riso e ser uma fonte de prazer, uma vez que “nos poupam uma despesa particular a que estávamos acostumados e que já nos preparávamos para fazer também naquela ocasião” (Freud, [1905] 1996, p.150).

O filósofo italiano Umberto Eco, no famoso romance em que tematiza as tensões entre o cômico e o sério na Idade Média, oferece-nos uma reflexão sobre o riso como possibilidade de questionar verdades absolutas e dogmas estabelecidos. Em *O nome da rosa* (2009), a contraposição entre a perspectiva do velho monge bibliotecário Jorge de Burgos e a do franciscano Guilherme de Baskerville contém uma leitura ficcional dos fundamentos filosóficos que perpassam as mais remotas discussões sobre o riso, opondo uma concepção religiosa, que vê nessa manifestação uma ameaça aos ideais da fé por “mostrar o mundo ao contrário do que deveria ser”; e uma vertente aristotélica, que



concebe o riso como inerente ao homem, produto de sua racionalidade e estratégia para lidar com as adversidades da vida.

Consoante Eco, Magalhães (2010) destaca que o humor pressupõe a compreensão explícita de regras sociais, não sua aceitação, de modo que a moral subjetiva entraria em cena para jogar com essas regras, aceitando-as ou rechaçando-as. Assim, o discurso humorístico não apenas viola normas sociais, mas gera um efeito cômico decorrente da exposição dessa violação. Igualmente Crescêncio (2016), opondo a comédia medieval e o humor, defende que aquela funcionava como reforço das leis sob a máscara de uma permissividade (vigente apenas durante as festividades de carnaval), ao passo que este, por si mesmo, se constitui como instrumento potencial de mudança e liberdade porque fragiliza, de dentro para fora, os limites impostos ao homem. Em resumo, reiterando Eco, “o humor não promete libertação, mas me lembra da presença de uma regra a qual não tenho mais razões para obedecer” (Magalhães, 2010, p.43).

Embora nem sempre tenha como alvo o riso, o humor pode ser entendido como fio condutor do projeto intencional chargístico, cujo contrato comunicativo jornalístico-midiático orienta as restrições e liberdades do enunciador em prol de uma dupla visada: relatar um acontecimento público e, ao mesmo tempo, temperar a construção desse acontecimento com opinião, para captar o parceiro da troca comunicativa (Charaudeau, 2008, 2010). É pensando na centralidade do humor no projeto de captação chargístico que defendemos, então, que o diálogo entre diferentes gêneros é uma escolha intencional dos cartunistas para jogar com regras mais ou menos aceitas de elaboração composicional e estilística de textos e, assim, desencadear efeitos de sentido humorísticos. Esperamos mostrar isso na análise a seguir.

### **3 – O humor da charge em diálogo intergênero**

O *corpus* construído para este estudo é composto por quatro charges dos cartunistas Zé Dassilva, Amarildo, Daniel Pxeira e Rodrigo Brum, publicadas entre os anos de 2020 e 2022. Os autores retratam situações políticas ocorridas no Brasil durante a gestão de Jair Bolsonaro como presidente da República, que coincidiu, nesse período, com a crise sanitária mundial decorrente da pandemia de coronavírus.

Como vimos ressaltando, a escolha das peças teve como critério a presença evidente de traços de outros gêneros discursivos, o que Emediato (2022) define como *pastiche genérico*, termo que, em si mesmo, é geralmente associado a uma intencionalidade satírica, descrita como um “arremedo do estilo de um autor, dos traços de sua autoria” (Koch; Bentes; Cavalcante, 2012, p. 141). Para Emediato, é uma prática considerada parasitária, no sentido de que um gênero imita a legitimidade social de um domínio discursivo legítimo para adquirir credibilidade em uma comunidade social:

[O pastiche genérico] reproduz as regras do gênero imitado, mas em outra situação de comunicação e para outros fins que aqueles originais do gênero imitado. A música dita sertaneja se apropria da legitimidade da música rural caipira, reformula o universo discursivo e imaginário do gênero musical sertanejo de raiz, fazendo um pastiche genérico. (...) Há uma imitação do gênero sertanejo em certos aspectos (musicais, contextuais), mas um distanciamento importante dos parâmetros contratuais desse gênero (temáticos, estéticos, identitários). (Emediato, 2022, p. 364-365)

Dessa forma, a análise de cada peça partirá da observação e comparação de aspectos relevantes comumente estruturadores da charge e de diferentes gêneros/contratos (aspectos situacionais, discursivos e formais), para compreender a relação entre intergenericidade e efeitos de sentido humorísticos nos textos em estudo.

