

Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq)

Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT)

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Escola de Comunicação (ECO)

O Ser-interpretante e o Espaço Ideal
Uma análise do processo de representação informacional
das imagens chárnicas

Carlos Fernando Gomes Galvão de Queirós

Orientadora: Profa. Lena Vania Ribeiro Pinheiro
Doutora em Comunicação e Cultura (UFRJ)

Rio de Janeiro
1999

O Ser-interpretante e o Espaço Ideal

**Uma análise do processo de representação informacional
das imagens chárgicas**

Carlos Fernando Gomes Galvão de Queirós

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (Convênio CNPq/IBICT-UFRJ) com requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Ciência da Informação.

**Orientadora: Profa. Lena Vania Ribeiro Pinheiro
Doutora em Comunicação e Cultura (UFRJ)**

**Rio de Janeiro
1999**

Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq)

**Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT) /
Departamento de Ensino e Pesquisa (DEP)**

**Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) / Centro de Filosofia e
Ciências Humanas (CFCH) / Escola de Comunicação (ECO)**

O Ser-interpretante e o Espaço Ideal
Uma análise do processo de representação informacional das
imagens chárgicas

Carlos Fernando Gomes Galvão de Queirós

Dissertação submetida ao corpo docente convidado para a Banca Examinadora como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciência da informação.

Aprovada em 13 de outubro de 1999.

Banca Examinadora

Lena Vânia Ribeiro Pinheiro

1º Examinador

Rosali Fernandez

2º Examinador

Ciro Flamarion Cardoso

3º examinador

Rio de Janeiro
1999

Agradecimentos

Venho aqui, sintetizar minha gratidão, antecipadamente me desculpando por alguma omissão à qual a minha relapsa memória me tenha conduzido.

Agradeço a minha Orientadora, Professora Lena Vania Ribeiro Pinheiro, pelas preciosas “dicas” conceituais e formais, materializadas nesta dissertação, coroação desta importante etapa de minha vida acadêmica.

Agradeço ao Professor e amigo, Geraldo Moreira Prado, por ter me auxiliado ao longo deste meu curso de mestrado.

Agradeço ao Professor Gerd Bornheim, pela valiosa contribuição teórica para que este autor pudesse melhor compreender a Fenomenologia de Sartre.

Agradeço aos meus pais, Norma de Paula Gomes e Mário Galvão, por estarem, incondicionalmente, ao meu lado.

Agradeço a Bruno Lima Oliveira, pela revisão ortográfica, ao meu professor do curso de inglês, Marcelo Marconsin, pelas correções no Abstract e à minha irmã, Flávia Gomes Galvão de Queirós, pela editoração desta dissertação.

Agradeço ao amigo Rogério Carrazeda, vulgo Gargamel, à minha avó (materna) e segundo mãe, Lucinda de Moura Medeiros e a meu tio (irmão mais novo de meu pai), Sílvio Galvão, já falecidos, mas ainda comigo de alguma forma, me dando força.

Agradeço finalmente à Ana Sofia Mariz, minha noiva, pelo carinho que dedica a este impaciente e irrequieto escriba e, agora, com a ajuda de todos os aqui citados, Mestre.

Meu muitíssimo obrigado.

Resumo da Dissertação

Estudo teórico dentro do processo cognitivo-filosófico de leitura e interpretação das informações ideológicas transmitidas pelas charges políticas. A pesquisa abarcou desde algumas teorias semiológicas, passando por certas visões psicológicas da percepção e fenomenológicas, notadamente de Sartre, de transcendência consciente, chegando até a análise, já prática, através de entrevistas, de como alguns chargistas, produzem este elemento informacional, as charges e como alguns leitores as lêem e interpretam. A hipótese inicial considerou que o posicionar-se da pessoa comum em sua sociedade e sua conseqüente transformação em um cidadão da *polis*, em um *ser-político*, é função direta da capacidade que essa pessoa tem de se informar e de, com isso, se formar politicamente. A informação ideológica, *lato sensu*, é a informação por excelência da formação cidadã e as charges políticas são veículos poderosos no que toca o processo de produção, transmissão e reprodução das informações e do sentido político dos atos e fatos sociais. O embate discursivo entre os *seres comunicante e interpretante*, ambos produtores de um sentido social, demonstrou a importância que as representações mentais engendradas pelos fluxos informacionais passaram a ter no cotidiano de todos nós, notadamente a partir do Pós-Guerra.

Abstract

Theoretical study on the philosophical-cognitive process of reading and interpreting ideological information transmitted by political cartoons. The research comprised some semiological theories, discussing certain psychological positions of perception and phenomenological, notably Sartre, of conscious transcendence and pointing out a practical analysis of how some cartoonists. Through interviews, produce this element of information, cartoons, and how readers read and interpret them. The initial hypothesis took into consideration that the stance an Ordinary person takes in his society and his consequent transformation into a citizen, a political being, is a direct function of the ability this person has to keep informed and, through this, gains political awareness. Ideological information, *latu sensu*, is information contributing to up bringing, and this political cartoons are powerful instruments related to the production, transmission and reproduction of information and the political meaning of social acts and facts. The discursive clash between the communicating and interpreting beings, both producers of a social meaning, demonstrated the importance of the mental representation dreamed up by the information flow, notably in the post-War period.

Sumário

1 – Introdução - p.01

2 - Espaço Social – Espaço Geográfico – Espaço Informacional – Espaço das Idéias Políticas: uma construção escalar - p.13

3 - A informação e a linguagem na formação das idéias - p.39

4 - O discurso jornalístico e a produção do sentido pelas charges: uma representação ideológica - p.72

5 - O discurso informacional da imagem chágica - p.95

6 - A imagem e a percepção do *ser-interpretante* no preenchimento (ideológico) dos vazios textuais - p.117

7 - A produção e a reprodução ideológica da imagem chágica - p.141

7.1 – Uma visão empírica do processo de representação das informações chágicas - p.141

7.2 – A charge como um veículo de transmissão de informações ideológicas - p.150

8 – Considerações Finais - p.167

9 – Bibliografia Geral - p.172

Anexos

Anexo 1 – Listagem dos entrevistados e perguntas-base utilizadas na entrevista

Anexo 2 – Charges utilizadas nas entrevistas

1 - Introdução

Alguns dizem que vivemos na “Idade Mídia”; outros dizem que vivemos numa “Sociedade Informacional”; há mesmo quem afirme que já vivemos numa “Era Pós-Fabril ou Pós-Industrial”. Mas o que significam, exatamente, essas expressões? Quais os parâmetros usados por estudiosos da informação, como Marshall MacLuhan, para teorizarem sobre uma ainda tênue “Aldeia Global”? O Espaço Social desta “Aldeia” se diferencia do espaço social das antigas (?) formas de organização sócio-espaciais? Como podemos aferir as metamorfoses sociais da contemporaneidade? Não serão os diversos tipos de fluxos informacionais os progenitores de uma nova espacialidade social?

Foram questionamentos como os acima que nos levaram a buscar um conhecimento mais profundo deste complexo e polissêmico conceito denominado *informação*. O frenesi dos fluxos informacionais é cada vez maior e sua influência nos mais diversos setores das sociedades atuais cresce em progressão geométrica. Mas ora, pensar em crescimento é pensar em expansão e, como é óbvio, expansão de algo idealizado e realizado pelo Homem não se dá no nada, em lugar algum (exceto, talvez, na Utopia, de Tomas Morus - ou mesmo em qualquer outra). Quem ou aquilo que se expande, o faz sob determinados parâmetros ideológicos e organizacionais e está baseado em algum lugar, muito embora este lugar possa ser e/ou estar imperceptível para a maioria das pessoas.

Este lugar é comumente identificado como um ponto específico da litosfera ou superfície terrestre, a base física de nossas sociedades. Uma base múltipla e complexa, sem dúvida, pois possui várias e diferenciadas dimensões, tais como: a geomorfológica, a cultural, a hidrológica, a política... A Geografia é o ramo do conhecimento humano que historicamente se preocupou em estudar as

transformações que o Homem opera no seu meio ambiente, adaptando-o ao seu modo de vida e de produção social, com o deliberado intuito de satisfazer suas necessidades e anseios. Isso faz do geógrafo um analista, por excelência, da organização espacial do Homem.

Então o território geográfico dá conta de todos os fenômenos sociais existentes? Basta que o estudemos para que entendamos o mecanismo de funcionamento de nossas sociedades? Não. Não basta. Há fenômenos que, não obstante tenham seu lugar de origem na superfície terrestre, possuem um lugar de atuação um tanto distinto. Foi justamente a busca por uma maior compreensão - e não pela explicação - de uma das dimensões de um (talvez) novo espaço social, o que nos levou à pesquisa que redundou nesta dissertação.

Imaginemos um exemplo hipotético. Imaginemos um empresário voando num jatinho comercial do Rio de Janeiro para Buenos Aires. Com seu celular, poderia falar com Londres; com um aparelho de fax poderia enviar uma correspondência para a Austrália e, com seu *notebook*, poderia acessar a *internet* e se comunicar com Tóquio. Neste tipo de mundo, em que as noções de espaço e de tempo vêm se modificando radicalmente, o que é, afinal, o tal do espaço geográfico de que tanto nos falam os geógrafos?

A resposta é difícil, mas talvez possamos apontar aqui alguns fatores que nos auxiliem a elucidar um pouco mais estas (e outras) questões sobre o espaço geográfico, ou, ao menos, algumas de suas dimensões. Pensamos que ele, o espaço geográfico, não precisa, por enquanto, ser redefinido: basta que adicionemos alguns níveis analíticos aos estudos espaciais como, por exemplo, a dimensão informacional - o que envolve, ao menos na abordagem desta dissertação, a interpretação, a percepção e a cognição. Como no exemplo hipotético retrocitado, será o fluxo de informações um dos mais poderosos motores de transformação das sociedades para o milênio que se aproxima. É na troca de informações confiáveis e precisas, no menor intervalo de tempo possível, que está um dos maiores diferenciais no que toca a capacidade de uma nação de gerar riqueza, de gerar um *valor-informação*.

Com nossa pesquisa, tentamos adicionar algumas análises sobre a formação e sobre a transformação conscientes dos sujeitos, quando inseridos em uma das dimensões de nosso espaço geográfico e social, a dimensão política, através do

estudo de caso das charges políticas, entendidas como um elemento de transmissão de informações ideológicas. Por dimensão política devemos entender o *locus* por excelência no qual as pessoas se relacionam e negociam, permanentemente, as regras desse relacionamento. É esta a concepção que adotamos.

Procuramos, para tanto, a partir de teorias comunicacionais e espaciais, dissertar sobre o processo de representação cognitiva de um tipo específico de informação, a ideológica-humorística das charges políticas. Nos utilizamos do instrumental teórico e prático da *Análise dos Discursos* (sociais), a AD, numa perspectiva fenomenológica, para tentar compreender um pouco mais sobre a informação na perspectiva da Ciência da Informação como um dos elementos do *Espaço das Idéias Políticas* ou, como preferimos chamá-lo, *Espaço Ideal*.

Tentamos, com a dissertação ora apresentada, ligar o fluxo informacional, tendo as charges como elemento portador de conteúdo crítico, ao entendimento da dimensão política que os leitores de jornais, bem como alguns profissionais do jornalismo e das charges, têm do processo de leitura e de interpretação das mesmas.

Optamos por realizar uma série de entrevistas, para as quais nos utilizamos de um questionário como um guia, e procuramos aferir a percepção crítica que os entrevistados tinham sobre as charges em geral. Em segundo lugar, procuramos analisar as impressões que os entrevistados tinham ao ler algumas charges específicas e, para que isso fosse possível, optamos por apresentar aos entrevistados as mesmas charges e que versavam sobre dois temas distintos, mas conexos. A saber:

1 - a atuação do governo do Presidente Fernando Henrique Cardoso; no qual apresentamos quatro charges do jornal *O Globo* e quatro charges da *Folha de S. Paulo*, sem que os entrevistados soubessem disso previamente;

2 - a crise na saúde pública brasileira; sobre a qual apresentamos quatro charges do livro *Só rindo da Saúde*, 1993, editado pela Casa de Cultura Laura Alvim, em convênio com o Governo do Estado do Rio de Janeiro na gestão Leonel Brizola, por intermédio da Secretaria de Cultura/Fundação de Artes do Estado do Rio de Janeiro (FUNART).

Procuramos, também, apreender o processo de produção da informação chágica, através de entrevistas com profissionais militantes: os irmãos Chico e Paulo Caruso e Ziraldo. Os resultados destas entrevistas estão expostos no final desta dissertação.

Mas nossa maior ênfase foi um estudo teórico sobre o processo de percepção e construção das representações cognitivas do que chamamos de *ser-interpretante* que, ao decodificar as informações transmitidas pelo que chamamos de *ser-discursivo* ou *comunicante*, posiciona-se no espaço das idéias políticas, que chamamos de *Espaço Ideal*, transformando-se, assim, *deser-interpretante* em *ser-político*.

O Quadro Teórico com o qual trabalhamos pode ser resumido nos cinco ponto abaixo:

- 1 – Apreensão/Percepção do discurso imagético das charges políticas.
- 2 – Representação cognitiva da informação crítico-humorística, de cunho ideológico, das charges políticas.
- 3 – Recriação da mensagem pela interpretação do leitor.
- 4 – Produção de sentido social pelo leitor, no espaço das idéias políticas.
- 5 – Posicionamento do leitor a partir do sentido produzido no processo de leitura e interpretação das informações chágicas.

O quadro teórico acima, que foi a base de nossa pesquisa; levou-nos a pensar em termos dos saberes humanos ou sociais que é, acreditamos, diferente do pensar das ciências naturais ou biológicas. Afinal, quase nada do que define a ciência, pode ser transposto para que definamos os saberes humanos ou sociais ou, como preferimos chamá-los, as humanidades.

As ciências naturais têm como objeto, (07/186) “*algo fora do sujeito cognoscente e as ciências humanas têm como objeto o próprio ser que conhece*”. Como buscar regularidades nos fatos sociais e humanos, tendo em vista o caráter aleatório e caótico do comportamento dos indivíduos e das sociedades? Como buscar a objetividade no ambiente subjetivo em que vivemos? Como reproduzir em laboratório, fatos como a Revolução Francesa? Quais os instrumentos de precisão para aferirmos uma manifestação pública por melhores salários? Existe algum modelo-padrão, minimamente confiável, para aferirmos a reação da população às

medidas governamentais na área social? Como prever uma retomada das idéias libertárias, no próximo milênio, de modo rigoroso, preciso e objetivo?

Michel Foucault desenvolveu a idéia de que (29/)

As ciências humanas são um produto momentâneo de mutações, a priori históricas, e que se sucedem, sem ordem, no curso do tempo (...) as ciências humanas são falsas ciências, não são ciências de modo nenhum. As humanidades só têm esse título, ciência, pela definição arqueológica de seus modelos e metodologias tomadas em empréstimo às ciências.

As idéias de Foucault, acima expostas, cabem perfeitamente na classificação dos saberes humanos e sociais como as Humanidades - diferente de ciência. A denominação *humanidades* é uma generalização das duas grandes áreas que estudam o Homem: as “ciências humanas” e as “ciências sociais”. O saber humano, propriamente dito, é o saber sobre o Homem em sua condição de indivíduo, é aquele cujo foco é o próprio *ser-que-pensa* (para empregarmos um termo fenomenológico), tal como a Psicologia ou a Filosofia. Já o saber social, ou o saber sobre o modo de vida dos variados grupamentos humanos e suas interações, é aquele cujo foco principal é o estudo dos reflexos espaço-temporais das ações do conjunto do *seres-que-pensam*, tal como a Geografia ou a Ciência da Informação.

Nossa percepção espacial é nata. Inseridos na divisão de tarefas de seu grupamento, os caçadores antigos passavam dias, semanas longe de sua tribo em busca de alimentos para os seus. No mundo antigo, sem satélites, rádio, telecomunicações, aparelhos de localização geográfica (tais como o aparelho de posicionamento geográfico, o GPS) ou mesmo uma simples bússola, como explicar o retorno desses caçadores, senão por um apurado senso nato de localização espacial? Todos nós temos “mapas” mentais, todos nós nos baseamos em aspectos da paisagem terrestre, natural ou artificial, para nos orientarmos e nos localizarmos.

Embora restrito, se comparado ao planeta, o raio de ação espacial do Homem antigo já pedia sua organização em protocomunidades. Vale dizer que a partir da descoberta do fogo e dos apetrechos instrumentais, o Homem sedentarizou-se e iniciou sua espacialização, ordenada e constante, ao longo dos sucessivos períodos históricos da humanidade. Com o decorrer do tempo, a espacialização foi-se ampliando, espraçando-se por todo o planeta e tomando novas

formas, sob a batuta do crescente conhecimento tecnológico que ampliou o domínio da Natureza, logo do espaço percebido pelo Homem.

Os grandes impérios da antigüidade expandiram-se territorialmente, pois esta era praticamente a única forma de expansão possível. O fator diferencial, aquilo que determinava qual império se sobreporia aos demais e suas chances de sobrevivência espaço-temporal, era o conhecimento, maior ou menor, que tinham do território sob seu domínio. Os Babilônicos, os Gregos, os Egípcios, os Romanos e os Mongóis, todos estes povos detinham vasto conhecimento geográfico e, em grande parte, por isso, dominaram outros povos através do controle territorial. Bem mais tarde, os ibéricos espraíram-se pelo mundo afora, para além dos limites do que hoje conhecemos por Europa. Novas terras foram incorporadas ao cotidiano do europeu, trazendo a prosperidade para uns poucos e a desgraça para muitos. A exploração predatória das regiões e dos povos colonizados baseou-se no maior domínio tecnológico europeu e em sua capacidade de dominar amplamente o território e o potencial, natural e social, nele presente e atuante.

Ora, pelo processo de desenvolvimento espacial exposto muito sinteticamente até aqui, é fácil perceber que foi através do domínio territorial e da informação sobre ele que o Homem pode desenvolver-se e alcançar o estágio atual. Mas hoje a base física já não é tão importante, pelo menos não como foi no passado. A maior ou menor importância dos fatores de progresso social, e o espaço físico é um destes fatores até os dias de hoje, foi se alterando no decorrer dos sucessivos períodos históricos. No mundo da informação, tida como fator primordial, e do conhecimento, em que vivemos, nosso território se ampliou e tornou-se mais confuso e complexo, pois se trata de uma intrincada rede fluxional de trocas - ora reais, ora ideais - dos mais variados tipos.

O espaço territorial é um produto originado da dinâmica social e a paisagem pode ser entendida como a manifestação visível desta dinâmica. A paisagem não é, deste modo, neutra como alguns querem crer: ela é função direta do espaço construído, o que vale dizer que a paisagem é permeada pelo valor e pela função que atribuímos às coisas do mundo. A paisagem influencia o comportamento humano porque nos diz alguma coisa, ou seja, é um conjunto sógnico. Uma igreja nos induz ao silêncio, tal como as ruas nas grandes cidades nos induzem à necessidade de movimento, de chegarmos a algum lugar. No mundo atual, as

infolias e as redes sociais nos levam - não o nosso corpo, mas nossas idéias - a trafegar por lugares vários; a velocidade é a tônica ideológica e a realidade já nem é mais tão “real” assim. Estamos vivendo num mundo em que cada vez mais a representação (do que quer que seja) é o elemento diferencial. *A concretude das coisas, não raro, dá lugar à sua materialização psíquica.*

O espaço-objeto de nossa pesquisa não é a base física do globo terrestre na qual pisamos. A territorialidade contemplada gera um espaço diferenciado: o espaço social do imaginário político do cidadão. É este espaço que denominamos de *Espaço Ideal* (plano das idéias político-ideológicas). Este *Espaço* não pode ser confundido com o Espaço Geográfico, pois este abrange, além do plano político-ideológico, vários outros planos, tais como o histórico, o sociológico, o cultural, o ambiental etc. Mas podemos, sim, classificá-lo como um das dimensões possíveis e apreensíveis de nosso espaço social e geográfico.

As charges não são o único ícone jornalístico, bem o sabemos: temos também os gráficos, as tabelas, os diagramas e as fotografias. Mas talvez as charges sejam os ícones jornalísticos com maior potencial de comunicação com o leitor, pois seu alcance em termos de quantidade de leitores e facilidade de acesso ao seu conteúdo é consideravelmente maior do que um gráfico. Segundo Romualdo, (63/11) “*as charges ajudam a atrair o leitor para as demais seções dos jornais, mantendo com elas forte relação intertextual*”. O leitor - o sujeito interpretante - pode ler uma charge - o objeto interpretado - e recuperar, ao menos, rudimentos de seu conteúdo crítico; o mesmo já não acontece tão facilmente ao procurarmos ler e interpretar um gráfico que verse sobre a evolução do câmbio do Nepal e sua relação com o aumento da cerveja brasileira!

Entendamos por sujeito (07/92) “*todo ser que conhece, ou seja, todo aquele que possui capacidade cognitiva para apreender o mundo, aprender com ele e reconstruí-lo mentalmente criando, assim, uma consciência crítica e representacional*”. Objeto, por seu turno, (07/192) *é tudo aquilo que é ou pode ser apreendido por um sujeito que conhece*. Uma conclusão que podemos retirar das definições aqui expostas é que um e outro, sujeito (que conhece) e objeto (que é conhecido), são categorias analíticas umbilicalmente interligadas, ou seja, que só podem ser definidas desta forma (e talvez de qualquer outra) se houver uma aglutinação mental de seus conteúdos e significados. Por ora, basta-nos lembrar

que sujeito e objeto mantêm entre si forte relação. Vale também lembrar que o termo *relação* pode ser compreendido como uma correspondência entre duas (ou mais) pessoas, duas (ou mais) grandezas ou dois (ou mais) fenômenos. A discussão levantada neste momento pareceu-nos relevante, a partir do momento em que trabalharemos com agentes informacionais diferentes, cujas funções, inseridas na dimensão política do espaço social, são também diferenciadas.

Uma relação informacional pode ser definida segundo Shannon e Weaver (A), como uma correspondência entre aqueles que nos parecem ser os cinco principais elementos do mundo da informação: um emissor da mensagem, a informação a ser transmitida, o canal de transmissão desta informação, o código que dará a forma da mensagem transmitida e o receptor da mensagem. Para os autores (A), a relação emissor-receptor não é estanque, como acreditavam estudiosos como Pierce e Saussure, mas sim uma relação dialética, na qual a *práxis* não pode ser desprezada, tal como nos mostram autores como Patrick Charaudeau e Umberto Eco. Segundo Eco, informação existe para o receptor (28), pois será neste sujeito que haverá uma alteração mental (ratificando ou retificando o saber já existente, não importa), conforme nos afirmaram Brookes (70/127-133) e Belkin (68/197;201-04). Informação é, pois, para Eco, a escolha equiprovável, dentre as várias disponíveis numa mensagem, sendo que esta última tem na retórica seu fator ideológico por excelência. Nossa intenção foi justamente analisar a recepção da retórica das mensagens chárgicas e sua influência na (re)construção da consciência crítica do leitor, carioca no nosso caso. Informação pode ser definida, também, dentre outras acepções possíveis e/ou disponíveis - e por nós assumida daqui por diante - como dados qualificados: a escolha de que nos fala Eco é justamente a qualificação que poderá transformar um dado em informação e esta, devidamente processada cognitivamente, gerará conhecimento.

Sartre costumava dizer que (58) a verdade sobre o *eu* só pode ser conhecida pelo reflexo que o *tu* deixa nesse *eu*. O *outro* é, pois, indispensável à existência de qualquer *eu*. Essa idéia remete à da intersubjetividade que pode, muito bem, remeter à idéia da interdiscursividade, que pode ser entendida como a relação entre um emissor e um receptor, intermediada pelas informações que o primeiro transmite ao segundo, ou seja, pelos discursos que, na prática, fazem com que os sujeitos se percebam como tais. O *ser-discursivo* escolhe o que transmitir, sua essência

momentânea, e enuncia seu discurso, tornando-se um *ser-enunciativo*. Noutro extremo, o *ser-interpretante* recria as informações recebidas do *ser-discursivo* fazendo surgir no mundo, tal como expôs Heidegger, sua consciência de si e, assim, recriando as informações que subsidiarão suas representações cognitivas.

Uma informação pode ser deduzida a partir de premissas externas, tais como a sensação que nos causa um quadro de Salvador Dali, mas pode também ser induzida a partir de premissas internas, como as sucessivas reflexões que realizamos ao ler um livro de Machado de Assis. A Fenomenologia nos mostra que sujeito e objeto formam um binômio, quase uma única entidade e que, dissociados, perdem seu sentido e sua totalidade (se é que podemos usar este termo para nos referir a conceitos tão complexos e dinâmicos como os acima referidos): um existe independente do outro, mas só podem ser classificados como *sujeito* e *objeto* se compuserem, ambos, (quase que) uma singularidade, pois ambos só vêm ao mundo, como tais, a partir da realidade humana, conforme já nos afirmou Sartre. Da abordagem que adotamos, permeada por idéias e categorias analíticas da fenomenologia, conseguimos retirar preciosos subsídios para o trabalho que apresentamos. É nossa contribuição para refletirmos sobre as facetas diferenciadas do processo de transmissão e de representação das informações político-ideológicas, posicionando-nos face a nós mesmos e face ao mundo para que, assim, recriemos nossas representações mentais do modo que melhor nos convier!