A figura 1, de Zé Dassilva, foi publicada no portal de notícias *NSC Total*, em 15 de março de 2021. À primeira vista, assemelha-se a um recorte da parte de anúncios classificados de um jornal, a julgar pela imitação, no aspecto gráfico, da textura e da cor do papel e da tipografia. A parcela visual do texto simula, ainda, um grifo circular em vermelho, que dá destaque à oferta de uma vaga de emprego específica:

Figura 1 – Charge de Zé Dassilva



Fonte: NSC Total, 15 mar. 2021. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/charge-do-ze-dassilva-oportunidade-de-emprego>. Acesso em: 13 jul. 2023.

Segundo o *Dicionário de gêneros textuais*, o classificado é um “anúncio, geralmente de pequeno formato e sem ilustração, com mensagem de compra, venda ou aluguel, oferta ou procura de empregos ou serviços profissionais, etc.” (Costa, 2020, p. 81). Tem linguagem curta e objetiva, em “estilo telegráfico e abreviado”, em razão dos custos do espaço publicitário impresso ou digital em que esses textos circulam. Os elementos que compõem a estrutura composicional desse gênero estão presentes na figura 1, a saber: o *que se anuncia* (uma vaga de emprego); os *dados do objeto* (“vaga imediata”); o *meio de contato* (DM – *direct messenger* – na rede social *Twitter* do anunciante); as *condições específicas* (requisitos necessários ao cargo).

Contudo, algumas pistas materiais e enunciativas alertam o leitor para que não se deixe levar apenas pela “cara” do texto. Partindo dos dados situacionais, embora o veículo de publicação seja um *site* de divulgação de notícias (aspecto comum às charges e aos classificados), o texto apresenta a assinatura de um cartunista, cujo conhecimento prévio confirmaria que seu objetivo não é necessariamente oferecer um emprego. Além disso, o repertório de gêneros também sustenta inferências sobre que tipo de enunciador publica uma vaga em anúncios classificados e sobre que tipo de ocupação condiz com essa publicação. Isso permite desconfiar do “anúncio”, sabendo que o cargo de

Ministro de Estado é preenchido por uma indicação política interna, baseada em uma seleta lista de candidatos de sua confiança.

Recorrendo-se à principal fonte da intertextualidade da charge – o noticiário contemporâneo – descortina-se a predominância da função chágica da figura 1: o texto faz referência à nomeação do quarto Ministro da Saúde em dois anos e em plena pandemia durante o governo Bolsonaro, e à indicação de pessoas despreparadas para tal função por parte do então presidente. A exploração dos traços do anúncio classificado na superfície da charge desencadeia, pois, o efeito humorístico e potencializa, nos limites da ficção possível nesse gênero, a crítica à personalidade política e à situação tematizadas. Por meio do destaque dado, por exemplo, aos requisitos e meios de contratação – “ser contra o isolamento social e apoiar o uso de Cloroquina” e “DM no *Twitter*” –, o enunciador ironiza o comportamento despreparado e negacionista do ex-presidente do Brasil e seu apreço pela gestão de questões de interesse público nas redes sociais.

Olhando rapidamente para a figura 2, a seguir, também não se nota de imediato que se trata de uma charge, uma vez que sua composição é predominantemente verbal, sem recorrência a desenhos, que são atributo típico do gênero:

Figura 2 – Charge de Amarildo



Fonte: *A Gazeta*, 15 jun. 2021. Disponível em: <https://www.agazeta.com.br/charge/o-ministerio-da-saude-admite-0721> . Acesso em: 13 jul. 2023.

Criada por Amarildo e publicada n´ *A Gazeta*, em 15 de julho de 2021, a charge da figura 2 procura mimetizar uma advertência, a julgar pelas cores e

pelo formato, que logo relembram certas mensagens ao consumidor exibidas ao fim da emissão de anúncios televisivos de produtos farmacêuticos. Exemplos frequentes são: “Se persistirem os sintomas, o médico deverá ser consultado” ou “Este medicamento é contraindicado em caso de suspeita de dengue”.

Segundo Mari e Silveira (2004), enquanto gênero, a advertência é marcada por uma força ilocucional específica interessada em alertar o interlocutor sobre algo perigoso ou lesivo, que poderá incorrer em ações futuras. Nesse sentido, a composição linguística do texto em análise evoca a construção tipológica injuntiva típica das advertências, como “O ministério da Saúde adverte”, que, reportando-se diretamente ao leitor, busca orientar seu comportamento. Além disso, note-se, em especial, que a escolha do cartunista por um fundo azul e uma moldura branca visa trazer à memória as mensagens que partem de órgãos oficiais do Governo brasileiro.

Contudo, o reconhecimento da identidade social de Amarildo, como já citamos, e a percepção de um laço com o noticiário da época desvelam o objetivo do texto de divulgar uma opinião a respeito da divulgação de medicamentos ineficazes contra a covid-19 durante a pandemia por parte das principais autoridades brasileiras. Percebemos essa função predominante porque certas informações não são esperadas para a advertência e, sim, se interligam aos fatos que interessa ao cartunista expor e atacar na charge, como a quantidade de óbitos em razão da covid no Brasil.

Da mesma forma, a alteração do enunciado injuntivo “O ministério da Saúde *admite*”, em lugar de *adverte*, contraria o ideário positivo de uma autoridade que tem legitimidade para alertar sobre algo nocivo, representando-a de forma negativa, como um órgão submisso à condição de assumir erros já declarados. Os efeitos de gênero e humorísticos visados por Amarildo, nesse sentido, levam-nos a interpretar a figura 2 como uma espécie de charge-advertência contra o governo vigente e sua postura considerada lesiva.

Por fim, as figuras 3 e 4 exploram o discurso da publicidade, cuja visada predominante é a da incitação ao consumo. Nessa esfera de comunicação, pode-se reconhecer o gênero anúncio, cuja mensagem, segundo Costa (2020, p. 37), “procura transmitir ao público, por meio de recursos técnicos, multissemióticos e através de veículos de comunicação, as qualidades e os eventuais benefícios de determinada marca, produto, serviço ou instituição”.



Daniel Pxeira explora essa exposição enfática de um produto na figura 3, que foi publicada em 29 de outubro de 2020 nas redes sociais do cartunista. A charge dá destaque ao guaraná Jesus, uma bebida real, produzida no nordeste do Brasil, no estado do Maranhão.

Figura 3 – Charge de Daniel Pxeira



Fonte: Perfil do autor no Facebook, 29 out. 2020. Disponível em: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=3738511322835238&set=pb.100000292211030.-2207520000.&type=3>. Acesso em: 13 jul. 2023.

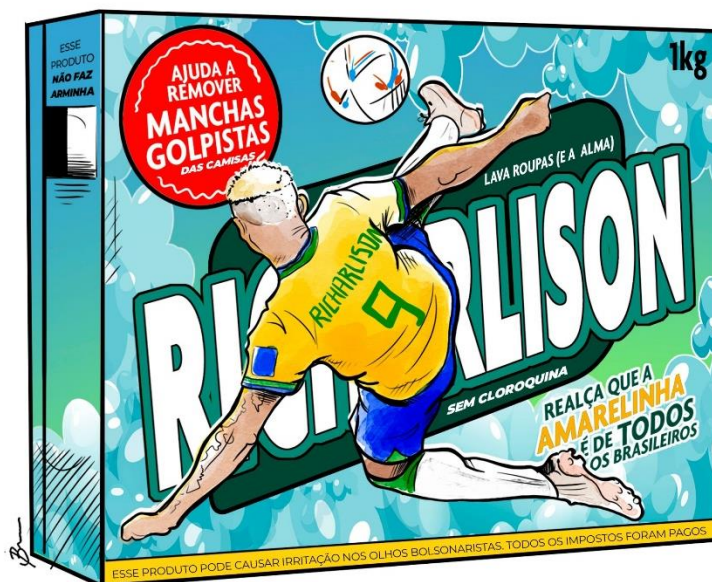
Como se nota, a forma do anúncio publicitário é evocada pelo apelo visual destacado para a imagem da bebida, suas cores, o fundo cor-de-rosa, que representa e enfatiza a cor do líquido. A frase curta e fácil de ser lembrada “O guaraná é Jesus” ocupa lugar importante na parte superior da imagem, funcionando como um *slogan*. Além disso, por um jogo de sentidos entre a marca do produto e o universo religioso, traz uma conotação positiva no contraste com o enunciado “Homofobia é crime, diabo!”.

Mais uma vez, a função de crítica da charge é mais rapidamente percebida se, em primeiro lugar, o leitor sabe, de antemão, sobre a identidade de Pxeira como chargista. Depois, ele deve relacionar os enunciados dispostos na parte inferior da imagem e a situação política de suposta homofobia política protagonizada pelo ex-presidente do Brasil em visita ao Maranhão, em outubro de 2020. Tais enunciados destoam da construção temática de uma propaganda comercial e poderiam, inclusive, figurar em cartazes ou campanhas publicitárias de conscientização social.