Não foi nosso objetivo buscar uma metodologia exata, precisa, reproduzível e previsível para todo aquele que busque, no futuro, um caminho interpretativo para as charges políticas. Longe dessa pretensão inalcançável e, no nosso entender, fora de qualquer propósito para o objetivo traçado, nossa intenção foi tentar elucidar, minimamente, o que se passa na cabeça dos leitores de jornal ao lerem e interpretarem uma charge ou ao representarem cognitivamente a informação ideológica por elas transmitida, remodelando-a à sua feição. A representação psíquica do espaço político do leitor é função direta do nível de percepção que ele desenvolve no decorrer do processo de leitura e interpretação dos fatos políticos. Não há receita de bolo, tampouco foi este nosso intuito.

2 - Espaço Social - Espaço Geográfico - Espaço Informacional - Espaço das Idéias Políticas: uma construção escalar

Num mundo em acelerado processo de globalização/fragmentação, com forte tendência para o caos social, num mundo no qual os conceitos de fronteira e de Estado-Nação andam confusos, quando não em obsolescência, o pensamento e a prática dos estudiosos das variadas dimensões espaciais devem, necessariamente, se voltar (não só, mas também) para um conceito espacial bem mais polissêmico e complexo do que, por exemplo, o da tradicional paisagem geográfica: o Espaço Informacional, trabalhado na Ciência da Informação por autores como Maria Nélida G. Gomez e mesmo fora dela, tal como Pierre Bourdieu, no campo sociológico. Não que a paisagem geográfica tenha sido extinta, mas ela mudou, tal como mudamos os Homens e, por isso, devemos ampliar nossa compreensão sobre ela, considerando novas dimensões espaciais.

Os Estados Nacionais, tão caros às sociedades industriais, desde pelo menos meados do século XVIII, perderam muito de seu poder perante a hegemonia das redes mundiais - notadamente a financeira e a de informação. O fluxo frenético do mercado financeiro e as comunicações 24 horas por dia e em questão de segundos, ou seja, em tempo real (como alguns costumam chamar), estão desestruturando boa parte do arcabouço institucional construído pela humanidade até os dias atuais.

A obsolescência do modo de (re)produção e circulação das idéias da sociedade industrial torna-se visivelmente cristalina quando confrontada com o mundo contemporâneo. O *Espaço Informacional* surge do embate entre *sociedade industrial versus sociedade informacional*. Um embate que nos impõe uma nova abordagem analítica e epistemológica para entendermos nosso espaço. O espaço social de todos e de cada um é função, em grande parte, da maior ou menor

capacidade individual e coletiva de “manipular” e processar adequadamente as informações que nos chegam diariamente.

Já se tornou quase que um lugar comum no meio acadêmico geográfico a idéia de que o espaço pode ser entendido como uma realidade objetiva, pois é um produto social em constante metamorfose que, mesmo não podendo ser palpável concretamente, é no mínimo percebido sensivelmente. O espaço social é, no dizer de vários estudiosos, um produto histórico das atividades humanas e a tradicional “paisagem geográfica” é o resultado do acúmulo histórico do uso das técnicas humanas, refletidas na superfície terrestre, o que gera nossa percepção de territorialidade. O espaço geográfico pode, então, ser definido, grosso modo, como o resultado da ação humana no meio físico, transformando-o para nosso próprio benefício; é o lugar de mediação das relações sociais, um instrumentalizador da História. O espaço social, que engloba o espaço geográfico, é historicamente construído e geograficamente posicionado (embora nem sempre esteja perceptível e/ou seja entendido em sua plenitude, mesmo por seus estudiosos).

Surge, desse modo, uma nova territorialidade, uma nova organização espacial, em que o espaço está subordinado não mais, ou não só, as lógicas da Natureza, a base física propriamente dita, mas sim e, cada vez mais, à lógica social e suas atividades. A troca de informação e de conhecimento são duas das principais mercadorias da sociedade contemporânea, da sociedade informacional, ainda que seu modo de produção social seja, também, fabril. Vende-se, hoje, tecnologia, ou seja, o conhecimento materializado, para além dos produtos. O que prova que a sociedade industrial não desapareceu, mas justaposta a ela podemos encontrar, já há algum tempo, um novo tipo de organização social, que bem podemos chamar de sociedade informacional.

A cartografia deste espaço informacional não pode ser, de modo algum, a mesma do espaço trabalhado, historicamente, por saberes como a Geografia, a Sociologia e a Arquitetura. Vale lembrar que mapas são representações seletivas da realidade e que, como tais, possuem um caráter predominantemente ideológico, como nos mostrou o historiador britânico *Jeremy Black* (no seu livro *Maps and Politics*, 1998). Ocorre que o espaço informacional, e aqui está sua peculiaridade, é bem mais subjetivo do que o espaço físico. Este último é mais concreto, e o primeiro é mais escorregadio, instável, virtual e, por isso mesmo, mais difícil de passar por

um tratamento cartográfico. No mundo quantitativo da informação em que estamos vivendo, *cada vez mais se é menos, e se parece mais ser; cada vez mais se sabe mais coisas, mas também se sabe menos sobre elas.*

O monopólio sobre o sistema informacional e sobre o saber sempre foi um diferencial entre dominantes e dominados, como mostra o exemplo seguinte (86/36-45): Jerusalém, que havia sido conquistada na Primeira Cruzada em 1098, foi novamente cercada pelos árabes em 1116. Para dar continuidade à luta pela Terra Santa, a resposta dos cristãos ocidentais foi a fundação da *Ordem dos Cavaleiros Pobres de Cristo*, renomeada em 1119, como *Ordem dos Cavaleiros do Templo* - a *Ordem dos Templários*. Seus membros eram monges-guerreiros, suas normas eram secretas e só o papa e o comandante-em-chefe (o grão-mestre) é que conheciam todas elas; os templários eram desobrigados de obedecer aos reis e conquistaram prestígio, poder e riquezas. Foram os pioneiros nos conceitos de agilização administrativa e instituíram os primeiros bancos europeus. Mas o poder da *Ordem* começou a ameaçar a nobreza e, por isso, os *Cavaleiros* foram duramente perseguidos até que só lhes restasse um único país para se refugiarem: Portugal.

A Coroa portuguesa nomeou a *Ordem* como administradora de seus bens, preservando, assim, muito do poder outrora conquistado pelos templários. As cruzadas continuaram sob a égide dos cavaleiros do templo e, por terem o monopólio do conhecimento das rotas e o acesso às tecnologias de navegação, comandaram a expansão marítima lusitana para o novo mundo. Só com a continuidade das grandes navegações é que os templários foram perdendo, pouco a pouco, o monopólio sobre as informações e sobre o saber náutico.

O exemplo acima serve-nos como demonstrativo do poder que o monopólio da informação, notadamente, a informação territorial e política, sempre exerceu na História da humanidade. Hoje não é muito diferente, muito pelo contrário, o processo de manipulação do fluxo de informação até se acirrou. E para que não percamos de vista o tema desta dissertação, as charges têm um grande potencial como instrumento de democratização da informação sócio-política que é, afinal, a informação que circula pelo espaço em que exercitamos nosso modo de organizar a vida societária: o espaço político. Entendemos por democratização da informação, o processo que deverá (conseguiremos?) garantir que a sociedade como um todo, especialmente a organizada, terá como gerar e gerenciar a quantidade estupenda

de informação que fazemos circular todos os dias. Essa democratização só se efetivará se cada membro da sociedade tiver condições mínimas de “manipular” corretamente o fluxo informacional e as redes sociais dele decorrentes, transformando a quantidade em qualidade informacional. Tal processo, se levado a cabo, poderá redundar no desenvolvimento de uma massa crítica de cidadãos realmente conscientes de seu espaço de poder e como eles poderão nele atuar para seu próprio benefício. Por exemplo, segundo Gomez (Y),

as mudanças do sistema de produção e comercialização, assim como da Administração, expressar-se-iam na institucionalização de novos circuitos de comunicação organizada (circuitos privados de comunicação empresarial e financeira, Boletins e correios de Bolsas etc.).

E, devido a essas mudanças produtivas, para a autora (Z),

quando os novos centros de poder dispõe já do domínio de canais e aparelhos coletivos e privados de circulação de informação (jornais, sistemas de ensino e correio) os elementos excluídos da classe trabalhadora procuravam refuncionalizar as redes de comunicação para colocá-las ao serviço de sua estratégia de agregação.

A informação se realiza por completo, parece-nos, quando o leitor/usuário tem condições de manipular/interpretar adequadamente os suportes continentais de informação, extraindo deles a informação potencial desejada, transformando-a em informação latente. Ou não é verdade que para um analfabeto tanto faz um livro estar escrito em português ou em javanês, ou se versa sobre futebol ou sobre o efeito das lentes gravitacionais de Einstein? Para este “receptor” - se é que podemos chamar de receptor um destinatário que não consegue decodificar/qualificar a mensagem transmitida pelo emissor - não há informação alguma neste ou em qualquer outro suporte que dependa do código lingüístico de leitura. O fluxo de informação articula e integra a produção social contemporânea e (re)cria o espaço cidadão ou, usando uma outra terminologia, talvez pudéssemos chamar tal espaço de *Espaço das Idéias Políticas* ou *Espaço Ideal* ou, ainda que forçando um pouco o conceito, um *Espaço Ideal Geográfico* - que não pode ser confundido com o *Espaço Informacional*, pois seria, na perspectiva aqui adotada, apenas uma de suas dimensões (uma outra pode ser, por exemplo, o ciberespaço).

Simon Nora e Alain Minc criaram o conceito de (22/19) “*Ágora Informacional*”, lembrando a antiga *Ágora Grega*, o espaço democrático onde os cidadãos gregos (os homens livres, uma minoria, bem entendido) exerciam a cidadania em acaloradas discussões públicas sobre os temas citadinos. Tal conceito seguiu a mesma linha de raciocínio da *Teoria do Rádio*, de Bertold Brecht. Brecht idealizou um mundo no qual o rádio entraria em cada lar e democratizaria as informações sociais através da democratização da informação - de modo interativo, o que mais parece um certa premonição do que hoje observamos com o advento da *internet*, mas ainda muito restrito para os incluídos no sistema, que crescem, mas não na mesma proporção do aumento populacional e, por isso, o processo de afunilamento não cessa. Este ideal de democratização das informações sociais ainda está muito longe de ser atingido, mas deve ser exaustivamente perseguido. A verdadeira consciência cidadã - se é que ela realmente existe como uma entidade, autônoma ou condicionada por fatores extra-sujeitos, não importa - só tomará corpo, assim pensamos, a partir do momento em que cada pessoa perceber o que pregavam, há tempos atrás, P.J. Proudhon e J.J. Rousseau: que a verdadeira liberdade é a interação da liberdade do indivíduo com a liberdade da sociedade, sem que uma se sobreponha à outra.

Como atestam vários estudiosos, dentre eles Gomez, o processo de democratização começou na Grécia Antiga, onde podemos encontrar (X)

uma experiência diferenciadora do público e do privado. (...) A vida política (a vida de quem é membro de uma *polis*) acontece em todos os contextos e ocasiões onde se discute e se decide sobre as coisas de interesse comum (...) O que constitui a publicidade (...) a “democracia” teria também sua formulação ativa e substantiva (...) trata-se, de fato, de uma mudança da comunicação sócio-política que resulta de uma mudança nos princípios de participação no poder. Na *polis* aristocrática, o nascimento legitimava a posição dos agentes políticos e seus modos de agir. Na nova ordem (“democrática”), pretendia-se o exercício coletivo da vontade política através de instituições neutras às prerrogativas do sangue, da riqueza, e a toda outra demanda de hierarquia e privilégio.

A democratização da informação veio, pois então, para tentar retirar o caráter elitista e aristocrático dos mecanismos de poder e tentar distribuí-los, por mínimo que fosse (e por mínimo que ainda seja) pelas classes menos favorecidas pela genética. Por isso Gomez afirmou que (Q)

o projeto do Estado-jurídico moderno e sua idealização liberal-burguesa, pareceria ter algo em comum com a experiência grega da *polis*, talvez aquilo que os caracteriza como formações políticas ocidentais. Tratar-se-ia, pensamos, da produção de um espaço social comunicativo onde o jogo do poder tem a forma de um jogo institucional mediado pelo agir comunicativo e onde seriam decididas as formas legítimas e consensuais de definição do coletivo.

Mas o que é esse “espaço social comunicativo”, de que nos falou Gomez e que, para a autora ampliou a “base social do poder”, da *retor*, entendida como o discurso coletivo, ou seja, da retórica (M)? Terá ele alguma coisa a ver com os discursos que produzimos, ou seja, com o sentido que empregamos aos nossos enunciados, que traduzem nossas idéias, e com nossas práticas sociais?

O espaço tem sido definido de várias maneiras. No meio geográfico, por exemplo, uma das definições clássicas nos é trazida por Santos & Souza. Dizem os autores que o espaço geográfico tradicional é (57/19) “*uma confecção de mapas que se preocupam em localizar os pontos principais da superfície terrestre e de precisar os limites e as formas dos continentes*”. É esse espaço (57/4304) “*um lugar altamente hierarquizado pela dose de qualificações e de poder que ele detém*”. Por outro lado (57/8),

tempo é um fenômeno antigo, inacessível e por isso mesmo misterioso e envolvente. Mas o espaço pode ser dominado no presente, pois basta se deslocar para contemplar um lugar desejado. O tempo perdido é sempre perdido: reviver pela memória não é viver. Ao contrário, é muito mais fácil reencontrar um lugar familiar.

Este, digamos, “*Para-espaço Geográfico*”, que ao longo da dissertação chamamos de *Espaço Ideal* não possui pontos localizáveis na superfície terrestre, mas pode ser revisitado a qualquer tempo, pois, na sociedade contemporânea, o tempo, ao menos o da comunicação, é cada vez mais reduzido, dada a intensidade das trocas informacionais.

A definição acima, de Santos & Souza, é uma boa definição de espaço geográfico, mas, como os próprios autores admitem, é também -como toda definição o é - um tanto incompleta. As infovias também compõem o espaço social contemporâneo, mas não possuem “pontos localizáveis na superfície terrestre”. Por outro lado, e isso nos interessa diretamente, nosso espaço social não se limita

apenas às dimensões mais perceptíveis, tais como o solo em que pisamos; ele possui também dimensões mais fluidas e abstratas, mas nem por isso menos importantes e/ou perceptíveis; dimensões como a informacional onde, segundo Negri (82),

a intrincada rede fluxional de trocas de todos os tipos e matizes é característica da sociedade pós-fordista-taylorista, que transformou radicalmente a natureza do trabalho (...) A produção da mais-valia é, hoje, imaterial, tendo em vista o trabalho predominantemente intelectual da contemporaneidade produtiva (...) O espaço do excedente produtivo já não é mais a fábrica, mas sim o conjunto de redes sociais. A produção desterritorializou-se.

Notemos, contudo, que Negri trabalha com a concepção tradicional de território como mera porção física do globo terrestre. Abordagem apenas parcial, já que o território, é, não apenas, a base física, mas sim e sobretudo a porção apropriada pelo Homem, que a transformou para uso e proveito próprio. Daí afirmarmos que o *Espaço Ideal* contemplado nesta dissertação é também, no mínimo, uma das dimensões do *Espaço Geográfico* e, por conseguinte, um de nossos territórios possíveis: um nosso *Espaço Ideal Geográfico*.

O Homem perde o contato com a Natureza ou, na concepção de Hill, o Homem se desnaturaliza em oposição à Natureza, enquanto ela se desumaniza, e a razão estética, para aquele autor, foi substituída, há muito, pela razão técnica (76a/41). Segundo Hill (76a/41) “o Homem moderno se automatiza. É o reino do *Homo faber*, sob a glória da tecnologia”. O que reforça a idéia de Negri, ao menos no que tange a questão da “mais-valia imaterial”, pois, o que conta numa sociedade cujas disputas espaciais de poder situam-se no campo dos fluxos informacionais é mais o *saber-fazer* do que o *fazer-em-si*.

O *saber-fazer* envolve bem mais do que um mero conhecer a superficialidade das coisas, envolve conhecê-las mais a fundo, tal como nos mostrou Sodré ao dizer que (85/71)

as tecnologias da informação, geradoras de uma ideologia da comunicação universal, adequam-se bem à fase em que os mercados financeiros constituem o principal modelo de funcionamento da vida social: velocidade, probabilidade e instabilidade ou caos tornam-se parâmetros de aferição do ‘mundo da vida’. Entende-se o porquê da

velocidade: é preciso integrar em todas as dimensões os centros mundiais de decisão financeira, desbloquear a circulação instantânea dos capitais e acelerar as informações (...) À escala global difunde-se esta incerteza num contexto plurimonetário em que nenhum dinheiro ocupa o 'centro' (...) Essa financeirização veloz e instável da riqueza que, desterritorializa espaços e mercados nacionais em favor de espaço e mercado mundiais, sob o controle de empresas multinacionais, é a face verdadeira da presente globalização.

Retomando as idéias de Santos & Souza, os autores estabelecem uma diferenciação entre espaço social objetivo e espaço social subjetivo. O primeiro é (57/70) *“a estrutura social em que vivem os grupos: grupos cuja estrutura e organização social foram condicionados por fatores ecológicos e culturais”*. Já o segundo é (57/80) *“o espaço tal como o percebem os membros do grupo”*. Podemos, pois, concluir que o espaço pode ser encarado como uma representação de nossa realidade. E se o espaço geográfico pode ser definido, conforme mostraram Santos & Souza (57/6) *“como condição de ocorrência de fenômenos”*, nosso *Espaço Ideal* é também ele um espaço social subjetivo e geográfico. Afinal, o *Espaço Ideal* ora definido é uma representação da nossa realidade, assim como a percebemos; e é também condição de ocorrência de vários dos fenômenos coletivos (e individuais) hoje observados; é, por fim, um espaço onde as manifestações coletivas - logo, manifestações políticas - podem se materializar através das relações subjetivas nele presentes e atuantes. Por conseguinte, o nosso *Espaço Ideal* pode, sem nenhum problema, ao menos na abordagem que estamos aqui empregando, ser entendido como um sinônimo de *Espaço Político* ou, ao menos, como *Espaço das Idéias Políticas*.

O espaço da representação, segundo Bettanini, é o espaço que (14/97)

ilustra os universais simbólicos: os valores, isto é, a estrutura de referência sobre a qual se fundamenta a ordem institucional (...) O espaço de representação é, portanto, o produto do código geral da cultura administrada pela ordem institucional. Como elemento de legitimação, o espaço de representação produz novos significados - em relação àqueles já atribuídos - aos processos institucionais, promove a integração.

Ou seja, no dizer do próprio autor (14/99) *“o espaço de representação, próprio da sociedade no status nascenti, é portanto reapropriação”*. Quando apreendemos mentalmente uma coisa, a reconstruímos num contínuo processo de

apropriação/devolução/reapropriação cognitiva dessa coisa – ou seja, num processo de apreensão mental do mundo. Esta apropriação/devolução/reapropriação é criada por nós mesmos para que possamos “manipular” os fatos da cotidianidade e é essa “manipulação” que nos garante a legitimação de nossas instituições sociais. A leitura e interpretação das charges políticas atua justamente neste campo das “manipulações mentais” e contribui para a percepção que temos de nosso espaço político, o que será discutido de modo mais detalhado ao longo desta dissertação.

A espacialização das sociedades, bem como a percepção e a organização de seu espaço, foi diferenciada ao longo da História. Para Soja, (59/101),

o espaço em si pode ser primordialmente dado, mas a organização e o sentido do espaço são produto da translação, da transformação e da experiência sociais (...) O espaço socialmente produzido é uma estrutura criada, comparável a outras construções sociais resultantes da transformação de determinadas condições inerentes ao estar vivo, exatamente da mesma maneira que a história humana representa uma transformação social do tempo. Seguindo uma linha semelhante, Lefebvre estabelece uma distinção entre a Natureza como um contexto ingenuamente dado e aquilo se pode denominar de ‘segunda natureza’, a espacialidade transformada e socialmente concretizada que emerge da aplicação do trabalho humano deliberado.

Vale lembrar que esta “segunda natureza” é um conceito marxista, aplicado a todo local no qual houve a ação humana transformando a natureza primitiva. Bem poderíamos dizer, pois, que a “segunda natureza” é o espaço vivido e criado pelas atividades produtivas humanas.

Como espaço socialmente produzido, Soja afirma que (59/147)

a espacialidade pode ser distinguida do espaço físico da natureza material e do espaço mental da cognição e da representação, cada um dos quais é usado na construção social da espacialidade.

É o próprio Soja quem nos dá o arremate à idéia de espacialidade ao afirmar que ela (59/148)

despedaça o dualismo tradicional e obriga a uma grande reinterpretação da materialidade do espaço, do tempo e do ser, do nexos construtivo da teoria social (...) Em seus contextos interpretativos apropriados, tanto o espaço material da natureza física quanto o espaço ideativo da natureza humana têm que ser vistos como

socialmente produzidos e reproduzidos (...) No contexto da sociedade, a natureza, como a espacialidade, é socialmente produzida e reproduzida, apesar de sua aparência de objetividade e separação. O espaço da natureza, portanto, está repleto de política e ideologia, de relações de produção e da possibilidade de ser significativamente transformado.

Falar em espaço, no mundo de hoje é, necessariamente, trabalhar com uma escalaridade planetária, o que muitos denominam genericamente (o que não quer dizer que entendam sua própria designação) de processo de globalização. Santos afirmou que (56/48) *“como qualquer totalidade, a globalização só se exprime por meio de suas funcionalizações. Uma delas é o espaço geográfico”*. Sendo que, no entender daquele autor, este espaço mundial de que fala poderia ser definido como (56/49) *“o conjunto indissociável de sistemas de objetos, naturais ou fabricados e de sistemas de ações, deliberadas ou não. A cada época, novos objetos e novas ações vêm juntar-se às outras, modificando o todo, tanto formal quanto substancialmente”*.

Tal processo, para Santos, levou a uma (56/49) *“instantaneidade da informação globalizada”*, que aproxima os lugares, o que (56/49) *“torna possível uma tomada de conhecimento imediata de acontecimentos simultâneos e cria entre lugares e acontecimentos uma relação unitária na escala do mundo”*. Assim, continua Santos (56/53),

considerado um todo, o espaço é o teatro de fluxos com diferentes níveis, intensidades e orientações. Há fluxos hegemônicos e fluxos hegemonzados, fluxos mais rápidos e eficazes e fluxos mais lentos. O espaço global é formado de todos os objetos e fluxos. A escala dos fluxos materiais e imateriais é tanto mais elevada quanto seus objetos dão prova de maior inovação (...) Nesse sentido, o espaço global seria formado de redes desiguais que, emaranhadas em diferentes escalas e níveis, se sobrepõem e são prolongadas por outras de características diferentes.

Santos mostrou-nos, ainda, a questão crucial, em termos escalares, das verticalidades e das horizontalidades espaciais (56/54): *“a importância do movimento e o relativo desaparecimento das distâncias (para os condutores dos fluxos dominantes) permitiram a alguns acreditar na homogeneização do espaço”*. Mas não é isso o que acontece na realidade, o espaço é cada vez mais diversificado e heterogêneo, porque tem recebido cada vez mais qualificação em função de seus fluxos e técnicas basilares. E é exatamente essa qualificação a progenitora das

verticalidades e horizontalidades. As horizontalidades são, nas palavras do autor (56/54),

o alicerce de todos os cotidianos (indivíduos, coletividade, firmas, instituições) (...) São cimentadas pela similitude das ações (atividades agrícolas modernas, certas atividades urbanas) ou por sua associação e complementaridade (vida urbana, relações campo-cidade).

Já as verticalidades são, para Santos, agrupamentos de (56/54)

Áreas ou pontos, ao serviço de atores hegemônicos não raro distantes. São os vetores da integração hierárquica regulada, doravante necessária em todos os lugares da produção globalizada e controlada à distância. A dissociação geográfica entre produção, controle e consumo ocasiona a separação entre a escala da ação e a do ator.

E o que é esse espaço globalizado criador das “funcionalizações” de que nos falou Santos? A globalização é geralmente associada aos fluxos financeiros e informacionais, mas não pode ser reduzida somente a esses dois fenômenos. Para Vieira, a globalização descreve também (61/72-3)

fenômenos da esfera social, como a criação e expansão de instituições supranacionais, a universalização de padrões culturais e o equacionamento de questões concernentes à totalidade do planeta.

Mas essa globalização não é uniforme em todos os lugares, os seus efeitos são condicionados por características locais e a percepção das pessoas sobre esses fenômenos globais é também diferenciada, não só em termos individuais, com também em termos da historicidade humana, cuja apreensão de mundo é eminentemente cultural. O binômio globalização/fragmentação levou estudiosos como Souza Santos a estabelecer uma diferenciação entre *localismo globalizado* e *globalismo localizado*. Para o professor, (61/73 [apud SANTOS, Boaventura de Souza]),

o primeiro se refere à globalização bem sucedida de um fenômeno local, como, por exemplo, (...) o fast food americano (...) Já o globalismo localizado diz respeito ao impacto específico de práticas transnacionais sobre condições locais que desestruturaram ou se reestruturaram para atender aos imperativos transnacionais. São

exemplos os enclaves de livre comércio e o desmatamento e destruição de recursos naturais para pagar a dívida externa.

Já no que toca a percepção desse processo pelos sujeitos afetados, direta ou indiretamente por ele, ela se dá de diversas formas. Uma delas é a forma pela qual compreendemos e apreendemos os fatos sociais e políticos que nos cercam como, por exemplo, a representação mental desses fatos através de sua leitura crítica para o que, a leitura e interpretação de elementos informacionais como as charges políticas, se mostram um poderoso aliado. A formação de uma consciência cidadã crítica deve-se, em boa medida, a instrumentos informacionais bem desenvolvidos e eficazes, e o quanto mais dotados de informatividade melhor. O professor Leonardo Boff disse certa vez, com muita propriedade, que devemos pensar no universal, mas agir em termos locais.

Não devemos pensar o lugar sem o mundo. Para Santos, (56/89-90)

o mundo é a natureza e é a história que dá significação à sociedade humana. A natureza é um dado permanente, que se modifica à medida que avançamos no seu conhecimento. A história é o hoje de cada atualidade, que nos fornece os conceitos, da mesma forma que a natureza, natural ou artificial, nos dá as categorias.

Dando continuidade ao raciocínio acima, Santos tenta completar a sua conceituação de espaço contemporâneo, afirmando que (56/100-2)

o espaço se redefine como um conjunto indissociável no qual os sistemas de objetos são cada vez mais artificiais e os sistemas de ações são, cada vez mais, tendentes a fins estranhos ao lugar. Em outras palavras, de um ponto de vista do lugar e seus habitantes, a remodelação espacial se constrói a partir de uma vontade distante e estranha, mas que se impõe à conscienciados que vão praticar essa vontade (...) Os objetos já não trabalham sem o comando da informação, mas, além disso, passam a ser, sobretudo, informação. Uma informação especializada, específica e duplamente exigida: informação para os objetos, informação nos objetos. Isso redefine inteiramente o sistema espacial, na medida em que uma informação concebida cientificamente para mover objetos criados deliberadamente com intenção mercantil, através de um sistema de ações subordinado a uma mais-valia mundial, possibilita a criação de uma enorme cópia de fluxos, extremamente diversos uns dos outros, tornando o espaço mais complexo.

É nesta complexidade fluxional que se travam vários dos conflitos espaciais de poder das sociedades contemporâneas.

Os fatos sociais ocorrem, como é óbvio, no espaço social que, no entender de Bourdieu, pode ser definido como a representação do mundo social (15/133-4)

Em forma de um espaço (a várias dimensões) construído na base de princípios de diferenciação ou distribuição constituídos pelo conjunto das propriedades que atuam no universo social considerado (...) Os agentes e grupos de agentes são assim definidos pelas posições relativas neste espaço (...) Na medida em que as propriedades tidas em consideração para se construir este espaço são propriedades atuantes, ele pode ser descrito também como um campo de forças.

O “campo de forças” descrito por Bourdieu gesta uma série de movimentos sociais. Afinal, a condição básica para a existência de um campo de forças quaisquer é que haja forças atuando num determinado espaço, esteja este campo em equilíbrio ou não. No caso desta dissertação, nosso “campo de forças” é o conjunto de forças essenciais atuando no campo político, ou mais propriamente, no campo das idéias políticas. Para Vieira, o mundo atual é caracterizado como o “*período do capitalismo da informação*” que “*reside cada vez menos em um cenário territorial unificado*” (61/133). Ou seja, é no fracionamento/virtualização de nosso território que residem nossas lutas sócio-políticas atuais. Ou ainda, como afirmou Milton Santos, tais lutas ocorrem, em boa medida, no moderno meio técnico-científico informacional.

O campo social de Bourdieu parece ser o mesmo lugar onde, segundo Vieira, (61/114),
as relações sociais em cada localidade sofrem crescentemente, mesmo que de modo diverso, o impacto de eventos e processos distantes (...)
A crescente hegemonia global do tempo (...) aumenta a necessidade de democratização do lugar e do tempo.

O que vale afirmar, no caso de nossa dissertação, que o mundo da informação requer a qualificação pessoal de cada sujeito social, individual ou coletivo, no que toca às representações espaciais e sócio-políticas que ele realiza ao perceber seu espaço e suas várias dimensões - notadamente a política - e ao perceber-se como sujeito atuante neste espaço sócio-político ou, como o definimos aqui, no *Espaço Ideal*.

Os movimentos sociais, uma vez inseridos no que Vieira chamou de “*capitalismo de informação global*”, teriam mais chances de sobreviver do que no “*capitalismo industrial nacionalizado*” (61/115). Assim, completa Vieira, esse novos movimentos de “*solidariedade global*” são, em grande parte, “*internacionalismos de comunicação*” (61/115).

Podemos começar a tentar entender espaço político - uma das dimensões, tanto do espaço geográfico quanto do social - a partir de acepções como a de D’Alimonte que o definiu como sendo (02/392)

a área de conflito que constitui a base da relação entre eleitores e partidos, num dado sistema político e num certo momento histórico. Todo sistema político é caracterizado por um certo número de conflitos (...) A conformação destes conflitos representa a área do Espaço Político.

Contudo, ao restringir o espaço político ao campo partidário-eleitoral, D’Alimonte acerta apenas parcialmente. Isto porque o espaço político é bem mais amplo e complexo do que simples disputas pela hegemonia partidária numa sociedade; ele envolve também as relações e ações de todos os seus agentes, inclusive os não-partidários.

A título de exemplificação do que pode ser uma atuação/ocupação de um espaço político por parte de seus agentes, citaremos aqui apenas dois exemplos, tanto no campo, como quer D’Alimonte, político-partidário, como no campo de um movimento social como mostrou Vieira, que é, pelo menos a princípio, não-partidário. O primeiro exemplo situa-se no espectro *à direita*, e o segundo no espectro *à esquerda*, se tomarmos por verdadeiro este maniqueísmo clássico da divisão do espectro político-ideológico das sociedades, e retomado, ainda que sob novas bases teóricas, por Norberto Bóbio em seu *Destra e Sinistra*.

Em maio de 1998, o Presidente da República viajou para a Europa, bem como o Vice-Presidente e o Presidente da Câmara dos Deputados. Por conseguinte, a interinidade (por uma semana) coube ao quarto nome na sucessão brasileira, ao Presidente do Senado e do Congresso Nacional. Este quebrou o protocolo em algumas ocasiões: enfrentou um protesto contra o governo federal, reprimido pela Polícia Militar; mandou sustar uma lei já pronta para a publicação no Diário Oficial; editou uma Medida Provisória e recebeu em audiência dois governadores, oito

ministros e trinta e seis parlamentares (78/Caderno Principal, 24/5/98, p.4). Ou seja, assumiu, de fato, a Presidência da República, ocupando todos os espaços disponíveis.

O segundo exemplo, à esquerda, diz respeito à atuação do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST). O MST, segundo a reportagem, deixou de ser um movimento de camponeses pela reforma agrária, para ser um instrumento político de que dispunham as esquerdas nacionais para sua luta. Falando ao jornal, o geógrafo Bernardo M. Fernandes, da UNESP, disse que (78/ Caderno Principal, 17/15/98, p.5) *“O MST ocupa os vazios deixados pelo Estado. É difícil prever seu futuro, mas posso garantir que não vai virar um partido político porque senão acabaria”*. O que o professor nos adverte é do risco que corre o MST - ou qualquer outro movimento social, ao alargar demais suas bandeiras de luta: perder seu referencial como movimento social legítimo e, ao se afastar de suas bases, perder, por conseguinte, o apoio político - ou, em outras palavras, perder espaço político. Algumas pesquisas já apontavam para este fato, o que vale dizer que as pessoas começavam a questionar as intenções do MST, a partir da percepção que foram tendo no decorrer de suas ações.

O espaço territorial é um produto originado da dinâmica social e a paisagem pode ser entendida como a manifestação visível desta dinâmica. A paisagem não é, deste modo, neutra como alguns querem crer: ela é função direta do espaço construído, ou seja, a paisagem é permeada pelo valor e pela função que atribuímos às coisas do mundo. A paisagem influencia o comportamento humano porque é altamente sógnica, porque nos diz alguma coisa que nos é familiar: uma igreja nos induz ao silêncio, do mesmo modo como as avenidas nas grandes cidades nos induzem a correr para chegarmos a algum lugar.

Retornando às idéias de Bourdieu, podemos afirmar que o campo social é (15/139) *“um espaço multidimensional de posições tal que qualquer posição atual pode ser definida em função de um sistema multidimensional de coordenadas”*. As dimensões espaciais da modernidade são múltiplas, como afirmaram Santos & Souza, Vieira e Bourdieu. Mas, vale novamente ressaltar, nossos espaços não se limitam apenas às dimensões mais perceptíveis, tais como o solo ou as bacias hidrográficas. O espaço humano moderno é multifacetado, virtualizado, abstrato,

mas nem por isso menos importante. O espaço social moderno é, por assim dizer, também o resultado de nossas construções informacionais.

A apreensão do tempo nas sociedades tribais, por exemplo, difere enormemente da apreensão do tempo nas sociedades industriais. O tempo fabril é um tempo mecânico, um tempo criado e controlado pelos donos dos meios de produção para poderem controlar a (re)produção do capital. Já o tempo tribal é um tempo biológico, mais natural, mais humano. O tempo somos nós que fazemos. Essas diferentes compreensões acerca do tempo engendraram as mais diversas representações e organizações espaciais ao longo da História. É óbvio, a organização do espaço feudal era substancialmente diferente da organização do espaço dos Estados Nacionais burgueses.

Kant já nos advertiu que os conceitos de espaço e tempo dizem respeito à nossa relação com a Natureza e não à Natureza em si. Para Kant, não teríamos como descrever a Natureza sem fazer uso desses conceitos. Mas Kant também entendia tempo e espaço como categorias *a priori* de nossa capacidade de pensar e perceber o mundo. São, pois, para Kant, conceitos abstratos e a-históricos.

A rapidez dos fluxos informacionais está alterando e encolhendo o binômio espaço-tempo e esse processo tem sido muito influenciado pelo crescente uso da informação e da tecnologia, permeando todo o tecido social. O mundo em vivemos é cada vez mais o mundo das redes e dos fluxos, um mundo no qual a velocidade se tornou um dos principais fatores ideológicos de transformação social. Este mundo da comunicação em tempo (dito) real está alterando profundamente as noções de tempo e de espaço. Segundo Pizza Júnior (81/5),

o substantivo 'tempo' provém do latim tempus (...) Pode-se definir tempo como o intervalo entre dois momentos (...) Dessa forma, a importância do que tenha ocorrido entre eles é o que verdadeiramente define o tempo, que assim se vê fracionado. Ora, a noção de continuidade, de impossibilidade de divisão, é justamente o que, em princípio, melhor caracteriza a noção de tempo, a tal ponto que já se disse que o que chamamos de presente não existe: o presente não pode ser apreendido, porque o que vai suceder é futuro, o que já aconteceu é passado, e esse instante entre futuro e passado está sendo vivido mas não é capturado, ou, recorrendo a Platão: 'essa coisa de natureza inapreensível, o instante, se encontra situada entre o movimento e o repouso, sem estar em nenhum tempo, sendo que a transição converge para ele e dele parte, da coisa em repouso para o

movimento e do movimento para o repouso' (...) O conceito de tempo determina o uso social e individual do mesmo.

Ora, o que temos aqui é uma forma muito clara de como podemos encarar este conceito chamado tempo: a forma pela qual o percebemos. Para Carl Jung, o tempo é uma percepção psicológica, ou seja, é oriundo da alma humana. Pizza Júnior, conclui a idéia afirmando que (81/7)

o tempo é a percepção que se tem dele, a qual, em grande parte, é ditada por imperativos de ordem social. Vemos, assim, que há dois níveis de percepção do tempo: um individual, restrito a experiências e projetos pessoais, e outro de origem externa, derivado de práticas e realidades representativas de um determinado contexto social. Naturalmente, essas percepções podem variar de uma sociedade para outra e até no interior da mesma sociedade, mas os padrões gerais sempre decorrem da cultura e da sociedade.

A temporalidade é, pela perspectiva por nós assumida nesta dissertação, um percepção psicológica, tal como nos mostraram Jung e Pizza Júnior. Assim, dentro da visão fenomenológica que se constitui na linha mestra deste trabalho, Sartre mostrou que (X) o *ser presente* fundamenta o *ser passado*, que ele é sem possibilidade de não sê-lo. O *ser futuro*, por sua vez, é corroído pelas infinitas possibilidades do *ser presente* constituir-se no que quiser. Assim, o *ser futuro* é uma tendência de ser, em que o *ser presente* aponta, em suas transcendências, o que poderá ou não vir a sê-lo. A separação do *ser presente* de seu futuro é, pois, no dizer de Sartre (X), o nada que ele é, sendo que este ser (X) "*é livre e sua liberdade é o próprio limite de si mesmo (...) Assim, o Futuro não tem ser enquanto Futuro (...) O Futuro não é, o Futuro se possibilita*". Para Sartre, a temporalidade é tida como uma sucessão de eventos que (Y) "*pode ser definida como uma ordem cujo princípio ordenador é a relação antes-depois*", que é, no entender do autor, irreversível.

Segundo Sartre (Z),

é certo que o tempo me separa, por exemplo, da realização de meus desejos. Se estou obrigado a esperar sua realização, é porque esta acha-se situada depois de outros acontecimentos. Sem a sucessão dos 'depois', eu seria imediatamente o que quero ser, não haveria distância entre mim e mim mesmo, nem separação entre a ação e o sonho (...) O tempo me separa de mim mesmo, daquilo que fui, do que quero ser, do que quero fazer, das coisas e do outro.

Ou seja, partindo de Sartre, o tempo é, simultaneamente, uma medida de distância e de aproximação. Assim, precisamente pela relação *antes-depois*, a realidade humana cria (P) uma “*unidade de fragmentação, um átomo temporal, o instante (...) indivisível e intemporal*”. No entender do autor, (P) se há um movimento do ponto A para o ponto B, se ambos forem seres-Em-si, ou seja, sem a transcendência que caracteriza o ser consciente e posicionado, não pode haver relação temporal e perceptiva. Ambos ficaria, neste caso, aprisionados no (P) “*instante ou na eternidade, o que dá no mesmo, pois o instante, não sendo definido interiormente pela conexão antes-depois, é intemporal*”.

Tal concepção temporal vem bem ao encontro da tese principal por nós defendida nesta dissertação: a de que o *ser-interpretante*, tão produtor de sentido quanto o *ser-discursivo*, recria as informações ideológicas que são transmitidas no *Espaço das Idéias Políticas*, através, no caso estudado, da informação pela imagem das charges políticas. Esta é a discussão que permeará toda a dissertação daqui por diante.

Nos capítulos seguintes aprofundaremos a discussão sobre a questão do contexto e da produção do sentido, notadamente no meio jornalístico, que é o local de origem das charges e é um poderoso instrumento da produção de sentido social. Mas não é só através da velocidade que operamos nossa produção do conhecimento. Há várias outras formas como, por exemplo, a construção ideológica da linguagem escrita e da linguagem imagética. Estas duas formas de representações mentais aqui mencionadas são produto e, ao mesmo tempo, causa, de nossos processos cognitivos. Para Costa (74),

o conhecimento deixa de ser imaginado como uma atividade representacional e a linguagem como um existente à parte, entre o cérebro e o resto da natureza (...) Conhecer não é representar alguma coisa para algo, pessoa ou função cognitiva. Conhecer é lidar com informações ambientais que afetam os organismos (...) O conhecimento, portanto, é ‘causado’ por esta constante interação organismo/meio.

Ou seja, nossas representações são, em sua maior parte, um reflexo de nosso conhecimento, não podendo, por isso, ser confundidas com o conhecimento

em si. No que tange ao *Espaço Ideal*, este é operado pelas reflexões críticas que realizamos ao nos informar e, por conseguinte, ao formarmos nossa própria concepção ideal do espaço político em que estamos inseridos, calcada em nossa percepção representacional dos fatos políticos com os quais nos deparamos e, às vezes, engendramos.

Várias são as formas de conhecimento de que dispomos. O conhecimento espacial, por exemplo, é uma destas formas e das mais difundidas. Desde que os Homens se organizaram grupalmente, o conhecimento territorial foi importantíssimo para o sistema de hegemonia das classes dirigentes. O território é a porção física do globo terrestre apropriada por um grupamento humano, em seu próprio proveito. Vale dizer: o território é a superfície terrestre que passou por um processo de qualificação política, econômica, cultural etc. E hoje podemos observar uma forte tendência para que o processo de apropriação/qualificação territorial seja realizado através do uso das redes sociais. Para Milton Santos, nosso território atual é construído e reconstruído pelo crescente uso de ciência e tecnologia. Santos afirma que (56/17)

o trabalho se torna cada vez mais trabalho científico e se dá também, em paralelo, a uma informatização do território (...) Tudo se informatiza, mas no território esse fenômeno é ainda mais marcante, na medida em que o trato do território supõe o uso da informação, que está presente também nos objetos (...) Os objetos geográficos cujo conjunto nos dá a configuração territorial e nos define o próprio território são, a cada dia que passa, mais carregados de informação.

Em outras palavras, a construção dos lugares modernos é, em boa medida, a carga informacional que depositamos neles.

Santos prossegue declarando que (56/44)

o fato de que o espaço seja chamado a ter cada vez mais um conteúdo em ciência e técnica traz (...) uma nova composição orgânica do espaço pela incorporação mais ampla de capital constante ao território e a presença maior desse capital constante na instrumentalização do espaço. (56/44)

O espaço seria, pois, uma consequência do uso da ciência e da técnica na transformação do território. Essa transformação gera o que Santos chama de “*meio técnico-científico informacional*” (56/44) .

A instrumentalização do território ou do tipo específico de espaço trabalhado nesta dissertação, o *Espaço Ideal ou das Idéias Políticas*, pode se dar de diversas maneiras. Um exemplo de instrumentalização territorial, baseada em fluxos informacionais nos foi oferecido por Schwartz (83):

As principais decisões gerenciais hoje são fortemente influenciadas pela capacidade de processar informações” [vale lembrar, neste ponto, que informação é diferente de informática] “Antigamente, quem detinha uma informação ficava em posição de vantagem. Hoje, embora o segredo industrial e as patentes obviamente sejam parte importante do jogo, quem esconder informação simplesmente corre o risco de ficar com uma informação velha. Poderíamos enunciar assim uma Lei Geral da Economia da Informação: o valor de um ativo-informação é inversamente proporcional ao seu grau de privatização.

Não obstante esta última afirmação um tanto bombástica, é o próprio autor quem nos alerta para o fato de que (83) a eficiência da troca de informações no setor privado está diretamente relacionada à capacidade estatal de produção de *informações-base*.

É ainda Schwartz quem nos diz que (83) “a melhor metáfora da morfologia da organização privada da produção de informações é o conceito de rede de informação (...) Este capital de rede é um novo design do capital financeiro”, sendo que para alguns autores, tais como Pierre Levy, este “capital de rede” de Schwartz constitui, na verdade, o capital social do mundo da informação. Reafirmamos, desse modo, que o espaço geográfico não morreu, ele continua a existir, só que agora temos outras dimensões espaciais a levar em consideração.

O novo modo de produzir da sociedade informacional, muito embora seja ainda baseado no antigo modo fabril, é cada vez mais uma intrincada rede fluxional de troca de idéias, de informações e de conhecimentos. Vende-se inteligência em estado bruto, ou seja, o conhecimento sobre a tecnologia e passível de recriá-la sob novas e mais modernas bases produtivas. A máquina perde um pouco de seu lugar de destaque principal. Somente aqueles preparados para interferir nesse processo e, por conseguinte, capazes de gerar um *valor-informação*, é que terão voz e voto.

A cada nova dimensão espacial que observamos, vemos alargar-se mais e mais o fosso (ou o abismo, se preferirem) entre *informados-formados* e *desinformados-deformados*. A desterritorialização de que nos falou anteriormente

Sodré e Negri é, possivelmente, o fator determinante neste processo de afunilamento das oportunidades de ascensão social. Ora, a desterritorialização, à maneira já relata por Negri, é justamente a incorporação, pelo antigo espaço geográfico, de novas dimensões, tal como a dimensão informacional; é a aglutinação de suas antigas categorias espaciais com as novas categorias nascidas do processo tecnológico: as categorias cognitivas, representadas neste novo espaço, pelo fluxo informacional.

Não existe uma hierarquia rígida e definida entre as várias dimensões espaciais. A maior ou menor importância de uma dada dimensão espacial será determinada a partir do olhar que o observador irá lhe lançar: uma rua, vista da própria rua, é bem diferente da rua vista do primeiro andar, que por sua vez é bastante diferente da mesma rua vista do décimo andar de um edifício! O ponto de vista e os parâmetros do observador são essenciais no processo de leitura e interpretação do mundo.

Observar algo ou alguém de um ponto de vista determinado vai nos fazer ver neste algo ou neste alguém coisas que dificilmente veríamos de pontos de vista outros. Ora, tal idéia nos remete à conceituação de escala, que pode ser definida como uma relação de dimensões, como uma gradação equalizadora entre dois ou mais fenômenos, como no caso da perspectiva por nós adotada nesta dissertação. E a escalaridade também se faz presente no universo da Ciência da Informação, já que também podemos observar, ao menos em algumas pesquisas, diferenciadas dimensões perceptivas e representacionais nos estudos da informação. A relevância de nosso estudo atual é função direta da discussão realizada nesta dissertação sobre uma das dimensões possíveis do *Espaço Informacional*: a do *Espaço das Idéias Políticas*. Nossa contribuição para a Ciência da Informação talvez tenha sido, deste modo, se tivermos sido bem sucedidos, o acréscimo teórico aos estudos que procuram analisar a relação existente entre a sociedade atual dos fluxos informacionais e a constituição, no plano cognitivo, de nossa percepção/representação de uma dimensão espacial, analisada pelo viés informacional.

Espaço e informação possuem íntima ligação, ao menos no plano cognitivo, uma vez que o termo *informação* possui, segundo Capurro, duas origens (72/82-3) a primeira do grego, baseada nos conceitos de “typos”, “idéa” e “morphé”. A segunda,

derivada do original grego, é o termo latino *formatio*, que quer dizer, aproximadamente, “*dar forma em alguma coisa*”. Ora, em primeiro lugar, ainda que Capurro prefira definir informação como (72/84) “*instruir, fornecer com conhecimento*” (com o que não discordamos), forma é um conceito que por definição e natureza é espacial. Para Ostrower, (50/123) a forma limita uma área interna, isolando-a do universo circundante. Esse isolamento formal é o que talvez nos permita entender o objeto, recriá-lo mentalmente, apreendendo-o e o devolvendo ao mundo na forma linguageira e informacional.

A perspectiva escalar foi importante para a nossa abordagem, pois foi a partir desta perspectiva que delimitamos nosso campo de estudo: o espaço ideal ou das idéias políticas, analisado pelo prisma deste elemento de transmissão de informações ideológicas que são as charges políticas. A delimitação aqui referida foi de suma importância para que não nos perdêssemos em divagações tangenciais à nossa dissertação. Pensamos que, se o objetivo pretendido foi alcançado, esta delimitação certamente teve seu papel relevante.

Assim, se pensarmos numa construção escalar que possa dar conta da delimitação que aqui preconizamos, não nos parece nenhum absurdo conceitual catalogarmos as seguintes dimensões espaciais, em ordem decrescente, não de importância, mas de abrangência, tendo em vista o objeto por nós estipulado: *Espaço Social - Espaço Geográfico - Espaço Informacional - Espaço das Idéias Políticas*. A gradação escalar ora constituída não tem o intuito de demonstrar que existe uma hierarquia entre as dimensões espaciais aqui catalogadas. Na perspectiva deste trabalho, o espaço das idéias políticas é parte elementar do espaço geográfico, que é parte elementar do espaço informacional que, por fim, também é parte elementar do espaço social e todos interagem entre si. Uma dimensão não é mais importante do que a outra: apenas ocupa o seu espaço e as suas peculiaridades nesta escala que construímos. Como já dissemos, a maior ou menor importância será dada pelo ponto de vista do observador. Isto posto, vale ressaltar que, sob nosso ponto de vista, o espaço ideal ou das idéias políticas, cuja base é o fluxo de informações ideológicas, transmitidas pelas charges políticas, é a dimensão mais importante, tanto que será sobre ele que nos debruçaremos daqui para frente.

3- A informação e a linguagem na formação das idéias

Qual a relação entre linguagem e informação? E qual a relação desses dois conceitos com nossas idéias? Ora, idéias não vêm do nada e não se dirigem a lugar nenhum. Sem dúvida, uma das bases constitutivas de nossas idéias é o fluxo informacional, pois a partir dele podemos criar várias de nossas representações de mundo (senão todas). A linguagem, nesta dissertação, tornou-se importante a partir do momento em que foi através dela que, teórica e empiricamente, discutimos e analisamos um dos efeitos do processo de produção de sentido político, que tem na informação ideológica seu mais poderoso fator. A formação das idéias políticas do leitor de jornal foi, pois observada sob a ótica da transmissão das informações chárgicas, através de sua linguagem imagética.

A linguagem é um sistema simbólico e, como nos mostram Aranha & Martins (07/11),

não há nada no som nem na escrita que nos remeta ao objeto por ele representado (...) Designar esse objeto pela palavra é, então, um ato arbitrário. A partir do momento em que não há nenhuma relação entre o signo e o objeto por ele representado, necessitamos de uma convenção, aceita pela sociedade, de que aquele signo representa aquele objeto (...) A linguagem é, assim, um dos principais instrumentos na formação do mundo cultural.

Sendo a linguagem um sistema simbólico, nos esclarece Charles S. Pierce no artigo *Como tornar nossas idéias claras*, de 1877, que “o signo, como convenção social, supõe um objeto de que se fala - o referente - e uma pessoa que o interpreta. Assim, no ato de interpretar - de transferir valores ao signo - a pessoa que interpreta se torna, ela própria, um signo”. A partir desta concepção, podemos entender o processo de decodificação sígnica que realizamos como uma espécie de metalinguagem, ou seja, a forma pela qual o signo maior, o sujeito que interpreta,

explica a relevância dos signos criados por ele próprio, seja o signo em questão escrito, imagético, musical ou de qualquer outro tipo.

Barthes, tomando por base Pierce, tentou amarrar a definição de signo ao afirmar que (10/50)

o signo é composto de um significante e um significado. O plano dos significantes constitui o plano de expressão e o dos significados o plano de conteúdo (...) Uma vez que o signo esteja constituído, a sociedade pode muito bem refuncionalizá-lo (...) O significado não é uma coisa, mas uma representação psíquica da coisa (...) O significado da palavra boi não é o animal, mas sua imagem psíquica.

Assim, o signo como uma convenção social depende de um referencial que o situe no contexto cultural do observador e situe este mesmo observador no conjunto simbólico criado pela sociedade em que vive e/ou transita. Vale dizer que o signo mantém relação direta com o contexto do qual se originou e com o qual interage, mas isso não elimina sua recontextualização nem sua dependência da capacidade intelectual e cultural do observador que o lê e interpreta, o que, na perspectiva por nós adotada e, ao menos sob determinado ponto de vista e por enquanto, pode ser dito: que o representa.

Retornando a Barthes, vemos que (10/56-7)

o significante é um mediador: a matéria é-lhe necessária; mas, de um lado, não lhe é suficiente e, de outro lado, em Semiologia, o significado também pode ser substituído por certa matéria: a das palavras. Essa materialidade do significante obriga mais uma vez a distinguir bem matéria e substância: a substância pode ser imaterial (no caso da substância do conteúdo); pode-se dizer, pois, somente que a substância do significante é sempre material (sons, objetos, imagens etc.).

Desse modo, para Barthes, a significação pode ser concebida como um processo; é o ato que une o significante e o significado, cujo produto é o signo. Esta concepção de Barthes completa-se quando o autor afirma que (10/43)

o signo é mais do que uma união do significante e o significado, pressupõe também o valor que atribuímos ao referente. Ou seja, o signo, por si só, não é comunicante a não ser em função de sua carga signífica ou valorativa.

O signo é, desse modo, uma representação mental do valor que atribuímos a um objeto qualquer. Não por outro motivo, Legge afirma que (41/113-3)

na medida em que a representação toma o lugar do próprio objeto, ela é um símbolo. Os processos envolvidos no pensamento requerem extensas manipulações de tais símbolos (...) A tese aqui oferecida é que um sistema simbólico organizado é a base da linguagem (...) Alguns referentes abstratos só podem ser vinculados aos seus símbolos por um longo processo que leva (...) à aplicação de um rótulo. Realizados os primeiros passos na aprendizagem de referentes, os referentes já aprendidos podem ser usados para adquirir novos referentes (...) Um sistema organizado para manipular representações internas reveste-se como auxiliar muito potente do pensamento .

Legge nos mostra, com sua análise, que o signo pode ser encarado como um catalizador dos processos cognitivos, se levarmos em conta nossa capacidade de “manipulação” das representações mentais que criamos em nosso dia-a-dia, ou seja, a interpretação sónica é fator essencial para a construção e organização de nossas idéias. Mas o signo pode também ser encarado como um produto dos processos cognitivos, pois, a partir deles, criamos novas significações.

E qual a relevância das ciências cognitivas para os estudos da informação? É em Saracevic que vamos buscar a resposta (X)

Embora existam diversos enfoques de pesquisa, os campos que compõem a ciência cognitiva compartilham um interesse básico acerca da compreensão dos processos cognitivos, sua realização no cérebro, a estrutura da mente e várias manifestações da mente como inteligência.

Pignatari nos aponta para a origem etimológica da palavra *signo* (53/23): “o termo *signo* vem do grego *secnom* e quer dizer ‘cortar; extrair parte de’ “. O conceito de signo pode ser ampliado de várias maneiras, como a exposta por Pignatari - uma gama de palavras que se originaram da palavra *signo* e que já mostram a relação polissêmica de nossas representações cognitivas. Assim, segundo Pignatari, do termo *signo* originaram-se as seguintes palavras (53/23): *secção, seccionar, seita, sectário, século, sigla, sinal, sina, sino, senha, sineta, aceno, insígnia, insígne, significar, desenho e design (em inglês)*. O autor mostra também que (53/30) “*toda relação que se estabelece entre duas coisas estabelece um vínculo de alguma*

ordem que é expresso em termos de linguagem". A linguagem atua, desse modo, como intermediária entre o sujeito e o objeto, gestando e gerenciando nossas idéias, nossas representações psíquicas do mundo, tornando-nos os *seres-no-mundo*, de Martin Heidegger.

Existem várias definições para signo, sendo que alguns autores, inclusive, nem sequer o diferenciam de símbolo. É um tema extremamente controverso e espinhoso, bem o sabemos e, até por isso, voltaremos à sua discussão, de modo mais aprofundado, mais à frente. Mas, de pronto, já podemos estabelecer algumas diferenciações entre alguns conceitos semiológicos e que já podem, provisoriamente, nos situar de modo mais consistente na análise que ora estamos tentando conduzir. Para Pignatari, há três tipos de signos (53/25):

- 1 - **ícone** - presente quando o representante é similar ao representado; exemplo do autor- uma fotografia;
- 2 - **índice ou índice** - ocorre quando o símbolo mantém uma relação direta com seu referente; exemplo do autor - chão molhado quer dizer que choveu;
- 3 - **símbolo** - é estabelecida uma relação arbitrária entre ele e seu referente; é convencional; exemplo do autor - escudo de um clube de futebol.

Pignatari estabelece, ainda, três níveis distintos de signos para complementar as definições acima (53/26):

- 1 - **sintático** - relações formais dos signos entre si;
- 2 - **semântico** - relações de significado entre signo e referente;
- 3 - **pragmático** - relações do significante com o intérprete.

Ao falarmos em linguagem, não podemos deixar de lado o fato de que ela é, em boa medida, determinada pela percepção que temos do que está ao nossa redor. Voltando a Legge (41/115): "*As relações em que a linguagem está estruturada para refletir devem ser relações que existem*", senão no plano material, ao menos no plano mental, pois, (41/115) "*a linguagem deve refletir as relações percebidas, ainda que descoladas de verossimilhança*".

A percepção é uma das formas para organizarmos nossas idéias. Se tomarmos como verdadeira a idéia de que a informação é um dos fatores fundamentais para a construção do conhecimento, a conceituação dessa

informação torna-se importante, bem como o ambiente em que é gestada e gerenciada. Desse modo, segundo Maruyama, existem três formas de pensar que são básicas para que possamos entender o conceito *informação*, que não são, de modo algum, as únicas formas, mas já servem de base para pensarmos a informação em termos sógnicos. Os processos mentais abaixo descritos por Maruyama estão, segundo o autor, na base de nosso conhecimento (43/150-4):

1 - Universo Classificador - a base da classificação é material; os elementos são divididos em categorias e subcategorias hierarquizadas e mutuamente exclusivas; a relação entre os elementos é estática e a classificação adquire vida própria, pois, uma vez estabelecido o critério, a classificação pode ser realizada de modo objetivo e independente do observador;

2 - Universo Relacional - pouco importa o objeto material; a base desse sistema de classificação é o evento e sua interação mútua com outro evento o que, não obstante, não permite que se chegue a relações causais; a classificação é feita, por conseguinte, a partir das relações elementares e não a partir das categorias, como no Universo Classificador, o que vale dizer que mais importam as conseqüências dos efeitos singulares do que os das pluralidades;

3 - Universo Relevante - importa a relação entre os indivíduos e destes para com o mundo; as informações relevantes (para certas indagações) nem sempre estão nas bibliotecas e/ou nas bases de dados, mas com outras pessoas; a informação, neste contexto, é aplicável a casos e momentos específicos, sendo imediatamente necessária para a ação; mais do que armazená-la, devemos processá-la rápida e adequadamente.

Eco discorre sobre o fato de que (28/139) a percepção de um todo é derivada da organização de nosso conhecimento o que, para o autor, se faz no contexto sócio-cultural do observador. O percebido, prossegue Eco, (28/146) “*é uma configuração sensível na qual o receptor extrai informações úteis no decorrer da operação perceptiva*”. Assim, a informação existe para o receptor de uma mensagem. Esta “operação perceptiva” é o processo mediante o qual o receptor decodifica o objeto e o reconstrói mentalmente. E como falar em decodificação é falar em código e valores atribuídos às coisas no mundo, caímos novamente na discussão sógnica. Eco tece algumas ponderações sobre o tema ao afirmar que (28/112-4),

a mediação entre símbolo e referente é dada pela referência, que nada mais é que a informação que o nome transmite ao ouvinte (...) o

significante é a imagem da forma fônica, ao passo que o significado é uma imagem mental.

Na seqüência, o autor esclarece que, em seu entender (28/115-6),

para estabelecer o que seja o interpretante de um signo, é preciso designá-lo mediante outro signo, que por sua vez tem outro interpretante designável com outro sinal e assim por diante (...) A linguagem seria, então, um sistema que se esclarece por si mesmo através de sucessivos sistemas de convenções que se explicam reciprocamente. Vale dizer que a linguagem, ao menos a linguagem escrita, é sua própria metalinguagem.

A semiologia é o ramo do saber humano que estuda, justamente, o pensar significativo que é, para Eco (28/116-9)

Um produto das convenções comunicativas como convenções culturais (...) O significante apresenta-se cada vez mais como uma forma geradora do sentido, que se enche de acúmulos, de denotações e conotações (...) Neste sentido, a mensagem como forma significante, que devia constituir uma redução de informação (...), pois representa uma escolha de alguns e não de outros entre os vários símbolos equiprováveis (...) de fato se propõe como fonte de mensagens-significados possíveis.

Por conseguinte, podemos concluir que o conceito de Eco sobre informação é que esta é o resultado de um afunilamento das escolhas possíveis para o significado de uma mensagem. Aquele significado escolhido é que dará ao receptor da mensagem a informação desejada. É, pois, um processo de seleção ideológica, no qual classificamos o que nos é transmitido, ainda que involuntariamente, e designamos o que nos será útil.

Mas classificar e designar são conceitos diferentes, vale ressaltar. E qual capacidade mental veio primeiro, classificar ou designar? É o que nos pergunta Braga, sendo que ela mesma tenta nos responder: antes das duas funções mentais citadas, pode ter vindo a capacidade de percepção de estímulos sensoriais externos e de representação, em nível interno, desses estímulos. O impacto sensorial desses estímulos é capaz, segundo a autora, de alterar uma dada configuração mental e, só então, podemos falar em classificação e designação. Para Braga, a combinação de estímulos externos, de reordenações mentais e de designações várias, pode ser vista como uma primeira aproximação do conceito de informação (69/84).

As idéias de Simões, abaixo, baseadas nas teorias de Brookes e Belkin, ratificam a importância que estes últimos dois autores nos mostraram ter a informação e a forma pela qual ela atua como uma espécie de cimento na construção de nossas representações. Representar, segundo estudiosos, pode ser entendido como o processo mediante o qual o *ser-que-pensa* apreende cognitivamente o objeto, transformando-o em *objeto-ser*, e o reconstrói a partir de seus próprios parâmetros ideológicos. Só podemos representar um fato qualquer, ou informar qualquer coisa sobre ele, se dele temos algum conhecimento. Assim, segundo Simões, devemos pensar a informação como um processo que envolve 3 momentos (84/81):

- 1 - a informação potencial é uma informação ainda sem valor, porque não está sendo utilizada e que só terá significado diante da noção de futuro que permitirá a construção desse significado;
- 2 - a informação consolidada é uma informação selecionada para e pelo usuário, ou seja, já tem um valor agregado;
- 3 - é o momento final, no qual a informação, manipulada, se transforma em conhecimento.

Para Simões, (84/82) em sua relação com os fatos sociais, o conhecimento assume uma dupla função: a de conhecimento instituído no social e a de instituinte socializador. A autora parte de dois pressupostos epistemológicos (84/82): que o conhecimento é gerado na prática social e que a realidade está constantemente em movimento.

A produção de uma informação não é, pois, um processo tão simples quanto pode parecer num primeiro momento. Por exemplo, a informação é, no entender de alguns estudiosos, tida como um artefato. Assim é no entender de Pacheco – que também bebeu nas fontes teóricas de Brookes e Belkin, que definiu artefato como (79/21) “*qualquer objeto confeccionado pelo Homem*”. Por conseguinte, a informação pode muito bem ser encarada como um artefato - muito embora saibamos que esta não é uma visão de consenso, pois, no entender de Pacheco (79/21) – que também se baseou na teorias de Brookes e Belkin - a informação pode ser criada num tempo e num espaço específicos, refletindo o contexto em que foi gerada mas, completa a autora, pode esta informação ser perfeitamente recontextualizada, ou seja, refuncionalizada de acordo como as características do

novo contexto onde será inserida e/ou de acordo com as características dos agentes envolvidos. A informação seria, desse modo, segundo a autora, (79/23) um registro de vários conteúdos e incorpora diferentes registros.

E os registros informacionais podem ser encarados, pois, numa das perspectivas possíveis, como sendo uma das formas através das quais nos comunicamos, uma das formas através das quais trocamos informações, tendo a linguagem como veículo transmissor. Desse modo, segundo Burke (16/27),

na medida em que nossa autoconsciência depende da posse da linguagem adequada (...) devemos pensar no surgimento da subjetividade moderna não apenas como a criação de um domínio intensamente privado, mas que só se tornou possível por meio de certos tipos de discurso público (...) As coisas no mundo são (...) reais: nós as rotulamos. As coisas andam com as palavras, o significado com os produtores do significado.

Assim, parece-nos, o conceito de informação está intimamente associado à nossa maior ou menor capacidade perceptiva dos estímulos materiais, como quer Braga em sua visão que, parece-nos, é indutivista. Mas também é umbilicalmente ligado à capacidade cognitiva de atribuímos valores às coisas. Esse processo semiológico, de atribuímos um significado a um significante ou, no dizer de Burke, perceber que *“as coisas andam com as palavras, o significado com os produtores de significado”*, dá aos processos informacionais um caráter também dedutivista. Ou seja, deduzindo ou induzindo, a informação é, também e talvez principalmente, um dos produtos de nosso processo cognitivo. A informação atua como intermediária entre o emissor e o receptor - por ora, assim definidos - no processo em que uma mensagem é transmitida, fato essencial para a produção do saber humano.

Vejamos, muito sinteticamente, como se dá o processo de transmissão de informações, em termos fisiológicos, no cérebro humano. O funcionamento do cérebro baseia-se, fundamentalmente, em um gigantesco número de conexões entre os neurônios - células nervosas, também chamadas de neurotransmissoras, que transmitem sinais eletroquímicos, a informação cerebral, através do mecanismo das sinapses. O sinal elétrico é carregado pela reações químicas entre as moléculas de neurotransmissores que, ao se saturarem, tornam-se instáveis e, quanto maior a instabilidade, maior será a troca de sinais. Cada neurônio tem um terminal de

entrada (árvore dendrítica), um centro de processamento (soma) e um terminal de saída e transmissão de sinais (axônio) (80/17-18).

E como podemos observar o processo de transmissão de informações sob a ótica da Ciência da Informação? Vejamos o que tem a nos dizer a professora Gomez (K):

Informação não é só objeto de um interesse disciplinar, cuja esfera de intervenção é a consciência subjetiva, ela é objeto de um interesse prático imediato, enquanto se torna fator de produção, operador de ações administrativas e técnicas. Neste conceito, a trajetória e o impacto da informação não finaliza na consciência. Movimenta-se no plano da ação e pode preocupar-se tanto com fatores de interpretação e recepção como com fatores materiais da transferência e registro. O detonante deste olhar seria aquela relação entre sistema produtivo e sistema de conhecimento científico-tecnológico

[cuja intervenção no território geográfico cria o que o professor Milton Santos chama, como vimos na primeira parte desta dissertação, quando abordamos algumas questões relativas ao conceito espaço, de meio técnico-científico-informacional]

que coloca a informação como insumo da produção e, depois, como produto (commodities) da indústria da informação. Os sistemas de informação permeiam, assim, os diferentes segmentos da produção industrial, desde o sistema de informações administrativas e gerenciais, os sistemas de informações científico-tecnológicas (ICT), os sistemas de informações econômico-sociais (IES), até a mediação semiótica entre o programador e a máquina.

A informação torna-se, pois, cada vez mais, um dos principais componentes de nossos sistemas sócio-produtivos e de nossos sistemas comunicacionais e informacionais. Assim, a realidade que, frisamos, talvez nada mais seja do que nossa percepção e representação do real - e que, possivelmente, nunca será apreendida por completo - não pode ser entendida apenas a partir dos estudos fisiológicos: sua compreensão necessita, também, que estejamos aptos a destrinchar os códigos sógnicos que nós mesmos criamos para estudá-la. Cada saber é função, em maior ou menor grau, de sua interação com a realidade e, neste ponto, aparece a linguagem como elemento vital da

construção dos (novos) saberes humanos e sociais. Informação era e é poder, a partir do momento em que só quem domina os códigos, a linguagem e a transmissão de conhecimento pode criar algo novo, e não, bovinamente, repetir o velho conhecimento, não raro, já ultrapassado.

Ora, sendo então um instrumento de poder, de hegemonia, a linguagem não pode ficar de fora de nenhuma análise que se diga humana e/ou social. No nosso entender, visualizamos dois grandes grupos de linguagem:

1 - *Linguagens Universais* - a simbólica-visual ou imagética – no que toca a sua compreensão (indo desde uma obra de arte, passando pelos mais variados rituais), a musical, a fala e a mímica (exceto as gestuais sistematizadas, como a dos surdo-mudos);

2 - *Linguagens Potencialmente Universais ou Restringidas* – a imagética, no que toca a sua realização, a linguagem dos surdo-mudos, a escrita e a matemática.

A diferença que aqui estabelecemos entre Linguagens Universais e Linguagens Potencialmente Universais é simples: as primeiras são basicamente intuitivas e, muitas vezes, dependentes do ambiente cultural em que foram geradas e atuam, mesmo que sejam passíveis de sistematização. Por exemplo, em algumas partes da Europa do Norte, tal como na Romênia, se quisermos dizer “sim”, devemos balançar a cabeça para os lados e para dizer “não”, a cabeça deve ir para cima e para baixo. Enquanto isso, na nossa cultura brasileira e latina, ocorre justamente o oposto.

Já as Potencialmente Universais ou Restringidas – uma vez que, para sua apreensão, emissor e receptor têm, necessariamente, de possuir a chave de seus códigos - pedem certo grau de instrução e conhecimento sistematizado ou, são restritas a um pequeno grupo de pessoas, como no caso da linguagem dos surdo-mudos. A fala é intuitiva e, por isso, é classificada aqui como universal. Já a escrita é um conjunto sógnico sistematizado, assim, é classificada como potencialmente universal, pois o receptor necessita do entendimento do código para interpretar a mensagem enviada. Vale ressaltar que a sistematização exigida pelas linguagens potencialmente universais não as impede de se tornarem universais, pois elas se mantêm passíveis de apreensão por todo e qualquer indivíduo minimamente instruído.

É, efetivamente, através das linguagens potencialmente universais que podemos transmitir com maior eficácia os conhecimentos acumulados por gerações. As linguagens universais podem ter os seus códigos, mas é nas potencialmente

universais que estes códigos se fazem notar e agir de modo mais intenso e racionalizado. Numa palavra: sistematizado. Por conseguinte, só os iniciados possuem as condições mínimas para descobrir os segredos que desvendaram e desvendam, teórica e empiricamente, o mundo; só os iniciados têm condições de decodificar nossas convenções do conhecimento.

Para algumas correntes de pensamento, a linguagem científica se torna cada vez mais precisa, na medida mesma em que se utiliza da matemática para (07/121) “*transformar as qualidades em quantidades*”. Um outro fator essencial do processo científico, ao menos no que toca as ciências naturais e biológicas, é o uso de instrumentos, tais como uma balança ou um microscópio eletrônico, que tornam o saber científico mais rigoroso, preciso, objetivo e reproduzível. Além disso, a abordagem que a ciência faz da realidade permite a previsibilidade dos fenômenos, o que, conseqüentemente, (07/124) “*possibilitará um maior poder de transformação da natureza*”. Assim, menos nos importa, para os objetivos desta dissertação, as transformações aqui referidas, em si; mais nos importa quem as realiza, como o faz, onde, quando, para quê e para quem o faz : O Homem, o nosso *ser-que-pensa*.

Mas quem é esse *ser-que-pensa*? Os existencialistas fenomenológicos afirmavam que o *não-ser*, ou seja, o Homem, escolhe-se e que, por isso, a existência precederia a essência. Sartre mostrou-nos que, dentro da ótica existencialista (58/15-17),

a aparência remete à série total das aparências e não a uma realidade oculta que drenasse para si todo o ser do existente (...) Mas se nos desvencilharmos do que Nietzsche chamava ‘a ilusão dos trás-mundos’ e não acreditamos mais no ser-detrás-da-aparição, esta tornar-se-á, ao contrário, plena positividade, e sua essência um ‘aparecer’ que já não opõe-se ao ser, mas ao contrário, é a sua medida. Porque o ser de um existente é exatamente o que o existente aparenta (...) Assim, o ser fenomênico se manifesta, manifesta tanto sua essência quanto sua aparência e não passa de série bem interligada dessas manifestações.

Sartre afirma ainda que (58-19)

o ser não é nem uma qualidade do objeto captável dentre outras, nem um sentido do objeto. O objeto não remete ao ser como se fosse uma significação: seria impossível, por exemplo, definir o ser como uma presença - porque a ausência também revela o ser, já que não estar aí é ainda ser. O objeto não possui o ser.

A ontologia fenomenológica de Sartre nos dá, assim, poderosos meios investigativos sobre o que aqui chamamos de *ser-que-pensa* que, no caso de nossa dissertação, está personificado pelo leitor que lê e interpreta as charges políticas. Ao considerar como um escolher-se, Sartre provou, ao menos para quem comunga com uma abordagem fenomenológica, que o Homem é uma infinitude de escolhas aparentes - o que nos lembra a idéia de Eco sobre informação, já comentada anteriormente, ou seja, ao escolher como quer se mostrar, o *ser-que-aparece* elimina o dualismo *ser* e *parecer*, pois, ambos tornam-se a mesma coisa. Tal como afirmou Sartre, o Homem é livre para ser o que quiser. Por outro lado, o *ser* não é inerente ao objeto, este só existe quando percebido por um *ser-que-pensa*. Afinal, uma pedra não percebe sua própria existência, tampouco a de outra pedra. O *ser-objeto*, que é uma simples “existência não-essencial”, faz do objeto uma entidade não-ontológica. O *ser-que-pensa* apreende o objeto e o percebe, por assim dizer, na forma de uma categoria para-ontológica: que aqui denominamos de *objeto-ser*, definido a partir de nossa percepção e representação mentais.

E, recordando Barthes, a matéria é importante para construir nossas representações sógnicas, mas não é essencial. A materialidade psíquica já nos é suficiente, pois, como nos mostrou Sartre, a ausência de um objeto não o torna menos perceptível ao *ser-que-pensa*, não o elimina da categoria para-ontológica por nós denominada de *objeto-ser*. O referente pode até não estar presente, mas sua representação psíquica pode estar.

Representação psíquica é o que Sartre chamou de *percipi*, ou seja, “o percebido”. Nas palavras do autor, (58/30):

O modo de ser do percipi é passivo. Portanto, se o ser do fenômeno reside em seu percipi, este ser é passividade (...) Mas o que é passividade? Sou passivo quando recebo uma modificação da qual não sou a origem - quer dizer, não sou nem o fundamento nem o criador. Assim, meu ser sustenta uma maneira de ser da qual não é a fonte. Só que para sustentá-la, é necessário que eu exista e, por isso, minha existência situa-se sempre para além da passividade (...) Daí a alternativa: ou bem não sou passivo em meu ser e então converto-me em fundamento de minhas afecções, mesmo que não tenham se originado em mim - ou sou afetado de passividade até em minha existência mesmo, meu ser é um ser recebido, e então tudo desaba no nada. Assim, a passividade é um fenômeno duplamente relativo: relativo à passividade daquele que atua e à existência daquele que padece. Isso presume que a passividade não diga respeito ao ser do

existente passivo: é relação de um ser a outro e não de um ser ao nada.

Se relembrarmos a idéia básica de Eco, Shannon e Weaver, sobre informação, a de que este conceito é o resultado das escolhas equiprováveis, dentre as várias opções apresentadas ao receptor pelo emissor, veremos, com certa facilidade, que uma relação informacional é uma relação *ser-ser*, ou seja, é uma relação entre *emissor-produtor de sentido* e *receptor* – que para Umberto Eco, e não para Shannon e Weaver, é também um produtor de sentido - daqui pra frente, nesta dissertação, denominados, respectivamente, de *ser-discursivo* e *ser-interpretante* - e não *ser-nada*, ou seja, *emissor-produtor de sentido* e *receptor-não-produtor de sentido*. Nos capítulos seguintes discutiremos com mais profundidade esta questão. Mas, por ora, podemos afirmar que as idéias acima expostas são operacionalizadas, tal como já mostram Jean Piaget e Agnes Heller, no nível da consciência humana.

Lucien Goldmann introduziu nos estudos sociais a noção do que chamou de *Consciência Possível*. Para ele, o Homem é um ser consciente e, por isso, qualquer estudo humano e social tem, necessariamente, de passar pelo estudo da consciência, ainda que, como o próprio Goldmann reconheça, essa consciência seja não uma realidade, mas uma possibilidade. Essa idéia é reforçada por Durand ao dizer que (23/11) “*a organização*” [de nosso conhecimento] “*não é um objeto morto, mas objetificado, ou seja, promovido por todo o conteúdo psicocultural da consciência*”.

O conhecimento nas humanidades é a interface entre o sujeito que conhece e o objeto que é conhecido, pois (32/94) “*até os comportamentos exteriores são comportamentos de seres conscientes*”. Nesta visão, seria justamente o reflexo desses seres conscientes no mundo humano e social o objeto de estudo das humanidades, ou seja, os conhecimentos humanos e sociais estudam, sob o enfoque de Goldmann - que não é o único, mas foi o aqui adotado, poisé o método que consideramos relevante para o atingimento do objetivo de nossa dissertação - o produto direto do nível de consciência das pessoas. Para Goldmann, (32/24) “*o que procuramos nos fatos históricos é menos sua realização material do que sua significação humana*”.

A *consciência possível* de Lucien Goldmann é, parece-nos, um fator essencial para os estudos dos saberes humanos e sociais. Essa consciência é, de modo

resumido, um ideário pensado, mas ainda em estado latente, pois não é passível de realização no momento histórico em que surge. Tal concepção, assim nos parece, se apoia, em boa medida, na Fenomenologia, que foi uma busca de tentar reconstruir o pensar das humanidades. Ela, Fenomenologia, afirma que o racionalismo destaca o sujeito que conhece, enquanto o empirismo destaca o objeto que é conhecido. Os fenomenologistas tentaram superar essa dicotomia, ainda vigente no meio científico, que por força do hábito sempre separou sujeito e objeto. Para os fenomenologistas (07/324),

não há o objeto em si dos empiristas, já que este é sempre objeto para um sujeito que lhe dá um significado, nem há a consciência pura dos racionalistas, já que toda consciência tende para o mundo. Toda consciência é intencional, pois toda consciência é consciência de alguma coisa.

A *consciência possível*, desse modo, tanto no plano individual quanto no plano coletivo é, pensamos, a base para a concretização do imaginário. Ao pensarmos no plano individual, temos de nos remeter, por exemplo, à obra de um autor qualquer (formulação de idéias), tal como estipulou Goldmann: é o caso da própria concepção teórica deste autor. Ou, pensando no plano coletivo, temos, por exemplo, a concepção marxista de mudança social. A Revolução Russa ocorreu em 1917, mas sua base teórica, ideal, foi forjada bem antes, com Karl Marx e Friedrich Engels. A *consciência possível* dos russos, naquele momento, foi o ideário legado pelo *Manifesto Comunista* (1848); o ideário assumido progressivamente pela classe operária mas que só encontrou condições de realização em 1917, tornando-se, desse modo, o que aqui chamamos de *Consciência Real*. Mesmo concordando com Goldmann, caberia uma pergunta - que só não se tentou responder nesta dissertação porque fugiria de sua temática central: até que ponto as duas consciências russas (acima descritas) foram realmente coletivas e até que ponto foram elas somente das elites pensantes e dirigentes daquele país?

Trabalhar no nível da consciência é abordar operacionalizações representativas. A ciência procura analisar a realidade, o que não significa que enfoque, necessariamente, a essência verdadeira das coisas e dos fatos: ela opera tão somente com nossa visão do que entendemos por real. Mas ao falarmos em consciência, temos de pensar nesta realidade como representação do real, o que

pode, obviamente, nos confundir ainda mais. Afinal, representar o real, nesta concepção, é representar uma representação! E o conceito de representação nos remete, novamente, à idéia de signo que, como vimos no início deste capítulo, pode ser simplificadamente entendido como a atribuição de um significado - valor social/imagem psíquica - a um significante - valor semântico/imagem fônica, tendo por base um referente - o objeto em si. Esta idéia, boa, mas um tanto simplificadora, será devidamente analisada no decorrer deste trabalho, nos quais nos aprofundaremos em alguns conceitos e na metodologia da Análise do Discurso (AD).

Para Kant (23/58 [apud KANT, Immanuel]),

o conceito não é o signo indicativo dos objetos: ele é a organização instauradora da realidade. Assim, o conhecimento é a constituição do mundo e a síntese conceitual se forja pela imaginação.

Já para Jung (23/59-60 [apud JUNG, Carl]),

o Homo sapiens é um Homo symbolicus. O símbolo remete a alguma coisa, mas não se reduz a uma única coisa. Essa ambigüidade simbólica é o arquétipo, uma forma dinâmica, uma estrutura que organiza as imagens na consciência.

Os arquétipos são, por assim dizer, nossa apreensão mental do mundo, tal como o percebemos, seja essa compreensão verdadeira ou não. A estagnação teórica e metodológica a que pode nos levar a idéia dos arquétipos, tal como querem alguns, não nos impede de refuncionalizá-la, dotando-a de um caráter dinâmico, essencial para a idéia de constituição representacional que tentamos aqui desenvolver. Assim, o saber humano e social jamais será objetivo e preciso, pois opera no nível aquetípico da consciência possível e não em laboratórios físico-químicos, muito embora alguns estudiosos, alguns agentes mediáticos e alguns políticos e lideranças tentem homegeneizar as pessoas e a forma como pensam o mundo, de modo a fazer com que os estudos humanos e sociais possam se aproximar, o mais possível, dessa concepção naturalizante e, porque não dizê-lo, alienante; tentam levar as humanidades a “naturalizar-se”, em bases positivistas, através do empréstimo de uma metodologia estranha a elas: a experimental-matemática.

A discussão de arquétipos e de consciência possível nos levou a estudar Jean Piaget e seu conceito de *estrutura*, que pode ser entendido como (52/8-9) “*um sistema de transformações que comporta leis enquanto sistema (...) e que se enriquece ou se conserva pelo próprio jogo de suas transformações, em apelos e elementos exteriores*”. Para o autor, o caráter de totalidade é próprio das estruturas, que são (52/10) “*elementos subordinados às leis que caracterizam o sistema como tal*”. Assim, é falso para Piaget (52/10) “*o maniqueísmo epistemológico entre um reconhecimento de totalidades com suas leis estruturais ou uma composição atomística a partir de elementos*”. Vale lembrar, à guisa de esclarecimento, que a abordagem aqui citada de Piaget foi extraída da concepção que o autor desenvolveu sobre, no dizer do próprio, uma “*epistemologia genética*”.

As estruturas sociais talvez possam ser, a tomar por verdadeiras as idéias retrocitadas, a materialização piagetiana dos arquétipos junguianos, construídos sob a égide da consciência possível goldmanniana. Nesta ótica, uma estrutura social pode ser entendida como um sistema no qual não há maniqueísmos excludentes entre o todo e as partes: há, pelo contrário, forte interação entre eles. Tais estruturas são montadas cognitivamente no imaginário individual e coletivo (construção arquetípica) para, só então, passarem de consciência possível, para consciência real e realizável. E é justamente esse enfoque - como outros afins - que, parece-nos, se perde ao tentarmos “naturalizar” o olhar que lançamos sobre o Homem e sobre suas ações coletivas ou, em outras palavras, sobre suas atividades sociais.

No entender de Piaget (52/53),

as estruturas humanas não partem do nada e, se toda estrutura é o resultado de uma gênese, é preciso admitir (...) que uma gênese constitui sempre a passagem de uma estrutura mais simples a uma estrutura mais complexa.

Claro, há discordâncias entre os estudiosos desse processo, quando aplicado às ações coletivas das pessoas. Essa “passagem” é tida por alguns, como Bachelard, como uma ruptura de períodos e fatos históricos; enquanto para outros, como Marx, a “passagem” é construída dialeticamente pela *práxis* humana. Mas uma condição básica e de relativo consenso é que o alicerce de nossas “estruturas”

sociais, o sentido produzido e as ações coletivas são condições *sine qua non* para as metamorfoses verificadas em nossas sociedades.

Recorramos, novamente, a Piaget (52/56): “*Nas estruturas cognitivas, o ‘vivido’ não representa senão um pálido papel, uma vez que estas estruturas não se encontram na consciência dos sujeitos e sim no seu comportamento operatório*”. E um bom exemplo de “consciência” que se encontra no seu “comportamento operatório”, pensamos, pode ser a concepção de Marx ao adicionar aos estudos históricos o *Materialismo Dialético* criando, desse modo, o *Materialismo Histórico*.

Para Marx, (44/14-5) devemos partir do abstrato para chegarmos no concreto pensado, que é um produto da análise cognitiva. Esse abstrato ou real por pensar é ainda caótico, necessitando, pois, de ordenação. Marx se utilizava do método dedutivo para afirmar que a base das estruturas sociais é material, e não ideal, como o queria Hegel. Assim, o motor da História seria o desenvolvimento das forças produtivas e suas relações de produção. Vale dizer, tal como afirmou Piaget, que a consciência dos sujeitos está nas operacionalizações do *ser* consciente. Por isso, os estudos humanos e sociais têm de, necessariamente, contemplar os reflexos operatórios, individuais e coletivos, da consciência. É o que Piaget chamou de (52/56) “*sujeito epistemológico, ou seja, o sujeito ativo e construtor de sua história, pois, toma consciência de seu processo gerador e operacional*”.

Esse “sujeito epistemológico” e suas operacionalizações estão diretamente ligados ao que nos mostrou Heller quando disse que (35/18-9)

o Homem nasce já inserido em sua cotidianidade. O amadurecimento do Homem significa, em qualquer sociedade, que o indivíduo adquire todas as habilidades imprescindíveis para a vida cotidiana da sociedade (...). É adulto quem é capaz de viver por si mesmo a sua cotidianidade (...). O adulto deve dominar, antes de mais nada, a manipulação das coisas (...) e a assimilação das coisas é sinônimo das relações sociais.

Só para lembrar, esse “nascer já inserido na cotidianidade” guarda considerável correlação com a conceituação de E. Durkheim sobre a *exterioridade dos fatos sociais*.

Para Cardoso & Vainfas, (18/) o comportamento humano e seus resultados são essencialmente diferentes dos fenômenos estudados pelas ciências naturais, o que impediria qualquer aproximação metodológica a estas últimas. Segundo os

autores, o postulado da natureza humana é o *Homo symbolicus* e não o *Homo faber*.

Os avanços científicos permitiram ganhos extraordinários, tanto para a produção de bens e serviços quanto para o próprio bem-estar material das pessoas. Por isso, a ciência ocupa lugar de destaque na vida moderna, mas muito menos a contribuir ela tem no processo de superação direta dos problemas individuais e sociais. Esta superação só poderá ser feita pela contribuição das humanidades, tais como a Ciência da Informação, cuja contribuição à compreensão das novas relações sociais, atuais e vindouras, será tanto maior quanto maior for a capacidade dos estudiosos da informação em destrinchar os processos informacionais e seu reatamento nas estruturas sociais. Não é que estas últimas sejam mais importantes do que as outras: são simplesmente diferentes, pois atuam em campos diferentes mas, vale frisar, complementares.

E as humanidades têm, diante de sua tarefa, um sério dilema, tal como nos mostrou Burke (16/28):

se explicarem (os historiadores) as diferenças nas atitudes conscientes ou nas convenções sociais, correm o risco da superficialidade. Por outro lado, se explicarem as diferenças no comportamento pelas diferenças na profunda estrutura do caráter social, correm o risco de negar a liberdade e a flexibilidade dos atores individuais no passado.

Burke sugere, como uma das saídas para o enfrentamento do dilema exposto, (16/28) o uso da noção de “hábito” de um grupo, utilizado por Pierre Bourdieu, que pode ser entendido como a propensão de seus membros para selecionar respostas várias de um determinado repertório particular, de acordo com as demandas de uma determinada situação. Segundo Burke, ao comparar o conceito de regras com hábitos, estes últimos levam vantagem por permitir que seus usuários reconheçam a extensão da liberdade individual, desde que de acordo com os limites previamente impostos pela cultura em que vivem. Vale dizer que a esfera individual se cruza e interage, amalgamando-se, com a esfera coletiva, sem que uma se sobreponha à outra, anulando-a. Entender como se dá esse processo talvez seja uma das principais funções das humanidades.

No que se refere à Ciência da Informação, tal entendimento pode ser pensado, por exemplo, na linha de estudiosos como Le Coadec. Para este autor,

(40/5) “a informação é um conhecimento gravado sob a forma escrita (*impressa ou numérica*), *oral ou audiovisual*”. A informação comporta, tal como entende o autor, um sentido e, por isso, possui um significado que (40/5) “*pode ser transmitido a um ser consciente, por meio de uma mensagem inscrita em suporte espaço-temporal*”, sendo que a inscrição que Le Coadic menciona é feita por um sistema de signos. Mas ao afirmar que toda informação é passível de gravação, Le Coadic acerta apenas parcialmente, segundo nosso entendimento. O autor não leva em conta, por exemplo, a informação olfativa ou a tátil, típica do mundo dos cegos. Senão, como Hellen Keller poderia ter aprendido a se comunicar com o mundo exterior?

O mundo globalizado é o mundo da comunicação em tempo (dito) real e de mudanças radicais das noções de espaço e de tempo em nossas mentes, pois, como disse Le Coadic (40/61),

não há mais distância que seja obstáculo à velocidade, nenhuma fronteira detém a informação (...) Os sistemas eletrônicos encurtam o tempo de execução das tarefas de busca e processamento da informação.

Ao diferenciarmos os componentes ou as funções dos sistemas de informação, cada vez mais automatizados, para Gomez (L),

o plano intencional das ações de informação desloca-se da ação primária entre sujeitos que em princípio partilhavam competências cognitivas e enunciativas equivalentes, ao plano de uma ação secundária, onde um agente (sujeito programador) relaciona-se com sistemas homens máquinas cujos componentes são operacionalmente equivalentes entre si (...) Em síntese, surgida na onda de uma crise da sociedade ocidental, a capacidade da informação de reprodução ou de mudança, depende de como fiquem posicionados nos espaços de produção e distribuição do saber e da informação, os agentes coletivos que melhor expressem as demandas e condições de um uso social da informação.

É neste mundo volátil, efêmero e virtual em que o fluxo crescente de informação é, ao mesmo tempo, causa e efeito de processos de alterações cognitivas, tal como queriam Brookes e Belkin, em que vivemos. A quantidade de informação por unidade de tempo, afirmou Le Coadic, tem se ampliado exponencialmente, mas pensamos que tal processo terá um fim, não só sob o ponto de vista físico, mas também e principalmente sob o ponto de vista da capacidade

humana de absorver e processar, adequadamente, a cada vez maior massa informacional. Aqui vemos, assim, um limite, uma fronteira que poderá deter a informação, ao contrário do que afirmou Le Coadic. Vale ressaltar que isso é apenas uma suposição futuroológica nossa, e como tal deve ser encarada essa idéia.

O uso da informação pode ser entendido como uma prática social, se levarmos em conta outra afirmação de Le Coadic, a de que (60/39):

Usar informação é trabalhar com a matéria informação para obter um efeito que satisfaça a uma necessidade de informação (...) O objetivo final de um produto de informação (...) deve ser pensado em termos dos usos dados à informação e dos efeitos resultantes desses usos nas atividades dos usuários.

Le Coadic comete, contudo, no nosso entender, um engano muito comum e que achamos por bem desmistificar: não podemos confundir informação com tecnologia da informação. O autor afirma que (40/90-1):

Todas as técnicas eletrônicas de informação possuem em comum o fato de emitir, receber, veicular e memorizar ou processar sinais elétricos, isto é, fluxo de elétrons (...) É informação tudo o que pode ser objeto de processamento digital.

Ora, como digitalizar a essência da dor, do amor, da ansiedade, da felicidade, da inteligência? Podemos, no máximo, descrever o que sentimos através de uma das linguagens a que nos referimos anteriormente - as universais e as potencialmente universais ou restringidas (e outras mais, se existirem). Podemos, no máximo, grafar o que sentimos e somos. Os analistas de sistemas não se preocupam com os significados, mas sim com os dados não qualificados. Essa preocupação é típica de outros ramos do saber humano, tal como a Ciência da Informação. A informação contida num quadro de Da Vinci ou num Réquiem de Mozart jamais será apreendida em sua totalidade, jamais será processada de igual modo em todos os recônditos do planeta e da alma. Assim, a mera tentativa de digitalização dessas informações ser-nos-á parcialmente válida, pois só parte delas poderá ser digitalizada e, por conseguinte, recuperada, apreendida e reconstruída cognitivamente ou, se preferir, representada significamente.

O termo *recuperação da informação* foi cunhado, segundo Saracevic, por Calvin Mooers, que afirmou que ele (Apud - X) “*engloba os aspectos intelectuais da descrição de informações e suas especificidades para a busca, além de quaisquer sistemas, técnicas ou máquinas empregados para o desempenho da operação*”. Para Saracevic, o conceito de *recuperação da informação* foi bastante proveitoso, já que no pós-Guerra o que se presenciou foi uma “*explosão informacional*” (A). E foi precisamente preocupações como a recuperação das informações que levaram os estudiosos da Ciência da Informação à busca da noção e eficácia informacional que, segundo Saracevic (B) “*foram e continuam, claramente, sendo derivados da perspectiva humana, ou de considerações do comportamento informativo, mais do que de perspectivas ou critérios tecnológicos*”. Assim, para o autor, (C) “*o principal critério para se focar a eficácia foi a relevância e/ou utilidade da informação. Mas, mais recentemente, tem-se escutado apelos por outros critérios – como qualidade, seletividade, veracidade, síntese, e/ou impacto da informação*”.

A falta de preparo do usuário para a leitura e interpretação de uma informação transmitida pode atuar como barreira para o processo de comunicação, o que torna o domínio dos códigos essencial. Durante a transmissão da informação, a mensagem pode até não ser entendida, mas sem ao menos os rudimentos da sintaxe do processo por parte dos agentes envolvidos, a informação dificilmente se há de realizar por inteiro ou ainda, talvez, o potencial receptor nem a entenda como informação transmitida: simplesmente não a entenderá. Por exemplo, podemos até não entender alemão, o que não nos permitirá captar uma informação qualquer que nos seja enviada neste idioma. Mas sabemos ler e podemos aprender alemão. Ou seja, podemos até não possuir o código lingüístico do alemão, mas possuímos os rudimentos básicos para identificar e, em seguida, para aprender este, ou qualquer outro código lingüístico.

E, para reforçar essa nossa hipótese, recorremos ao professor Dantas que afirmou que (22/76),

apenas o indivíduo que possa apresentar-se como portador de maior ou menor valor informacional comporá algum elo de um fragmento qualquer de mercado-rede: o executivo, o consultor, o pesquisador, o técnico, o professor, o criador publicitário, o produtor cultural, o desportista patrocinado, o advogado, o médico etc. - todos incorporados à imagem alienada do ‘consumidor’. Quanto ao indivíduo-

cidadão, aqui ele não tem lugar. Muito menos, a multidão miserável e excluída.

E é o próprio Dantas completa a idéia acima ao afirmar que a (22/52)

informação não se estoca, embora o linguajar comum possa adotar expressões como 'estoque de informação', 'armazenamento de informação' e outras metáforas semelhantes que, a rigor, atrapalham uma correta compreensão do fenômeno. O que se pode guardar ou estocar são os suportes materiais contendo dados, nas formas de sinais registrados ou gravados, que serão informação se e quando postos numa relação comunicativa. Uma biblioteca não contém informação, contém livros, tanto quanto uma garagem contém carros e não locomoção.

Embora seja uma colocação interessante, concordamos apenas parcialmente com Dantas. Pensamos que uma informação até pode ser estocada; basta que o receptor da mensagem tenha condições de decodificá-la e recuperá-la. Para um analfabeto, uma biblioteca realmente não contém informação alguma, mas para um alfabetizado sim, é só ele abrir um livro qualquer e resgatá-la de seu suporte. Assim, a informação existe para o receptor da mensagem, tal como afirma Umberto Eco.

A informação pode ser encarada, a partir de agora, como a qualificação seletiva de valores sógnicos que o *ser-que-pensa* receptor realiza ao interpretar a mensagem enviada pelo *ser-que-pensa* emissor. Essa mensagem é, necessariamente, carregada de codificações que se expressam através de uma das formas de linguagens anteriormente descritas (ou através de quaisquer outras, se houver), esteja esta linguagem sistematizada, como no caso das ciências ou das humanidades, ou não. Nossas idéias são, nesta ótica, a base constituinte de nossas representações. A ciência e sua metodologia são alguns dos alicerces no qual está assentado o pensamento humano e, por isso, a construção de nossas idéias, expressa corriqueiramente pelas variadas linguagens que nos utilizamos no dia-a-dia, é permeada, direta ou indiretamente, consciente ou inconscientemente, pelo menos no mundo ocidental, pelo racionalismo cartesiano.

Mas a significação humana, como queria Goldmann, é dada pelas humanidades e hoje, é fortemente influenciada pelo fluxo informacional. Assim, a metafísica e a ontologia sempre foram temas recorrentes na filosofia, mas a consciência também é um desses temas: uma consciência que é, para muitos, um

escapar-se de si mesmo. Assim, como operacionalizamos, à maneira de Piaget, nossa consciência, que para os fenomenologistas, é posicional? Uma pista nos foi oferecida por Sartre (58/69):

O quarto de uma pessoa ausente, os livros que folheava, objetos que tocava, não são por si mais que livros, objetos, isto é, realidades plenas: mesmo os rastros deixados pelo ausente só podem ser decifrados em uma situação na qual a pessoa já esteja designada como ausente (...) Se considerarmos em si e no espírito das teorias clássicas, essa imagem [*da ausência do dono do quarto, Pedro*] é determinada pela plenitude, fato psíquico concreto e positivo. Logo, será preciso formular um juízo negativo de duas faces: subjetivamente, para indicar que a imagem não é percepção, e objetivamente, para negar que Pedro, cuja imagem [*de ausência*] formo, esteja aí no presente.

A percepção que o leitor desenvolve sobre o que se passa em seu *Espaço Ideal* está, parece-nos, intimamente ligada à capacidade do *ser-interpretante* de transcender-se e fazer surgir no mundo o *ser-político*, a partir do fluxo informacional à sua disposição. Ainda que este *ser-político* não seja matéria plena, mas possa ser a ausência constitutiva do contraditório do *ser-interpretante* no *Espaço Ideal*, sua atuação se faz presente na sociedade, mesmo por omissão. Essa transcendência do *ser-interpretante*, que pode levá-lo a metamorfosear-se em *ser-político*, foi assim explicada por Sartre, ao comentar as “intenções vazias” de Husserl, parte constitutiva da percepção do *ser* (58/70):

Como a matéria que deveria preencher as intenções vazias não é, não pode motivá-los em suas estruturas. [*no caso, são as estruturas do quarto de Pedro*] E como as demais estruturas são plenas, tampouco podem motivar intenções vazias como tal (...) Para que uma intenção seja vazia, é preciso que seja consciente de si comovazia, e precisamente vazia da matéria que visa. Uma intenção vazia constitui-se na medida em que designa sua matéria como inexistente ou ausente. Em suma: intenção vazia é uma consciência de negação que se transcende a um objeto por ela designado como ausente ou não existente. Assim, qualquer que seja a explicação que lhe dermos, a ausência de Pedro requer, para ser constatada, ou sentida, um momento negativo pelo qual a consciência, na ausência de toda determinação anterior, constitui-se como negação.

Para Sartre, o *ser* da consciência é a liberdade, liberdade para sermos o que quisermos e, por isso, (58/78)

o nada que separa motivo [*do porquê sermos livres*] e consciência, caracteriza-se como transcendência na imanência; ao produzir-se a si como imanência, a consciência nadifica o nada que a faz existir como transcendência.

Ora, se a imanência consciente do *ser* é engendrada por sua negação, ou seja, pelo *não-ser* nadificado a partir do posicionamento ausente do ser original, então podemos concluir que o *ser* só existe enquanto tal na transcendência de si e no seu posicionar-se em relação ao mundo. A grosso modo, podemos dizer que é mais ou menos isso o que ocorre na mutação, por nós teorizada, do *ser-interpretante* em *ser-político*, no *Espaço Ideal*.

Talvez por esta existência essencial originada do posicionar-se consciente, que alguns psicólogos afirmem que o comportamento não tem oposto, ou seja, não existe um não-comportamento. Um indivíduo não pode “não se comportar”: não fazer nada já é um comportamento (posicional). Analogamente, alguns estudiosos dos processos comunicacionais dizem que não existe situação não-comunicacional: o silêncio também tem o seu discurso. Também não existe, podemos acrescentar ao raciocínio acima, um posicionamento a-ideológico, já que ideologia é o próprio posicionar-se, ativa ou passivamente, crítica e seletivamente, perante o mundo. E a comunicação, ao produzir uma troca de informações entre os *seres discursivo e interpretante*, induz esses mesmos seres a um dado comportamento, a discursos e práticas sociais, que por sua vez exigem doses cavalares de agentes éticos, com valores éticos.

Para Chauí, agente ou sujeito ético é um (73/33) “*ser racional e consciente, que sabe o que faz, é um ser livre que decide e escolhe o que faz*”. Chauí nos mostra, também, que, para ela, uma açãoética (73/33) “*guia a conduta, estabelecendo a diferença entre justo e injusto, bom e mau, vício e virtude*”. No entender da autora, uma ação (73/33)

só será considerada ética se for consciente, livre e responsável e só será virtuosa se for realizada em conformidade com o bom e o justo. A açãoética só é virtuosa se for livre e só será livre se for autônoma, isto é, se resultar de uma decisão interior ao próprio agente e não vier da obediência a uma ordem (...) Autônomo é aquele capaz de dar a si mesmo as regras e as normas de sua ação. O agente não age em conformidade consigo mesmo e sim em conformidade com algo que lhe

é exterior e que constitui a moral de sua sociedade. Esse conflito só pode ser resolvido se o agente reconhecer os valores morais de sua sociedade como se tivessem sido instituídos por ele (...) A subjetividade ética é uma intersubjetividade.

Já no século XVIII, Rousseau dizia que o Homem mais livre é aquele que guarda mais relações com seu semelhante e, Proudhon, no século XIX, afirmava que a maior liberdade possível de alguém era encontrar na liberdade alheia não um limite intransponível, mas um poderoso auxiliar.

Mas a ética é algo, infelizmente, em falta no mercado. O mundo do “o que é meu é meu, o que é seu é nosso” ou do “sabe com quem está falando” ou mesmo do “o importante é levar vantagem em tudo”, cresce exponencialmente. Nossa ética não espelha mais um desejo universal de beleza e justiça, mas ações pontuais de alguns indivíduos e/ou de alguns grupos sociais e/ou de algumas instituições (públicas e privadas). Mais do que uma ideologia pré-fabricada, a fragmentação de uma ética universal e éticas setorializadas pode ser mais um sinal de debilidade e alienação. Com isso, para Chauí (73/34),

fragmentada em pequenas éticas locais, a que se reduz a ética? Passa a ser entendida como competência específica de especialistas (as comissões de ética) que detêm o sentido das regras, normas, valores e fins locais e julgam as ações dos demais segundo esses pequenos padrões localizados.

Ou seja, perde-se de vista, com a fragmentação ética aqui mencionada, uma atuação coletiva-interativa dos agentes sociais, se tomarmos por verdadeira esta visão pós-moderna das práticas e discursos sociais.

Para Chauí (73/36),

a cidadania, definida pelos princípios da democracia, constitui-se na criação de espaços sociais de luta (movimentos sociais) e na definição de instituições permanentes para a expressão política (...) A cidadania passiva, outorgada pelo Estado, se diferencia da cidadania ativa, na qual o cidadão, portador de direitos e deveres, é essencialmente criador de direitos para abrir novos espaços de participação política.

A cidadania pressupõe, obrigatoriamente, uma atuação jurídico-política, ética e ativa, por parte do indivíduo, dos grupos e movimentos sociais e das instituições

públicas e privadas. É justamente essa atuação que faz com que consigamos gestar e gerenciar o que, genericamente, podemos chamar de espaço social, um espaço dimensionado, flexionado e remodelado, dentre outros fatores, pelo fluxo informacional à nossa disposição. Vale dizer que o processo de leitura e interpretação do mundo, onde a informação atua como um elemento reflexo-refletidor, é realizada, em boa medida, pela relação signo-discursiva entre os *seres discursivo e interpretante*.

No entender de Bourdier, podemos (15/133)

representar o mundo social em forma de um espaço (a várias dimensões) construído na base de princípios de diferenciação ou de distribuição constituídos pelo conjunto das propriedades que atuam no universo social (...) Os agentes e grupos de agentes são assim definidos pelas suas posições relativas neste espaço. Cada um deles está acantonado numa posição (...) numa região determinada do espaço.

Para o autor (15/135),

pode-se descrever o campo social como um espaço multidimensional de posições tal que qualquer posição atual pode ser definida em função de um sistema multidimensional de coordenadas.

Ou seja, cada agente social adquire sua funcionalidade, e eventualmente a refuncionaliza, a partir de determinados parâmetros ideológicos, os quais fundam as posições assumidas por cada um desses agentes.

Ora, o posicionar-se do *ser-interpretante*, fazendo surgir no mundo seu próprio *ser-político*, é a pedra de toque do processo metamórfico no campo social das idéias políticas. A informação, neste processo, pode ser encarada como o produto desse posicionamento e, ao mesmo tempo, a causa dele, já que é a base subsidiadora da relação dos *seres discursivo e interpretante*. Afinal, o *ser-político* é o agente transformador do *Espaço Ideal*, mas não há muitas possibilidades disso acontecer sem que o *ser-interpretante* se informe para se formar e se transformar, pois, no *ser-político*.

O *ser-político* atua no nível representacional da política e, vale lembrar que, como afirmava Platão, a representação não é a coisa em si, mas sim o que dela podemos apreender. Assim, o *ser-político* atua ideologicamente no *Espaço Ideal* de modo diretamente proporcional à sua capacidade (crítica) de processar, cognitivamente, as informações circulantes - tais como as informações chárnicas - e de, com isso, construir e reconstruir suas representações ideológicas.

O campo político, para Bourdieu (15/164),

é o lugar em que se geram, na concorrência entre os agentes que nele se acham envolvidos, produtos políticos, problemas, programas, análises, comentários, conceitos, acontecimentos, entre os quais os cidadãos comuns, reduzidos ao estatuto de 'consumidores', devem escolher, com probabilidades de mal-entendido, tanto maiores quanto mais afastados estão do lugar de produção.

Não por outro motivo, duas das tarefas mais urgentes no mundo atual são a democratização (já referida anteriormente) da informação e a busca de canais que possibilitem, real e efetivamente, uma democracia direta, um sistema político que incentive uma cidadania ética e ativa, que incentive uma cidadania que expresse os anseios das pessoas e que as satisfaça.

No entender de Bourdieu, (15/165) "*os produtos oferecidos pelo campo político são instrumentos de percepção e de expressão do mundo social*". Tais produtos é que farão uma revolução no *Espaço Ideal*, promovendo, para Bourdieu (15/171) "*a autonomização do campo de produção ideológica*" que é, para o autor, (15/171) "*uma relação do direito de entrada no campo*" (político). É por isso que Bourdieu afirma que (15/175) "*a produção das idéias acerca do mundo social acha-se sempre subordinada de fato à lógica da conquista do poder*", o que só reforça, para os efeitos desta dissertação, o viés ideológico da informação em geral, e da informação das charges políticas em particular como um poderoso elemento de transmissão de valores e de formação da consciência do *ser-político*, originada a partir das projeções posicionais do *ser-interpretante*.

A formação política histórica do *ser-interpretante*, para Gomez (X),

teria um mapa próprio de espaços de produção cognitiva e comunicacional, desenhado pelas posições relativas dos agentes coletivos que o definem e o disputam com suas estratégias de poder, e conforme a natureza e o grau de apropriação, por esses agentes, das disponibilidades materiais, técnicas e informacionais desse espaço. Assim, a formação de um “nós”, num processo de agregação social resultante de fins, interesses e atributos comuns, pareceria ser a condição da geração de orientações semióticas e esquemas de ação, e de sua transferência a situações de uso ou aplicação.

Só detém poder quem detém informação. Assim, Bourdieu afirma que (15/185) “*capital político é uma forma de capital simbólico*”, (...) [pois] “*em política, ‘dizer é fazer’, quer dizer, fazer crer que se pode fazer o que se diz*”. O poder simbólico, para Bourdieu, (15/185) “*é um poder que aquele que lhe está sujeito dá àquele que o exerce*”. É este poder simbólico o poder por excelência do *Espaço das Idéias Políticas*; mas é um poder que o *ser-político* não deve só outorgar, mas também e sobretudo exercê-lo; o poder que é função direta dos discursos produzidos pela semiose social, pelo fluxo informacional gerador de conhecimento. Não é à toa que Belkin e Robertson afirmam que (D) “*o propósito da Ciência da Informação é facilitar a comunicação de informações entre seres humanos*”, o que gerará, por inevitável, um mapa próprio de espaços de produção cognitiva, como já nos mostrou Gomez.

4- O discurso jornalístico e a produção do sentido pelas charges: uma representação ideológica

Nunca houve tanta informação no mundo: jornais impressos, televisão, rádio, revistas, internet, livros, publicidade, cinema, teatro, exposições etc. Mas será que estamos bem informados? Será que quantidade de informação é o mesmo que qualidade de informação? Ou será que a excessiva massa informacional que nos chega diariamente está mesmo causando o que alguns psicólogos vêm chamando de “Fadiga da Informação”? Estar informado é estar, obrigatoriamente, formado? O avanço das tecnologias da informação nos têm levado a uma democratização da informação produzida ou, em outras palavras, será que mais tecnologia é sinônimo de melhor qualidade do e no fluxo de informação? Estamos aptos a acolher toda essa massa de informações? Temos resistência psíquica e capacidade de assimilação frente à avalanche de estímulos informacionais?

O uso da informação pode ser encarado como uma prática social. Ou seja, é perfeitamente possível tomarmos a informação como um artefato, pois, além de produzida pelo Homem, é um produto destinado a satisfazer uma necessidade humana e que o subsidia em outras várias atividades, como a criação de suas várias representações, sendo ela mesma, informação, passível de tornar-se uma representação.

No mundo da informação, no *Espaço das Idéias Políticas* ou *Espaço Ideal* podemos, pois, afirmar que o sentido ideológico do que se quer transmitir está na não-informação, na informação implícita, no que se deixou de transmitir, na retórica do silêncio, bem mais do que naquilo que foi dito. Tal idéia fundamenta-se na concepção de Shannon e Weaver que afirmaram que a informação mais a tem a ver com o que se pode dizer do que com o que se diz (A). Segundo Paulo Freire, (45/32) ler é dialogar com o autor, é tornar-se íntimo dele e recriar o texto do outro.

Seguindo o mesmo raciocínio, Alencar disse que (45/32) a elaboração de novas idéias é feita a partir do que foi lido, sempre de acordo com o contexto do leitor.

As várias imagens (representacionais) que criamos - tanto do que foi dito, quanto do que se pode dizer - através de nossa senso-percepção têm, na forma, boa parte de sua expressão informativa. A informatividade é, pois, condicionada pela forma dada às mensagens que nos chegam. É o que nos mostra a filosofia das formas, a *Gestalt*, cujo alicerce é justamente a Fenomenologia, corrente filosófica por nós adotada nesta dissertação. Aranha & Martins nos mostram que, para os fenomenologistas, (07/192-3)

toda consciência é intencional. Isso significa que não há pura consciência, mas toda consciência tende para o mundo. Da mesma forma, não há objeto em si independente de uma consciência que o perceba (...) A Gestalt é uma psicologia derivada de uma tendência empirista cujo objetivo é o de reduzir a percepção a uma análise rigorosa, até encontrar o 'átomo' psíquico fundamental (...) Essa tendência que o sujeito tem para organizar aquilo que é percebido significa impossibilidade de existir um fato bruto, pois o objeto nunca aparece na percepção tal como existe em si. Ele é elaborado: o sujeito estrutura organicamente coisas apenas justapostas ou leva à perfeição formas apenas esboçadas.

Ainda no que toca a questão formal, Ostrower afirma que (50/44)

os contornos funcionam como limites (...) ao mesmo tempo que delimitam e contém um espaço interno, isolando-o do meio-ambiente, determinam a sua forma. Esta última significa organização, estrutura, ordenação.

No entender da autora, (50/30)

descobrir o espaço e descobrir-se nele representa para cada indivíduo uma experiência a um só tempo pessoal e universal (...) Através de nossa sensação de estarmos contidos num espaço e de o contermos dentro de nós, de o ocuparmos e o transpormos, de nele nos desequilibrarmos e reequilibrarmos para viver, o espaço é vivência básica para todos os seres humanos.

Para Ostrower (50/30), o que nos afeta intimamente precisa assumir uma imagem espacial para chegar ao nosso consciente: é o que fazemos, segundo a autora, ao afirmarmos que alguém é superficial ou profundo, fechado ou expansivo

etc. Imagem e espaço imbricam-se no consciente e, desse amalgamento, nascem várias de nossas imagens e nossas representações. Para Lessa, podemos observar que (42/68) *“todo ato de percepção caminha para a dimensão conceitual (...) onde se completa. Sempre se dá um reconhecimento de formas através de um recurso a conceitos”*.

O embasamento informacional é de suma importância para que construamos nossas edificações conceituais e teóricas. Já discutimos, de modo resumido, as idéias dos primeiros semiólogos, tais Pierce, Saussure e Barthes. Mas o aprofundamento desta discussão requereu, a bem da abordagem aqui apresentada, um mergulho ainda mais profundo nos modernos diálogos semiológicos, de autores como Pierre Charaudeau e Umberto Eco. Dito isto, passaremos, pois, mais detidamente, a discutir a Análise do Discurso (AD) e a Produção do Sentido Social, a Semiose. O ponto de partida (ou ao menos um deles) para uma Análise do Discurso ou, como prefere denominar o professor Milton Pinto, uma Análise dos Discursos Sociais, é o uso da *Teoria da Lingüística Estrutural*. Para Saracevic (Y)

os estudos acadêmicos da comunicação são tão antigos quanto a filosofia. No estudo da retórica por Aristóteles e por outros filósofos, o interesse era o discurso público, não apenas como arte de persuasão, mas também como uma área de estudo voltada para a natureza da comunicação e os efeitos decorrentes.

Para o professor Pinto (66/1) o estruturalismo lingüístico foi o estudo da língua pela língua, independente do contexto social onde foi gerada e é utilizada e independente das condições subjetivas de seus agentes, o que vai ao encontro às modernas teorias dos discursos sociais. Segundo Pinto, esta descontextualização prejudicou as primeiras análises, pois, retirou do texto, muito das (66/3) *“marcas que o ligam à situação em que foi produzido”*. É por isso que Pinto afirma que, implícita ou explicitamente, cada situação comunicacional gera certas regras (66/5) *“sobre os conteúdos e formas de expressões a serem utilizados, aos quais emissores e receptores devem adaptar-se, sob pena do processo de comunicação ficar bloqueado ou ser considerado inválido”*. Assim, nas palavras de Pinto (66/6):

Este conjunto de regras, que fazem parte do aprendizado dos indivíduos na sociedade, pois são transmitidos por herança cultural,

funciona em diversos níveis de consciência, que vão do hábito (inconsciente social) à consciência, como matriz geradora de textos.

Ou, para lembrarmos Jean Piaget, as regras de que nos falou Pinto são originadas pelo sujeito epistemológico, aquele que operacionaliza os signos do dia-a-dia e os refuncionaliza, quando necessário, tal como quer Agnes Heller.

Vale, neste ponto, darmos um pequeno corte. Como operam esses “diversos níveis de consciência” de que nos falou o professor Pinto? Como chegamos à essa “consciência”? O que é isso que chamamos de “consciência”?

A consciência é, para Sartre, *consciência de* alguma coisa. Assim, no dizer do autor (58/33):

Ou a consciência é constitutiva do ser de seu objeto, ou então a consciência, em sua natureza mais profunda, é relação a um ser transcendente (...) Ser consciência de alguma coisa é estar diante de uma presença concreta e plena que não é a consciência. Sem dúvida, pode-se ter consciência de uma ausência. Mas esta ausência aparece necessariamente sobre um fundo de presença (...) Se o ser pertence à consciência, o objeto não é a consciência, não na medida em que é outro ser, mas enquanto é um não-ser.

Lembre-mos de que, para Sartre, a aparência é infinita e com sucessivas essências e essas aparições (58/33)

não podem dar-se todas ao mesmo tempo (...) a ausência real de todos esses termos, exceto um, constituem o fundamento da objetividade. Presentes, essas impressões - que fossem em número infinito - iriam fundir-se no subjetivo: é sua ausência que lhes confere o ser objetivo. Assim, o ser do objeto é puro não-ser. Define-se como falta.

Dizer que a consciência é *consciência de* alguma coisa é dizer, no entender de Sartre (58/34-35),

que a transcendência é estrutura constitutiva da consciência, quer dizer, a consciência nasce tendo por objeto um ser que ela não é (...) Mas é preciso que esta consciência (de ser) consciência se qualifique de algum modo, e ela só pode qualificar-se como intuição reveladora, caso contrário nada será. Ora, uma intuição reveladora pressupõe algo revelado. A subjetividade absoluta só pode constituir-se frente a algo revelado, a imanência não pode se definir exceto na captação de algo transcendente (...) A consciência exige apenas que o ser do que aparece não exista somente enquanto aparece.

Assim, conclui Sartre que (58/122)

o ser da consciência (...) é um ser para o qual, em seu ser, está em questão o seu ser. Significa que o ser da consciência não coincide consigo mesmo em uma adequação plena. Essa adequação, que é a do Em-si, se expressa por uma fórmula simples: o ser é o que é. Não há no Em-si uma só parcela de ser que seja distância com relação a si.

A “*consciência de...*” é o que nos faz ver o que falta aos outros objetos para serem plenos, para serem o que são. É a percepção da falta que nos dá a compreensão do mundo tal como ele nos parece ser. Mas a *falta de* não é uma propriedade do Em-si, pleno de positividade: só aparece no mundo pela realidade humana; só no mundo humano há *falta de* alguma coisa. Para Sartre (58/136),

o ser que se dá à intuição da realidade humana é sempre aquele ao qual falta alguma coisa, ou existente. Por exemplo: se digo que a lua não está cheia e lhe falta um quarto, formulo esse juízo sobre a intuição plena de uma lua crescente.

Essa lua crescente é, desse modo, o *ser-Em-si* do exemplo sartreano, captado a partir da transcendência de uma realidade humana, rumo ao projeto de totalidade do *ser-lua*, ou seja, da lua-cheia. Só podemos afirmar que a lua está crescente, minguante ou nova, em contraposição à lua-cheia. Esta totalidade, a da lua-cheia, é, pois, o fundamento das outras fases da lua, aqui citadas. Por isso, Sartre afirma que (58/137) “*no mundo humano, o ser incompleto que se dá à intuição como faltante é constituído em seu ser pelo faltado - ou seja, por aquilo que ele não é (...) o que não é, determina o que é*”. É o faltante, o ser ausente que fundamenta o ser presente, que dá o sentido às coisas do mundo.

A consciência e suas representações são, assim, se tomadas por verdadeiras as afirmações sartreanas, nosso instrumento contextualizador. Para o professor Pinto, (66/6) “*o conceito básico para se contextualizar uma análise de discursos é o de condições de produção*”. Tais condições abarcam “*não somente a produção propriamente dita, mas também a sua circulação e o seu consumo*”; é o que Pinto chamou de “*Postulado da Economia Política do Significante*” (66/6). Ou seja, cada análise do discurso possui um nível de abstração próprio e não-fixo; cada discurso é particular em sua produção e geral em sua circulação e consumo.

No que tange à imprensa ou os “media”, a Economia Política do Significante possui dois aspectos básicos, se levarmos em conta a perspectiva funcionalista apresentada por Fausto Neto (65/11-12):

1- na esfera emissional - diz respeito à capacidade exclusiva da emissão em gerar efeitos previstos e lineares à recepção; se estendermos essa capacidade de gerar agendas às instituições, teremos os pressupostos da “Agenda Set ou Setting”.

Vale dizer que, nesta perspectiva, o *ser-interpretante* é tido quase como uma tábula rasa, um ser passivo. As instituições dominam o indivíduo - o que é apenas parcialmente verdadeiro - e, por isso, representam a ideologia dominante, via o controle do fluxo do sentido informacional da sociedade. Assim é, para Fausto Neto, que (65/11-12) *“através de um processo seletivo e de hierarquização dos acontecimentos, os media teriam capacidade de oferecer o que os indivíduos devem (e como) pensar na cotidianidade”*.

2 - na esfera receptiva - nesta perspectiva, o receptor não é passivo (66/5) *“ele adquire vida e seleciona a mensagem, daí expressões como ‘comunicação de massas’, ‘audiência’ etc. (...) não obstante o poder de transmissão/proposição e de agendamento da esfera emissional, os receptores subordinam as mensagens e suas respectivas adoções, às suas esferas de interpretação e de julgamento”*. Cada receptor possui sua própria estratégia interpretativa. O que nos remete à necessidade que os indivíduos têm de aprender através de suas operacionalizações, tal como nos mostraram Piaget e Heller. O receptor interpreta, mesmo influenciado pelo coletivo.

Assim, se levarmos em conta a relação indivíduo-coletivo nos processos comunicacionais, afirma Fausto Neto, que aqueles processos são (65/11-12):

1 - relacionais - pois emissor e receptor são produtores de significados, uma vez que são, ambos, produtores de mensagens;

2 - circulares - pois *“no interior de um determinado processo semântico e simbólico, têm”* [emissor e receptor] *“capacidade de endereçar entre si, respectivamente, suas mensagens”*.

Em que pese o acerto da relacionalidade dos processos comunicacionais, o aperfeiçoamento da circularidade retrocitada tem continuado através do avanço

tecnológico, tal como a interatividade informacional, via a troca de informações por e-mails. Mas vale lembrar, em especial para os objetivos de nossa dissertação, que talvez nem toda comunicação seja dotada de circularidade. O retorno que o *ser-interpretativo* oferece ao *ser-discursivo* é, por vezes incompleto ou falho, quando não nulo. Qual o retorno, efetivo, que o leitor de jornal dá ao chargista, ao interpretar a charge feita por este último? A relacionalidade se deu, mas onde entra neste processo, a circularidade? A não ser que a charge chegue ao leitor via internet, ou que haja uma aferição por pesquisa de opinião, ou que este tenha acesso direto ao chargista, a cadeia, neste caso, é quebrada.

Ainda no que tange aos processos comunicacionais, Fausto Neto discorre sobre dois dos principais modelos de comunicação. A saber (65/11-12):

1 - linear - a mensagem gera um só efeito o que, para o autor, é uma visão equivocada, pois, se sabe que um mesmo discurso é suscetível de gerar vários efeitos. O leitor não é uma tábula rasa: é um interpretante polifônico.

2 - publicitário - “supõe que a mensagem em oferta tem o poder de universalizar seus conseqüentes efeitos”, o que leva à idéia - falsa - de que todos os indivíduos-receptores desenvolvem os mesmos mecanismos de apropriação das mensagens em oferta. Isso nos leva, para Fausto Neto, ao “*sujeito coletivo*” das campanhas governamentais, o que é falso, pois desconsidera a polifonia interpretativa constitutiva e constituinte do receptor. O processo de comunicação é, assim, uma guerra de discursos, enunciados e de produção de sentido entre seus agentes, ou seja, entre o emissor e o receptor da informação transmitida.

A comunicação de que tratamos nesta dissertação é direcionada para a informação jornalística, vista sob o prisma chágico. Assim, vale dissecarmos um pouco a informação *massmediatizada*.

Para Traquina, dissertando sobre a *Teoria Hipodérmica*, surgida nos anos 30, (87/190) “as mensagens têm um impacto direto nas pessoas, produzindo inevitavelmente comportamentos prognosticáveis”. Segundo essa teoria, o emissor *massmediatizado* tem o poder de direcionar o comportamento do público, daí o prognóstico, o que é apenas uma meia verdade, caso contrário, estaríamos

ignorando as sucessivas essências do *ser-que-pensa*, a partir de suas infinitas aparências existenciais: a subjetividade mutante é a base constitutiva e constituinte do *ser*. Por conseguinte, como concordar com os teóricos hipodérmicos ao afirmarem, no relato de Traquina que (87/190) “*cada indivíduo é um átomo isolado que reage isoladamente às ordens e às sugestões dos meios de comunicação de massa monopolizados*” ? E as interações dos sujeitos sociais, inexistem?

A Teoria Hipodérmica dominou os debates comunicacionais até os anos 60, perdendo então lugar para a *Teoria dos Efeitos Limitados*, constituidora de um novo paradigma. Para Traquina, (87-191) o papel dos *media* consistiria, nesta ótica, numa cristalização e reforço das opiniões existentes e não em suas alterações. Isso ocorreria porque (87/191) “*se a mensagem entra em conflito com as normas do grupo, a mensagem pode ser rejeitada*”. As pessoas consomem as informações de forma seletiva, numa seleção nem sempre escolhida pelo *ser-interpretante*. Cohen disse que (87/192)

a imprensa pode, na maior parte das vezes, não conseguir dizer às pessoas como pensar, mas tem, no entanto, uma capacidade espantosa para dizer aos seus próprios leitores sobre o que pensar. O mundo parece diferente a pessoas diferentes, dependendo do mapa que lhes é desenhado pelos redatores, editores e diretores do jornal que lêem.

Na verdade, não importa tanto o paradigma comunicacional com o qual nos identifiquemos. Em maior ou menor grau, o paradigma Hipodérmico, o Limitado, ou qualquer outro, atribuem um poder aos *massmedia* que excede a mera transmissão de informação: os *media* influenciam diretamente a visão de mundo do leitor. Se considerarmos este leitor um *ser-que-pensa (ativo)*, ainda que rejeite a mensagem, ele pode perfeitamente dela se utilizar para criar suas representações cognitivas, seus mapas conceituais sobre o mundo. O contraponto é também um instrumento informativo e formativo.

A partir dos anos 70, o mundo da comunicação jornalística viu surgir mais um novo paradigma, o “Agenda Setting”, que foi, essencialmente, (87/192-3) um estudo do papel dos *media* na formação da cognição coletiva. A idéia foi estudar a relação causal entre a agenda *massmediatizada* e a agenda pública. Segundo Traquina, o “Agenda Setting” possui três componentes básicos (87/193-4):

1 - agenda mediática - estudo dos conteúdos dos *media*;

2 - agenda pública - estudos que conceitualizam a relativa importância dos diversos acontecimentos por parte dos membros do público;

3 - agenda política - estudos da agenda coletiva das entidades governamentais.

No entender de Traquina, o campo jornalístico é (87/194-5) *“um conjunto de relações entre agentes especializados na elaboração de um produto específico conhecido como informação”*. É claro que é uma visão parcial e que toma o produto jornalístico como se fosse a *informação*, única e definitiva, como se não houvesse, aparentemente, qualquer outro tipo de informação. Notícias são construções narrativas que seguem a orientação ideológica de quem as construiu. No nosso entender, os *media* não controlam as representações conscientes dos leitores ao, por exemplo, privilegiar um tema qualquer, em detrimento de outro. Schudson disse que (87/201 [apud SHUDSON])

o poder dos media não está só (nem principalmente) no seu poder de declarar as coisas como sendo verdadeiras mas no seu poder de fornecer as formas sob as quais as declarações aparecem.

O fluxo informacional é decisivo na formação de várias das redes sociais hoje observadas. E dentre essas várias redes sociais existentes, umas das mais evidentes e poderosas é a rede dos *massmedia*. Para Mouilland, a rede de informações jornalísticas envolveu o mundo num (49/32) *“fluxo imaterial que está em perpétua modificação”* [o que nos faz recordar a mais-valia imaterial, de que nos falou Negri] *“ (...) Uma rede que não impõe ao mundo apenas uma interpretação hegemônica dos acontecimentos, mas a própria forma do acontecimento”*.

E o que é uma informação jornalística? É o próprio Mouilland que tenta nos responder ao afirmar que (49/38-9) *“é o que é possível e o que é legítimo mostrar, mas também o que devemos saber, o que está marcado para ser percebido”*. Sendo que este percebido nem sempre está explícito; às vezes é o que se quer esconder. A não-informação ou informação implícita das charges políticas é um exemplo disso. Sendo um retrato de um acontecimento, não expõe o processo e, assim, pode o leitor ser levado a tirar conclusões equivocadas. Mouilland afirma, ainda, que (49/38-9) *“existe um caráter imperativo na informação”*. A imperatividade da informação

pode até vir do *ser-discursivo*, mas o mesmo não acontecerá da parte do *ser-interpretativo*, se este rejeitar a mensagem transmitida e/ou não reconstruí-la quase que totalmente. Neste caso, a mensagem do *ser-discursivo* não encontra eco no *ser-interpretante*.

É justamente esta possibilidade reconstrutiva da informação e da mensagem, típica da polifonia interpretativa do *ser-que-pensa-interpretante*, que levou Mouilland a nos fornecer uma outra interpretação possível para o termo informação (49/51): “A informação não é o transporte de um fato, é um ciclo interpretativo de transformações”. Ao menos a informação jornalística, bem entendido.

As transformações aqui citadas são, em boa medida, originadas, para Iser, (77/85) das contingências da interação entre os agentes comunicacionais, pois, segundo o autor, (77-85) “os planos de conduta de cada parceiro são concebidos separadamente e, assim, é o efeito imprevisível sobre o outro que provoca tanto as colocações táticas e estratégicas, quanto os esforços interpretativos”. Ou seja, nas palavras de Iser, (77/88-9) “a relação interativa no mundo social deriva da contingência dos planos de conduta (...) da impossibilidade de experimentar-se (...) da conduta alheia e não da situação comum ou das convenções que reúnem os parceiros”. Não por outro motivo, o autor afirma que o (77/90) “o processo de comunicação se relaciona, não através de um código, mas sim através da dialética movida e regulada pelo que se mostra e se cala”. Vale dizer: a comunicação se relaciona através da informação (o que se mostra) e da não-informação (o que se cala; as entrelinhas subliminares).

Todo discurso, implícito ou explícito engendra um sentido, e este só pode ser concebido e entendido a partir do arcabouço cultural em que foi gerado. Ou seja, a semiose social ou produção do sentido dos discursos sociais é função direta do caldo de cultura em que foi gestada e onde atua. A lingüística estrutural tradicional estudou a língua pela língua, uma língua teórica, gramatical, não usual, sem contextualizá-la socialmente. Essa contextualização só veio a ocorrer a partir da análise dos discursos sociais.

Para Frege (60/177),

a representação associada a um signo deve ser distinguida da denotação e do sentido desse signo. Se um signo denota um objeto perceptível por meio dos sentidos, minha representação é um quadro interior, constituído pelas lembranças das impressões sensíveis e das ações externas ou internas a que me entreguei.

Deduzindo ou induzindo, o *ser-que-pensa* recria o objeto cognitivamente e, assim, constrói suas representações. Já o signo, dentro desta ótica fregeana, é de uso comum, convencional, não sendo, portanto, uma representação.

Mas Verón discorda de Frege ao afirmar que (60/177) “*o sentido é alguma coisa que não pertence à ordem da consciência subjetiva*”. Para Verón, a representação associa-se ao domínio da denotação e não ao domínio da subjetividade. Ao fazer este tipo de afirmação, Verón nos leva à idéia de que a representação talvez não seja oriunda da consciência das atividades cognitivas-informacionais do sujeito, mas sim de que ela é engendrada pelo sentido produzido pelos agentes sociais. Mas e se o sentido produzido estiver em desacordo com a ideologia do sujeito? Será que neste caso a representação será completada pelo *ser-interpretante*, tal e qual o *ser-discursivo* desejou ou será que o *ser-interpretante* irá construir sua própria representação? Neste caso, a representação seria sim, plena de subjetividade. Assim, parece-nos, a questão representacional-informativa é tão dependente do contexto (denotação) do processo comunicativo, quanto da subjetividade de seus agentes.

Segundo Verón (60/179),

o sentido concerne à produção do dispositivo significante: quando se emprega uma expressão em lugar de outra, o sentido muda. A denotação concerne ao ‘mundo’ construído pela linguagem e toda linguagem constrói o mundo, quer seja ele proposto como imaginário ou como real, como abstrato ou como concreto, como significante ou como ‘puramente’ material. A esse mundo chamaremos a ordem das representações (...) O problema que se coloca é o de saber como tal dispositivo é socialmente produzido.

A semiose, ou seja, o processo de produção do sentido dos atos e pensamentos dos Homens em sociedade é fator importante do desenvolvimento social. Verón definiu semiose como (60/180)

uma ação ou influência que é, ou implica, a cooperação de três sujeitos, a saber: um signo, seu objeto e seu interpretante, relação ternária que não pode de modo algum resolver-se em ações entre pares.

Não por outro motivo, no entender de Pierce, a natureza de toda semiose é infinita, afinal (60/182),

é oriunda do caráter intercambiável dos três termos, signo, objeto, interpretante: o termo que, de um certo ponto de vista é interpretante, torna-se de um outro ponto de vista objeto ou signo, e o mesmo ocorre com os dois outros termos. A semiose se demonstra ser, assim, uma rede infinita de posições funcionais que define, a cada momento de sua economia, a relação ternária cujo sentido se faz.

E se, como dizem os fenomenologistas, toda consciência é posicional, pois toda consciência é consciência de alguma coisa, vale dizer que a imanência do *ser-que-pensa* é determinada pela transcendência posicional de seu *ser*, no processo contínuo de sua *nadificação* e engendramento da consciência aqui referida. O fundo de ausência sartreano, a partir do qual representamos o nosso *objeto-ser* – as charges políticas, no caso da presente dissertação, é a percepção consciente do *ser-interpretante* que, em sua projeção rumo ao discurso do *ser-discursivo*, capta um *ser* que *não é*, apenas *parece ser*: a representação.

Mas, como disse Sartre, o futuro dificilmente pode ser uma representação já que, quando isso ocorre, o futuro está (58/178)

tematizado e deixa de ser meu porvir para transformar-se no objeto indiferente de minha representação. Além disso, mesmo representado, não pode ser o 'conteúdo' de minha representação, pois tal conteúdo, se houvesse, deveria ser presente (...) Por outro lado, se o Para-si.

[que é para Sartre, o *ser* que, por ter a possibilidade transcendente, gera consciência]

estivesse limitado a seu presente, como poderia representar o futuro para si? Como ter conhecimento ou pressentimento dele? (...) Se começamos confinando o Presente no Presente, é obvio que dele não sairemos jamais. De nada serviria considerá-lo 'pleno de futuro'

Assim, completa Sartre que (48/179)

não há momento de minha consciência que não seja igualmente definido por uma relação interna com um futuro (...) o sentido de minhas consciências está sempre à distância, lá adiante, fora de mim.

Nossas representações podem ser, pois, definidas de várias formas, tais como o que inferimos do mundo externo ou, no caso por nós levantado nesta pesquisa, nossas reconstruções cognitivas dos sentidos sociais produzidos. Uma representação política, tem a propriedade, cremos, de ser a imagem cognitiva dos significados criados, no caso estudado, no *Espaço Ideal*. Mas uma imagem volátil e efêmera, pois se dá nesta coisa inapreensível que é o instante, momento atemporal, já que, como afirmou Sartre, a temporalidade pressupõe uma sucessão de eventos - embora Sartre afirme que não é uma sucessão linear, mas dialética, relacional e transcendental, o que não acontece com o instante, tal como já haviam mostrado, antes mesmo de Sartre, Platão e Kant. Mesmo que Sartre diga que a representação é uma invenção dos psicólogos (58/179), não cremos que seja essa uma concepção correta. Concordamos com Bueno, que representação é uma (03/686) “*reprodução do que se tem na idéia*”. É uma imagem significativa dos discursos sociais.

Ao analisar a trindade pierceana, Verón estipula sua desconstrução posicional subjetiva em relação ao sentido produzido ao afirmar que (60/182)

não importa qual o termo componente da estrutura ternária está ocupando o lugar do sujeito, nenhum deles (signo, objeto ou interpretante) implica, obrigatoriamente, a idéia de um sujeito. (...) o signo não mantém com o sujeito uma relação de fundado a fundador.

A relação a que aludiu Verón só pode ser originada do processo semiótico, o qual talvez só se complete quando o leitor representa cognitivamente o conteúdo informacional transmitido. É uma visão distinta da de Pierce e Saussure, pois, para eles, é o interpretante que dá ao signo o significado desejado. No entender daqueles autores, signo e interpretante são categorias distintas e definidas, o que talvez seja verdade em alguns casos, tal como a carga simbólica que o signo “bandeira nacional” traz a cada cidadão brasileiro: a identidade nacional. Mas uma charge, por exemplo, só terá seu conteúdo crítico-informacional decodificado se o contexto do leitor lhe der as condições básicas para tal decodificação. E, se o leitor não for capaz, neste caso, de entender a charge, não haverá nenhuma atribuição de significado a ela o que, por conseguinte, não a fará um signo. Assim, podemos, a partir deste momento, substituir o termo signo, entendido como algo prévio e rigidamente fixado em ternos significativos, por discurso, cujo sentido é mutante e

dependente dos sujeitos e do contexto. O sentido sógnico do discurso não é absoluto, *a priori*: é socialmente produzido.

Para Verón, podemos entender a Análise do Discurso (AD) - ou, como prefere chamar o professor Milton Pinto, a Análise dos Discursos Sociais (já que todo discurso é ideológico, posicional e contextualizado) - como um processo de semiose social, no qual verificamos (60/190) “*as condições de produção, de circulação e de consumo ou reconhecimento*” dos discursos sociais. A ADé, pois, um metadiscurso por sua propriedade básica de discursar sobre os outros discursos sociais, desde o alfabético convencional até, por exemplo, o imagético, tal como o quadro “O Grito”, de Edward Munch - um contundente discurso sobre o desespero - ou as charges (políticas).

O discurso é aquilo que se fala, tal como nos mostra a etimologia da palavra, originada do latim *discursus*, ou seja, a “ação de correr”. Um navio discursa por sobre as águas, tanto quanto o *ser-discursivo* discursa, a partir de seu lugar da fala, transmitindo as informações desejadas, constituidoras de sua mensagem, para um, ou mais, *ser-interpretante*. Considerar a charge como um discurso intertextual, é considerá-la como uma construção social de um instrumento de produção de sentido, por ser um veículo de transmissão de informações ideológicas. Texto, também vem do latim, *textere*, e quer dizer tecer, entrelaçar, construir. A linguagem, qualquer uma, por conseguinte, pode ser considerada, dentro da perspectiva que aqui adotamos, como um dos instrumentos que contribui para a construção de uma ação social a partir do entrelaçamento de unidades discursivo-ideológicas. O enunciado, que é a forma pela qual os discursos sociais vêm ao mundo, possui vários sentidos, dependendo do modo de como é transmitido, das condições sócio-cognitivas do *ser-interpretante* e do contexto no qual foi produzido e atua; além, é claro, das recontextualizações possíveis do sentido de nossos discursos e das condições em que esse último fato ocorre, quando ocorre.

Segundo Verón (60/191),

quando assim se considera a rede semiótica, o sentido aparece, inevitavelmente, como resultado, como produto de um trabalho social (...) O que se manifesta, então, sob a forma de investimentos de sentido nas matérias, é o trabalho social. Numa perspectiva que tal,

temos de haver-nos com a ordem do ideológico e com a ordem do poder.

E o que são essas ordens? É Verón quem nos responde (60/192-3):

A questão do ideológico toca às condições de produção dos discursos sociais, e a questão do poder concerne aos efeitos discursivos, isto é, às gramáticas de reconhecimento (...) Todo fenômeno social é suscetível de ser 'lido' em relação ao ideológico e em relação ao poder (...) Descrever o trabalho social de investimento de sentido em matérias significantes consiste em analisar operações discursivas.

Em outras palavras, a semiose é o processo mediante o qual produzimos o sentido social dos atos e fatos humanos, analisados a partir de suas estruturas significativas de ideologia e poder.

A semiose terá este ou aquele efeito, dependendo do contexto sócio-cultural do(s) *ser(es)-discursivo(s)* no qual ele fez valer o seu lugar da fala, no qual o discurso foi gestado e atua. O ideológico tece, nas redes sociais, o modo de atuação do sentido produzido: não pode, por isso, ser confundido com o sentido em si. Já o poder semiológico é o operacionalizador social do sentido produzido.

No que tange à ideologia semiológica, propriamente dita, foi assim definida por Verón (60/197-8):

Uma ideologia não é um repertório de conteúdos (...) é uma gramática de engendramento de sentido, de investimento de sentido em matérias significantes (...) A relação de uma ideologia (historicamente determinada) com a produção de sentido que ela engendra, é comparável à que existe entre a língua e a produção da fala, tal como foi formulada, por exemplo, por Chomsky: temos de dispor dos meios de descrever um sistema finito e enumerável de regras de engendramento para dar conta uma produção de sentido que é finita.

Não existe discurso a-ideológico. Mesmo o discurso científico é ideológico, pois produz um sentido social e tal sentido é um fundamento da sociedade que o produziu. Os discursos são sempre ideológicos, pois são sempre peças valorativas e seletivas.

A ideologia e o poder, desse modo, são constituintes dos discursos sociais. Para Marx (60/199-200 [apud MARX, Karl]),

se se souber olhar bem, todo produto traz os traços do sistema produtivo que o engendrou. Esses traços lá estão, mas não são vistos, por 'invisíveis'. Uma certa análise pode torná-las visíveis: a que consiste em postular que a natureza de um produto só é inteligível em relação às regras de seu engendramento.

A partir da análise desenvolvida, Verón imagina (60/199-200) uma sociedade hipotética, com um único conjunto de regras produtivas para explicar a produção de sentidos (60/199-200) *“em todos os níveis do funcionamento social, no interior de todos os tipos de ‘pacotes’ significantes e em todas as redes de circulação de sentido”*. No entender do autor, isso seria (60/199-200) *“o modelo de uma sociedade com uma só gramática. Uma sociedade que tal permaneceria imutável por toda a eternidade”*. Seria uma sociedade que se autodestruiria, tal como nos mostrou Levy (61/). Assim, completa Verón que (60/201)

quanto mais complexa uma sociedade, tanto mais complexa a semiose que a atravessa. O ideológico e o poder estão por toda a parte, enquanto ‘chaves de inteligibilidade do campo social’ (...) O ideológico e o poder são essas redes de produção social de sentido perpetuamente sacudidas pelos mecanismos dinâmicos da sociedade (...) Na medida em que o tecido da semiose social não é senão a dimensão significativa da organização social, ela é incessantemente dinamizada pelos conflitos sociais.

Dentro desta ótica, Verón enunciou o *“Conceito de Circulação Diferencial dos Discursos da Informação”* (60/201): *“do ponto de vista sociológico (...) os produtores (do sentido) se assemelham muito; são as classes sociais destinatárias que, para cada tipo de imprensa (discurso), diferem”*. Vale aqui a ressalva de que, para o professor Pinto, (66/11) enunciar é o modo de apresentar o conteúdo (informacional) e não o conteúdo em si - que é, como já constatamos, o discurso propriamente dito.

Por isso, Verón afirma que (60/219-220) *“todo discurso se enuncia no imaginário. Só que este imaginário é socialmente construído e é específico para cada tipo de discurso”*, e para cada *ser-discursivo* e para cada *ser-interpretante*, acrescentaríamos, muito embora tenham, para estes seres, uma base em comum, da qual não poderão jamais escapar.

A realidade social é construída de várias formas e por vários agentes. No mundo jornalístico, para Rodrigo, (55/19) *“os media não somente definem a*

realidade, mas transmitem uma imagem dessa realidade, para o quê se utilizam de diferentes mecanismos produtivos e estratégias discursivo-enunciativas". Assim é que, segundo o autor (55/35) *"um acontecimento só se converterá em notícia a partir de sua difusão. Isto posto, todo acontecimento, para ser notícia, tem de ser comunicado"*. Ou, em outras palavras, podemos afirmar que a informação só existe, dentro da perspectiva por nós adotada, a partir do momento em que existe um fluxo informacional capaz de ser transmitido e assimilado pelo leitor de jornal, o nosso *ser-interpretante*.

O acirramento do processo de globalização, este fenômeno menos contemporâneo do que imaginam alguns, fez com que o mundo "se encolhesse" em níveis nunca vistos anteriormente e, por isso, para Rodrigo (55/46) *"o alcance dos meios de comunicação nos dá a sensação de contemplarmos tudo o que se passa no mundo"*. Os signos informacionais mundiais nos são cada vez mais familiares e se incrustam de modo (possivelmente) irreversível em nós, *seres discursivos e interpretantes*, produtores de sentido social.

Os *massmedia* nos dão algumas alternativas para interpretarmos o mundo, através da interpretação que eles mesmos fazem da realidade - entendida como nossa representação do real. É a partir da amplitude polifônica e intertextual do discurso jornalístico (chárgico) que podemos descobrir suas variadas estratégias discursivas. Por exemplo, nas palavras de Rodrigo, (55/50) *"ao dar mais 'voz' a umas fontes do que a outras, se lhes está legitimando seu saber interpretar o acontecimento (...) e sua opinião do mesmo"*. Não por outro motivo, o autor nos chama a atenção para o fato de que (55/51)

os massmedia se auto-realimentam. Os meios de comunicação recebem principalmente sua informação de agências de notícias ou de outros meios (...) Isto supõe a autolegitimação do sistema informativo como principal fonte para a produção das notícias. Não somente os massmedia são o principal meio de informação para a audiência, também o são para os outros meios de comunicação (...) São produzidos, por isso, efeitos de eco, porque todos meios de comunicação falam do mesmo assunto,

e cada um sob o seu prisma ideológico de noticiamento do fato e de interpretação do mesmo, achamos por bem acrescentar.

Mas, para que a função informativa dos *massmedia* se cumpra com um mínimo de eficácia, faz-se mister que haja, para Rodrigo, um (55/70) *“reconhecimento social do papel dos meios de comunicação por parte dos receptores do discurso. As notícias ajudam a construir a sociedade como um fenômeno social compartilhado”*. No que toca às questões ideológicas do discurso mediático, Rodrigo afirma que (55/86-7)

todo discurso pode dar uma definição da realidade. Mas quando esta definição particular da realidade está diretamente relacionada com um interesse de poder concreto, nos encontramos diante de uma ideologia (...). Todo discurso ideológico é dissimulador, mas não somente porque pretende ocultar os fatos que lhe são contrários ou são favoráveis aos adversários, mas também porque oculta sua verdadeira natureza (ideológica)

[até mesmo o discurso ideológico pode se mostrar a-ideológico, como acontece, especialmente, entre as diferenciadas elites dominantes, seja em que campo social for]

(...) a ideologia constitui ao mesmo tempo uma ilusão e uma alusão da realidade por debaixo de sua representação imaginária do mundo.

Assim (55/88),

a ideologia é algo mais que uma simples visão de mundo. Tem por função (...) justificar o exercício e legitimar a existência de um poder.

Todo discurso tem um ritual próprio, que contém as marcas de sua ideologia. Se se explodir essas marcas intestinas, o discurso, provavelmente, se esvairá significativamente ou, no mínimo, perderá boa parte de sua eficácia e relevância, como nos mostrou Saracevic. Por exemplo, o silêncio na televisão é um erro imperdoável, pois quebra o dialogismo televisivo - para usarmos um termo cunhado por Bakhtin - entre o comunicador e o espectador.

A mídia é, para muitos, a base da globalização. O mundo não poderia ser visto como uma pequena vila, senão pelos olhos atentos e universalizantes dos meios de comunicação de massas. Isso é tanto mais verdade na medida mesma em que aumentam os estudiosos que, como Frei Betto, elevam a mídia, sob certo ponto de vista, à condição de primeiro poder do mundo moderno, e não mais ao quarto,

como na Era McLuhan. Contudo, a maior parte dos países não detêm a infraestrutura e a força política necessárias para conquistarem voz e voto no mundo dos *massmedia*.

A tecnologia da informação cresceu muito no pós-Segunda Guerra Mundial, em especial nos últimos 30 anos: a informação, a cibernética e a engenharia genética foram fatores essenciais neste processo. Mas não foi sobre esses setores do conhecimento humano que nos debruçamos. Nosso olhar recaiu sobre a força política *mediatizada*, um dos mais fortes canais das modernas disputas pela hegemonia semiológica dos discursos sociais da contemporaneidade.

Ao afirmarem que o discurso se enuncia no imaginário, Verón e Rodrigo nos levam a divagar sobre os níveis de representação na consciência, seja ela considerada no plano individual, seja ela considerada no plano coletivo. E, se como querem os fenomenologistas, toda consciência é consciência de alguma coisa, o *ser-que-pensa* é, como fiel depositário dessa consciência posicional, o produtor dos sentidos discursivo-sociais. A semiose é, desse modo, resultado da imbricação entre a imanência essencial do *ser-discursivo*, que representa a informação ideológica das mensagens chárgicas produzidas, e a projeção deste *ser consciente* em relação ao outro *ser* do processo comunicacional: o *ser-interpretante*. Este último, ao transcender-se, em seu processo de *nadificação*, faz emergir no mundo sua consciência, política, no caso da presente dissertação, e assim metamorfoseia-se no *ser-político*, o *ser* que atua no *Espaço Ideal*, cujo fluxo informacional é de vital importância para uma atuação satisfatória.

Pelo até aqui visto, a informatividade de uma notícia jornalística é função direta de sua maior ou menor capacidade de enunciar um acontecimento e de, com isso, produzir (ou reproduzir) um determinado sentido ideológico - que pode ou não ser recontextualizado, dependendo das condições cognitivo-culturais dos *seres discursivo e interpretante*. A representação imagética-chárgica é, então, por assim dizer, a apreensão do conteúdo valorativo-informacional de um acontecimento ou personalidade, transformada em notícia, tanto pelo chargista, quanto pelo leitor que, para completar o processo, reconstrói a mensagem à sua feição, ao seu desejo e à sua capacidade perceptiva e, principalmente, a representacional.

5 - O discurso informacional da imagem chárgica

Neste capítulo, procuraremos traçar a relação existente entre as imagens chárgicas e a intertextualidade que impera no processo de transmissão das informações ideológicas que lhe são inerentes; além disso, procuraremos, t m m, mostrar uma das formas possíveis para que o sentido da mensagem chárgica seja realizado. O sentido produzido, a semiose social, não é uma deriva infinita de sentido, não pelo menos no que tange a uma mesma peça discursiva. Eco nos chama a atenção para o momento em que, para alguns estudiosos (27/xiv),

um texto, uma vez separado de seu emissor (bem como da intenção do emissor) e das circunstâncias concretas de sua emissão (e consequentemente de seu referente implícito), flutua (por assim dizer) no vazio de um espaço potencialmente infinito de interpretações possíveis. Consequentemente, texto algum pode ser interpretado segundo a utopia de um sentido autorizado fixo, original e definitivo.

Isso é, segundo Eco, o que dizem algumas modernas teorias semiológicas, tais como o Pragmatismo de Richard Rorty.

Se nos deparamos com a seguinte frase: “Batatinha quando nasce esparrama pelo chão”, podemos pensar:

- 1 - “Será mesmo uma batata que está nascendo?”;
- 2 - “Ela está nascendo naturalmente ou foi plantada?”;
- 3 - “Batata se esparrama mesmo ao nascer?”;
- 4 - “Devo entender essa mensagem literalmente ou ela possui um significado oculto, um código secreto que devo decifrar?”;
- 5 - “Se for um código, será que ele se refere a um jogo de futebol ou a uma fórmula bioquímica de um novo e revolucionário remédio contra o câncer?”.

Podemos fazer estas e outras tantas indagações sobre a frase pronunciada, mas uma coisa é certa: tal como nos mostrou Eco, (27/xv) embora separada do emissor, do referente e de suas circunstâncias de produção ou de seu contexto,

aquela mensagem fala sobre batatas nascendo e não sobre duendes encantados! O *ser-interpretante* de uma mensagem está autorizado a escolher as informações desejadas, dentre as equiprobabilidades de dados ofertadas pelo *ser-discursivo*, mas não pode, por isso, interpretar a mensagem ao arrefio do que diz o enunciado - conotativa ou denotativamente; não pode afirmar *qualquer coisa* sobre a mensagem e seu significado, ou seja, não pode afirmar que a mensagem perdeu toda a ligação referencial significativa.

A projeção do *ser-que-pensa*, o *leitor-receptor* ou o nosso *ser-interpretante*, não ocorre em relação a coisa alguma: essa projeção ocorre em relação a outro *ser*, ou seja, àquele *ser* ou *objeto-ser* sobre o qual está, o *ser-interpretante*, posicionando-se para, a partir do processo perceptivo, apreender aquele outro *ser* ou *objeto-ser*, criando, assim, suas representações cognitivas. É o que Eco chamou de (27/xv) "*significado transcendental*" de um discurso. Ratificando, pode-se dizer muitas coisas sobre um texto, verbal ou imagético, ou mesmo qualquer outro, mas há coisas que, efetivamente, não podemos dizer deles ou sobre eles. No caso de uma imagem, por exemplo, ninguém em sã consciência pode olhar um desenho ou uma fotografia de um carro e afirmar que está vendo um campo de futebol!

A transcendência significativa que o *ser* realiza deve ter correspondência com um núcleo central de sentido - ainda que o mesmo possa ser repactuado em função dos diferentes contextos e, assim, ter seu sentido original refuncionalizado. Caso contrário, o conteúdo informativo de uma mensagem transmitida jamais poderia ser apreendido, individual ou coletivamente o que, efetivamente, acontece. Sem signos informacionais em comum entre o *ser-discursivo* e o *ser-interpretante*, o processo comunicativo não se completa ou, no máximo, se completa parcialmente. Vale lembrar o que Sartre disse (58/46):

O ser é o que é, e fora disso, não é nada: uma informação de significado exponencial levará, com certeza, a um entendimento também exponencial. Se uma mensagem quer dizer tudo, no fundo não exprime nada.

Eco afirma que (27/7)

é preciso buscar no texto aquilo que ele diz relativamente à sua própria coerência contextual e à situação dos sistemas de significação em que

se respalda (...) é preciso buscar no texto aquilo que o destinatário aí encontra relativamente a seus próprios sistemas de significação e/ou relativamente a seus próprios desejos, pulsões, arbítrios.

Para Eco, entre a *intentio auctoris* e a *intentio operis*, temos a *intentio lectoris*. Ou seja, a semiose discursiva apoia-se nas três *intentio* a que aludiu Eco.

Umberto Eco afirmou que (27/7)

a interpretação tem por finalidade buscar o que o autor queria realmente dizer, ou então o que o ser diz através da linguagem, sem, contudo admitir que a palavra do ser possa ser definida com base nas pulsões do destinatário.

Assim, para Eco, existem dois os tipos básicos de interpretação (27/12):

1 - Interpretação Semântica ou Semiósica - “é o resultado do processo pelo qual o destinatário, diante da manifestação linear do texto, preenche-a de significado”;

2 - Interpretação Crítica ou Semiótica - é aquela “por meio da qual procuramos explicar por quais razões estruturais pode o texto produzir aquelas (ou outras, alternativas) interpretações semânticas”.

Segundo Eco, (27/12) “um texto pode ser interpretado tanto semântica quanto criticamente, mas apenas alguns textos (em geral os de função estética) prevêem ambos os tipos de interpretação”. Ao interpretarmos um texto, uma imagem, por exemplo, recriamos seus significados através de uma representação ideológica, se por ideologia, neste caso, entendermos (um tanto simplificada, admitimos) o preenchimento seletivo dos claros e escuros do texto ou da imagem.

O que mais salta aos olhos na narrativa imagética chágica é a crítica ao fato retratado, apelando para um discurso cômico e humorístico que, para Freud, era uma das poucas situações privilegiadas nas quais conseguiríamos alcançar nosso inconsciente (Id). O humor é uma forma lúdica e alternativa que temos para transmitir uma mensagem com eficácia. A narrativa humorística dos *media* é, em boa medida, representada pelas charges que, detentora de uma linguagem visual apurada, nos transmite informações várias sobre nossa realidade cotidiana.

Walter Benjamin afirmou que (13/197)

são cada vez mais raras as pessoas que sabem narrar devidamente (...) É como se estivéssemos privados de uma faculdade que nos parecia segura e inalienável: a faculdade de intercambiar experiências.

Para o autor, a experiência acumulada pelas pessoas é que se constituiria no verdadeiro pilar de sustentação da narrativa. Benjamin alertou-nos para a idéia de que a narrativa pode ter tido seu primeiro decaimento com a ascensão, em especial no Ocidente do século passado, do romance e do jornalismo. Segundo Gomez, (W)

A indústria cultural (...) explicitava uma faceta do processo informacional (...) na medida em que, a partir de um produto semiótico exteriorizado, era possível exercer uma influência modelizadora sobre a consciência dos indivíduos e dos grupos sociais.

[Vale, neste ponto lembrarmos o Agenda Setting, visto anteriormente]

A oposição de Benjamin entre informação (como objeto semiótico desengajado de seu contexto de origem) e a narração (o jogo simultâneo do saber, do viver e do falar, cujos parceiros partilham um tempo e um espaço sem fissuras) teria como referente esse aspecto da informação.

Camus costumava dizer que o romance é o nosso mundo, tal como o queríamos, e não tal como ele é. O discurso jornalístico, ao contrário, é o mundo como ele é, ou melhor, é o mundo tal com o percebemos, o que vale dizer que é o discurso sobre o que o mundo nos parece ser ou ainda, em outras palavras, pode ser uma representação.

A narrativa jornalística (bem como as narrativas outras) é, no entender de vários estudiosos, ulterior à História, ou seja, é, de modo mais preciso, imediatamente ulterior ao acontecimento, seja ele real ou fictício, o que vale dizer que há, obrigatoriamente, um referencial extramundano do discurso, da narrativa, em relação ao narrador. Uma narrativa com marcas discursivas pretéritas é, ainda assim, ulterior à História narrada. No que tange a questão do tempo narrativo, ao menos no que diz respeito às charges, podemos observar o uso, pelo chargista, do que Benveniste chamou de *discurso*. Ou seja, o tempo da narrativa chágica é o uso do tempo nas convenções verbais cotidianas: é o aqui e agora que vige; é o tempo da enunciação presente; é um ato de linguagem de um *ser-comunicante*. A narrativa jornalística é um discurso bem parecido com o discurso do historiador, porém, para

além de outras diferenças, se processa sem o distanciamento que este último toma ao narrar seu fato histórico: o jornalista está “no olho do furacão”; ele é, não raro, um co-partícipe do fato narrado, ou, ao menos, se faz de co-partícipe, mesmo não o sendo, por sua narrativa que tem, dentre outras estratégias, a presentificação enunciativa. O discurso chágico é permeado, pois, pela noticiabilidade, ou seja, pela informação passível de virar notícia e de ser “consumido” pelo leitor.

Barthes, ao analisar a imagem, afirmou que (10a39) “*toda imagem é de certo modo, uma narrativa*”. No meio jornalístico, a expressão máxima dessa afirmativa foi e é o poder ideológico imagético por excelência: as charges. Para Benjamin, o ato da narrativa estava umbilicalmente ligado à palavra: em sua visão, uma abreviação narrativa, tal como a efetuada pelos *media*, era uma mutilação de palavras e informações vitais que, por óbvio, pode lesar o *leitor-receptor*. Mas infelizmente para Benjamin - e para nós, já que comungamos com as idéias do autor aqui expostas - o mundo moderno é cada vez mais dominado pela supressão de várias coisas e, dentre elas, as palavras, e os discursos. Nosso mundo é, contudo, uma grande deriva semiótica da linguagem visual das imagens das mais diferentes matizes. Isso talvez abrande um pouco a exponencial perda de nossa verbalização. O apelo visual suplanta o escrito. Tentando buscar uma certa analogia nos discursos fenomenológicos, a deriva da aparência infinita talvez seja cada vez mais a própria essência das *coisas-no-mundo*.

Nesse mundo imagético, Gurjão nos mostra que (62/77)

a reprodução da imagem, quer por processos artesanais tais como a xilogravura e a litografia, quer por processos industriais sofisticados, incluindo a computação, possibilitou o desenvolvimento de uma nova forma de comunicação e expressão não literária.

Progressivamente, a imagem se tornou autônoma do texto, mas não independente, assumindo uma função comunicacional. Não por outro motivo, uma das grandes preocupações de toda e qualquer empresa que queira crescer no mercado, atue ela em que campo atuar, é com sua identidade visual. Não por outro motivo, também, a imagem é tida, modernamente, como um instrumento narrativo, contrariando as idéias de Benjamin para quem, recordamos, a narrativa só seria possível a partir da palavra verbal. Esse processo engendrou o surgimento de uma

nova modalidade de informação: a informação imagética, justamente a modalidade que nos interessa ao estudarmos as charges políticas.

Mas a imagem, tal como nos lembra Gurjão (62/79),

é parte do real mas não é o real. Qualquer registro imagético, até mesmo a fotografia, é sempre 'reprodução'. Como a própria lexia da palavra indica, reprodução é uma nova produção, uma construção, uma seleção - um referente que contém o referido. No entanto, não o esgota, nem dá conta de suas infinitas possibilidades de apreensão, de registro e de interpretação.

Se a imagem é apenas uma reprodução - não apenas, mas basicamente, ela representa o real aparente, num dado momento, sob um dado ângulo: não representa e nem nunca o fará, o totalidade fenomênica. Por conseguinte, o receptor da informação imagética não tem outra alternativa senão buscar a informação implícita ou a *não-informação* da imagem - o que significa ver e interpretar o que ela não mostra - para apreender a realidade apresentada que é, como já analisamos, nossa interpretação do real. Assim, a *narrativa da imagem* é uma *narrativa da representação* ou uma *narrativa da não-informação*. A transcendência do *ser-que-pensa* - que no nosso caso, é o leitor das charges políticas - é, parece-nos, o posicionar-se recepcional frente às informações ausentes ou às ocultas da aparência imagética: é precisamente nestas informações que podemos encontrar os elementos para preencher os vazios ou pontos de indeterminação textuais, de que nos falou Eco, a partir dos quais o *leitor-receptor* reconstruirá o significado do texto e da imagem. Esses vácuos deixados na mensagem, propositadamente ou não, pelo *ser-discursivo*, serão preenchidos ou não pelo *ser-interpretante*, de modo seletivo, ou seja, ideológico, tal como quer Eco.

É novamente Barthes quem nos mostra que todo desenho, como é o caso das charges, (62/79 [apud BARTHES]) "*reproduz ao infinito o que só ocorreu uma vez*" o que, para o autor, é uma condenação ao imobilismo de um mundo dinâmico. A imagem possibilita vermos o que normalmente não veríamos como, por exemplo, nós mesmos, no caso de uma fotografia ou mesmo o reflexo de um simples espelho. Essa propriedade foi explicada por Gurjão como sendo (62/79) "*o advento de mim mesmo como outro*", o que transforma o sujeito em objeto. Vale lembrar que,

para Sartre, tal advento só é possível porque o ser transcende-se em direção a um *nada* e pode, assim, abstrair-se de si mesmo, vendo-se como um *ser* objetificado. Em se tratando das charges políticas, como nos mostram fatos e/ou personagens políticos, lembra Gurjão que podemos encará-las como quadros históricos ou como testemunhos políticos.

A imagem - qualquer que seja - tem, no entender de Gurjão, (62/81) “*uma mensagem expressa como uma linguagem*”. Esta é uma afirmação que retoma a valorização da escrita em nossa civilização. Sobre este assunto, Barthes afirmou - talvez refutando Benjamin - que (62/81 [apud BARTHES])

qualquer sistema semiológico repassa-se de linguagem. A substância visual, por exemplo, confirma suas significações ao fazer-se repetir por uma mensagem lingüística (...) de modo que ao menos uma parte da mensagem icônica está numa relação estrutural de redundância ou revezamento com o sistema da língua (...) Nós somos, muito mais que outrora e a despeito da invasão das imagens, uma civilização da escrita.

Sobre a narrativa imagética, Gurjão afirma que (62/81)

a imagem tem voz. Ela tem algo a dizer, é uma forma narrativa. Mas não o faz com o código lingüístico e sim com o código icônico ou imagético quer tanto pode ser expresso por signos tais como letras (...) quanto pela ausência deles. A imagem, nesse sentido, não é apenas algo que se representa, mas pode ser também a ausência de representação de algo.

Para Bueno, (03686) “*uma imagem é uma representação de um objeto pelo desenho, escultura (...) símbolo, figura, comparação, semelhança*”. A imagem pode ser entendida, assim, como uma exteriorização estética do que entendemos do mundo ou do que sentimos por dentro. Vale dizer que uma imagem é uma construção cognitiva do que percebemos, sendo que, para Sartre, (58/50) “*na percepção ocorre sempre a constituição de uma forma sobre um fundo*”.

Existem imagens lingüísticas, denotativas e conotativas; existem imagens que perdem seu significado original e assumem novo significado; existem mesmo aquelas imagens que se deslocam do real, tornando-se vazias de conteúdo. A forma, tomada como expressão existencial de nossas idéias, guarda um registro da ação humana. Segundo Fredric Jameson, essa ação torna o espaço social uma

constelação de signos ou, no dizer do jornalista Clóvis Rossi, uma cacofonia de símbolos que podem ser reconhecidos em qualquer lugar e qualquer cultura. Assim, podemos concluir que, numa das interpretações possíveis, espaço é imagem porque pode ser encarado como uma representação sógnica-discursiva, um reflexo das ações humanas.

A estrutura espacial de uma imagem possui, segundo Giacomantônio, três níveis de leitura (31/39-40):

- 1 - *nível instintivo*** - é a primeira impressão que temos ao olhar uma imagem, momento este no qual percebemos seus elementos como cor, forma etc.; os olhos transmitem as primeiras impressões ao cérebro;
- 2 - *nível descritivo*** - após as impressões iniciais, começamos a analisar a imagem, discriminando e classificando seus elementos;
- 3 - *nível simbólico*** - a partir da leitura dos elementos da imagem, o observador extrai seu conteúdo informativo e simbólico, decodificando-a e processando-a mentalmente.

Para Giacomantônio, os componentes de uma imagem são (31/43;48;49):

- 1 - *plano ou campo*** - determina o tempo de leitura da imagem e seus efeitos psicológicos no observador;
- 2 - *composição*** - permite que os olhos percorram a imagem para que descubramos suas partes essenciais e sua importância;
- 3 - *enquadramento*** - as margens da imagem delimitam o campo visual do observador, que pode escolher seu ponto de vista.

O autor distingue, também, três tipos de imagem (31/42-3):

- 1 - *imagem-documento*** - tem por objetivo documentar a realidade (documentos artísticos, fotografias etc.);
- 2 - *imagem-símbolo*** - é o símbolo associado a uma imagem; algumas vezes elas ganham força própria e tornam-se emblemáticas (mensagens publicitárias etc.);
- 3 - *imagem-composição*** - possui forte apelo estético; o criador tem liberdade completa para realizá-la; o ritmo da imagem é dado por seu conteúdo estético-visual (pintura etc.).

Em outra classificação imagética, Lessa nos oferece um complemento. É uma classificação feita, originalmente, para os estudos de marcas e patentes, mas consideramos que os conceitos empregados pelo autor podem ser aplicados para as imagens de um modo em geral, e as charges, em particular, desde que devidamente refuncionalizados. Assim, para Lessa, uma imagem pode ser (42/667):

1 - *abstrata* - o conceito de imagem, aqui, se refere à designação da forma em si; a forma é o próprio conceito, já que a imagem, por si só, não traz nenhuma carga informativa em especial como, por exemplo, um triângulo, sem nenhuma outra informação adicional;

2 - *imitativa* - o conceito se refere a um objeto independente da forma; refere-se a algo que não está presente na materialidade do desenho (o autor afirma, com propriedade, que não nos queimaremos se tocarmos num desenho de uma fogueira); a imagem existe concretamente porque se materializa em sua forma - psíquica, acrescentaríamos, como, por exemplo, uma casa na qual o telhado seja um triângulo que, diferentemente do triângulo por si só, acima, traz informações adicionais, indicando que o desenho é de uma casa;

3 - *alfabética ou similar* - para Lessa, “*o alfabeto fonético romano é uma gama de sinais gráficos que representam sons humanos (...) logo, um sinal alfabético teria em comum com as imagens imitativas o fato de seu conteúdo referir-se a algo externo à forma (...) mas dada a impossibilidade de se imitar graficamente os sons da fala, adotam-se sinais convencionais*”. Por isso, a linguagem escrita não deixa de ser, também ela, uma imagem (psíquica), já que se comunica pelo visual e se expressa no plano convencional das representações sógnico-discursivas.

Uma imagem possui uma dimensão formal-estética e uma dimensão conceitual. No entender de Lessa (42/65),

a dimensão formal corresponde à fisicalidade da imagem: áreas de matéria diferenciada, pigmentos sobre o suporte que estabelecem diferenças perceptíveis visualmente. Apesar deste fundamento concreto, externo ao indivíduo, o que conta no entanto, é o ato de percepção da forma, a sua existência para os sentidos, inteligência e memória, mesmo após a sua destruição ou ausência da figura concreta que deu origem ao percepto.

O processo cognitivo recria o *objeto-ser* percebido, o que faz com que a imagem ganhe vida própria, independente de sua materialidade, que alguns teóricos denominam de referente material.

Essa manutenção de uma imagem na memória, mesmo sem que ela esteja, concretamente, à frente de nossos olhos, tem sua explicação, ao menos uma delas, em Sartre. Diz o autor que (58/33):

Toda consciência é consciência de alguma coisa (...) Ser consciência de alguma coisa é estar diante de uma presença concreta e plena que não é a consciência. Sem dúvida, pode-se ter consciência de uma ausência. Mas esta ausência aparece, necessariamente, sobre um fundo de presença (...) Será preciso que o objeto se distingua da

consciência, não pela presença, mas por sua ausência, não por sua plenitude, mas pelo seu nada. Se o ser pertence à consciência, o objeto não é a consciência não na medida em que é outro ser

[é o que chamamos de *objeto-ser* que, no caso por nós estudado, são as charges políticas]

mas enquanto é um não-ser (...) Assim o ser objeto é puro não-ser. Define-se como falta.

E, para completar a idéia, Sartre arremata afirmando que (58/46)

Aquilo que o ser será vai recortar-se necessariamente sobre o fundo daquilo que não é (...) O ser é isso, e fora disso, nada.

A ausência define o ser (no nosso caso, o *ser-que-pensa*) através de um fundo de presença no qual existe um *não-ser*, ou seja, a imanência essencial é definida, sob a ótica aqui adotada, pelo contraponto transcendente e mútuo entre o *ser-discursivo* e o *ser-interpretante*. É novamente Sartre quem nos dá um exemplo prático sobre essa interação *ser/não-ser*. Sartre se imagina entrando num bar à procura de um amigo, Pedro, e diz (58/50-1):

Quando entro nesse bar em busca de Pedro, todos os objetos assumem uma organização sintética de fundo sobre a qual Pedro é dado como 'devendo aparecer'. E esta organização do bar em um fundo é uma primeira nadificação. Cada elemento do lugar, pessoa, mesa, cadeira, tenta isolar-se, destacar-se sobre o fundo constituído pela totalidade dos outros objetos, e recai na indiferenciação desse fundo, diluindo-se nele. E essa nadificação dá-se à minha intuição; sou testemunha do sucessivo desvanecimento de todos os objetos que vejo, em particular rostos de um instante que me retém ('Será Pedro?') e que se decompõem de imediato, precisamente porque 'não são' o rosto de Pedro. Porém, se descobrisse enfim Pedro, minha intuição seria preenchida por um elemento sólido, ficaria logo fascinado por seu rosto e todo o bar iria organizar-se à sua volta, em presença discreta. Mas, precisamente Pedro não está. Não significa que descubro sua ausência em algum lugar do estabelecimento. Na realidade, Pedro está ausente de todo o bar: sua ausência fixa o bar na sua evanescência, o bar mantém-se como fundo, persiste em oferecer-se como totalidade indiferenciada unicamente à minha atenção marginal, desliza pra trás, continua a sua nadificação (...) Pedro ausente infesta este bar e é a condição de sua organização nadificadora como fundo.

Para usarmos uma linguagem sartreana, é o *objeto-ser* imagético que se constitui como uma ausência, num fundo de presença do ser negado, ou seja, a ausência de que nos falou Gurjão seria o distanciamento necessário, como talvez o dissesse Sartre, para que o chargista apresente suas críticas sociais, via charges políticas. Vale ressaltar que o *objeto-ser*, resultado direto, na perspectiva adotada, da cognição de um *não-ser*, de uma pessoa, não pode ser confundido com o *nada*: ele é uma das possibilidades transcendentais do próprio *ser* em sua imanência. O *nada* aqui referido é uma consequência do ser, tal como nos mostrou Sartre (58/64):

O Nada, não sendo sustentado pelo ser, dissipa-se enquanto nada, e recaímos no Ser. O Nada não pode nadificar-se

[neste ponto, Sartre parece criticar a idéia de Heidegger que afirmou que o *nada se nadifica*]

A não ser sobre um fundo de ser: se um nada pode existir, não é antes ou depois de Ser (...) mas no bojo de Ser, em seu coração, como um verme.

As imagens narram alguma coisa para alguém que, para poder recuperar as informações destas imagens, necessita, dentre outros atributos, de memória. A memória é uma faculdade mental muito importante para o processo acima descrito. Memória, segundo o Aurélio, é a faculdade de reter as idéias, as impressões e conhecimentos adquiridos anteriormente; é uma lembrança, uma reminiscência, uma recordação. Não por outro motivo, Gurjão afirma que (62/225)

há duas funções distintas da memória - o registro e o resgate (...) Há, porém, um outro caminho interpretativo de memória como seleção/construção que é mais complexo. Ultrapassando a esfera individual, a capacidade de eleger objetos para serem conservados e outros para serem condenados ao esquecimento precisa ser avaliada pelo grupo social, de forma consciente ou não.

Assim, temos que a memória não é somente individual e espontânea. Ela pode, também (62/225),

ser construída e manipulada na sociedade, pelo poder político, pelas instituições, por interesses econômicos de classe dominante, ou pelo

próprio desejo da comunidade (...) A memória, sendo uma seleção, é também, necessariamente, uma construção. Não é neutra, mas impregnada pela ideologia (...) A memória é falha... A história pode ser distorcida... Há a necessidade de pesquisar em fontes onde o não-dito possa aflorar.

Entra, novamente, a *não-informação* em cena como fator essencial da peça política social.

A intertextualidade é um elemento de suma relevância para os estudos dos discursos mas, como bem chamou a atenção o professor Romualdo, é necessário, antes de mais nada, pensarmos um pouco sobre a textualidade. Assim, na visão do professor, são sete os elementos básicos da textualidade (63/11-2):

1 - Coerência - é o fator fundamental de um texto, uma vez que é responsável por seu sentido.

Envolve aspectos lógicos, semânticos e cognitivos operantes entre os usuários. Refere-se às formas como os elementos do universo textual - os conceitos e as relações subjacentes ao texto de superfície - se unem numa configuração de forma reciprocamente acessível e relevante.

2 - Coesão - diz respeito à manifestação lingüística da coerência. Ela demonstra na superfície textual, as relações e os conceitos subjacentes a essa superfície.

3 - Intencionalidade - diz respeito à atitude do produtor em construir um texto coerente e coeso; torna o texto inteligível.

4 - Aceitabilidade - é a atitude do receptor e "*suas expectativas em relação às ocorrências que lhe são propostas*". Essas ocorrências devem formar um texto coerente, coeso e relevante para o leitor que, segundo o autor, o levará a "*adquirir conhecimento ou a cooperar com o produtor*".

5 - Informatividade - é a medida das ocorrências lingüísticas textuais que se deve esperar ou não, conhecidas ou não, por parte do receptor. Os textos menos previsíveis são mais informativos, embora requeiram mais trabalho por parte do leitor. No entanto, um texto muito incomum pode ser rejeitado pelo interpretante, pois este terá dificuldades em compreendê-lo.

6 - Situacionalidade - “concerne aos fatos que fazem um texto relevante para a situação em que ocorre”.

7 - Intertextualidade – “diz respeito aos fatores que tornam a utilização de um texto (produção e recepção) dependente de outro(s) texto(s) previamente existente(s)”.

Uma vez analisada, resumidamente, a questão da textualidade, Romualdo conclui que (63/13)

as charges (...) são textos coerentes e coesos, pois formam um todo de sentido que é transmitido pelas relações