Recuperando o noticiário da época, observa-se que o enunciador expõe e convoca o leitor a um posicionamento diante de uma fala preconceituosa de Jair Bolsonaro, quando afirmou que a cor rosa do guaraná Jesus seria uma “boiolagem” (Estado de Minas, 2020). A intergenericidade entre a charge e o anúncio publicitário, traduzida por meio da exposição valorizada do refrigerante cor-de-rosa, responde, assim, ao projeto intencional de captação do cartunista, que propõe a adesão a uma crítica social e a defesa de uma causa (o combate à homofobia) entrelaçadas à encenação de incitação ao consumo – que, convém pontuar, pode, inclusive, ser um efeito colateral do engajamento do público.

Por fim, Rodrigo Brum, durante a Copa do Mundo do Catar, em novembro de 2022, explora o que poderia ser um anúncio comercial ou o rótulo de um lava-roupas fictício, batizado com o nome do jogador Richarlison. A charge reproduz um modelo de embalagem de sabão em pó, dando destaque a uma representação do jogador da Seleção Brasileira no momento em que fez um gol contra a Sérvia – eleito pelos internautas como o gol mais bonito da competição do ano (Globo Esporte, 2022).

Figura 4 – Charge de Rodrigo Brum



Instagram: RABISCOSDOBRUM | Facebook: BRUMCHARGISTA

Fonte: Perfil do autor no Facebook, 25 nov. 2022. Disponível em: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10221186485556069&set=pb.1363357967.-2207520000&type=3>. Acesso em: 13 jul. 2023.

Como é esperado na situação comunicativa que a charge busca simular, a construção visual ressalta características do suposto produto por meio da exploração da paleta de cores entre o branco, o azul e o verde e da impressão de bolhas de sabão, que simbolicamente evocam o universo semântico da limpeza. Os detalhes tipográficos da mensagem verbal também focalizam informações relevantes do texto, como o nome (“Richarlison”), a composição (“sem cloroquina”) e o apelo mercadológico do produto (“ajuda a remover manchas golpistas das camisas”).

Entretanto, são os detalhes da qualificação do sabão em pó que fazem o trânsito entre os contratos da publicidade e da mídia jornalística. Essa qualificação remete a um conhecimento prévio sobre o posicionamento público de Richarlison mais à esquerda politicamente e ridiculariza comportamentos tidos como homofóbicos, golpistas ou negacionistas do então presidente Jair Bolsonaro e de seus apoiadores. Nesse sentido, a composição do produto é “sem cloroquina”, sua função e sua eficácia são capazes de “remover manchas golpistas” e, assim, “realça as cores da amarelinha” (a camisa da seleção, adotada como principal símbolo das manifestações de extrema-direita no Brasil desde 2018). Traços típicos ou diferenciais da marca também ganham destaque, como “Todos os impostos foram pagos” (em referência a uma denúncia de sonegação do jogador Neymar, também da Seleção e simpático ao então presidente Bolsonaro), “este produto não faz arminha” e “este produto pode causar irritação nos olhos bolsonaristas”.

Mais uma vez, o enquadre publicitário sustenta, de maneira reformulada e potencializada, a crítica explícita do chargista a comportamentos políticos considerados homofóbicos, golpistas ou negacionistas. Com efeito, a intergenericidade promove um deslocamento que tem apelo humorístico, porquanto movimenta a competência genérica do leitor para fazê-lo perceber múltiplos usos e sentidos provenientes de um material já conhecido. Entretanto, sabendo que o universo de saberes e crenças do leitor pode não corresponder ao ideal projetado pelo cartunista, cumpre ressaltar que a percepção de efeitos humorísticos e de efeitos de gênero visados nunca é garantida plenamente no espaço de leitura/interpretação/recepção dos textos.

## Considerações finais

Marcuschi (2008) já sinalizava que a hibridização entre gêneros é bastante comum na imprensa como forma de chamar mais atenção e motivar a leitura. A análise do *corpus* deste estudo vai ao encontro dessa afirmação, apontando que a intergenericidade discursiva manifesta em pastiches genéricos de charges é uma estratégia para reforçar o conhecido projeto intencional satírico do chargista, por meio do qual goza da liberdade para violar regras conhecidas – inclusive da produção da própria charge –, para provocar humor. Trata-se de um jogo bastante convidativo ao leitor, a fim de torná-lo conivente com a crítica a figuras ou acontecimentos políticos de sua época, propondo-lhe uma consciência sobre a notícia (Teixeira, 2005).

A percepção de efeitos humorísticos em textos diversos depende de uma gama de fatores de diferentes ordens. Nas charges analisadas, conecta-se, como vimos, à competência genérica, que permite reconhecer funções, temáticas, estilos e composições próprios de diversos gêneros textuais (como a advertência, o anúncio classificado e o anúncio publicitário) empregados de maneira diferente da habitual, para captar o destinatário previsto. Parte desses efeitos de humor decorre, pois, da percepção desse jogo metalinguístico e transgressor, no qual o chargista reconhece os limites da produção convencional de gêneros discursivos e os subverte e por meio do qual oferece ao leitor uma fonte de prazer mediada pela experiência da leitura.

## Referências

ARAÚJO, Júlio. Reelaborações de gêneros em redes sociais. In: ARAÚJO, J.; LEFFA, Wilson. (orgs.). *Redes sociais e ensino de línguas: O que temos de aprender?* São Paulo: Parábola editorial, 2016, p. 49-64.

BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

CHARAUDEAU, Patrick. Visadas discursivas, gêneros situacionais e construção textual. In: MACHADO, I. L.; MELLO, R. (Org.). *Gêneros: reflexões em análise do discurso*. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, 2004. p.13-41.

CHARAUDEAU, Patrick. *Linguagem e discurso: modos de organização*. São Paulo: Contexto, 2008.

- CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2010.
- COSTA, Sérgio Roberto. *Dicionário de gêneros textuais*. 3 ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2020.
- CRESCÊNCIO, Cintia Lima. É para rir ou para chorar? O riso feminista brasileiro em tempos de ditadura (1970-1980). *história, histórias*, Brasília, v. 4, n. 7, p. 109-127, 2016.
- DOLZ, Joaquim; SCHNEUWLY, Bernard et. al. *Gêneros orais e escritos na escola*. Campinas, SP: Mercado das Letras, 2004.
- ECO, Umberto. *O nome da rosa*. Rio de Janeiro: Record, 2009.
- EMEDIATO, Wander. *Análise do discurso numa perspectiva enunciativa e pragmática*. Campinas, SP: Pontes Editores, 2022.
- ESTADO DE MINAS. Bolsonaro faz piada homofóbica ao provar guaraná Jesus: 'Virei boiola, igual maranhense'. *Estado de Minas*, 29 de out. de 2020. [https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2020/10/29/interna\\_politica,1199426/bolsonaro-faz-piada-homofobica-ao-provar-guarana-jesus-virei-boiola.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2020/10/29/interna_politica,1199426/bolsonaro-faz-piada-homofobica-ao-provar-guarana-jesus-virei-boiola.shtml). Acesso em: 03 dez. 2023.
- FREUD, Sigmund. *Os chistes e sua relação com o inconsciente*. Rio de Janeiro: Imago, 1996 [1905].
- GLOBO ESPORTE. Voleio de Richarlison leva prêmio de gol mais bonito da Copa do Mundo de 2022. *Globo Esporte*. 23 de dez. de 2022. <https://ge.globo.com/futebol/selecao-brasileira/noticia/2022/12/23/voleio-de-richarlison-leva-premio-de-gol-mais-bonito-da-copa-do-mundo-de-2022.ghtml>. Acesso em 03 dez. 2023.
- KOCH, Ingedore G. V.; BENTES, Anna Christina; CAVALCANTE, Mônica Magalhães. *Intertextualidade: diálogos possíveis*. 3 ed. São Paulo: Cortez Editora, 2012.
- MAGALHÃES, Helena Maria Gramiscelli. *Aprendendo com humor*. Campinas: Mercado das letras, 2010.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. 5 ed. São Paulo: Cortez, 2008.
- MARCUSCHI, Luiz Antonio. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola, 2008.
- MARI, Hugo; SILVEIRA, José Carlos Cavalheiro. Sobre a importância dos gêneros discursivos. In: MACHADO, I. L.; MELLO, R. (Org.). *Gêneros: reflexões em análise do discurso*. Belo Horizonte: NAD/FALE/UFMG, 2004. p. 59-74.
- RAMOS, Paulo. *Faces do humor: aproximação entre piadas e tiras*. São Paulo: Zarabatana Books, 2011.
- ROMUALDO, Edson Carlos. *Charge jornalística: intertextualidade e polifonia: um estudo de charges na Folha de São Paulo*. Maringá: Eduem, 2000.
- TEIXEIRA, Luiz Guilherme. *Sentidos do humor, trapaças da razão: a charge*. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2005.



Recebido em: 22.11.2024.

Aprovado em: 08.05.2024.



Artigo está licenciado sob forma de uma licença  
Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional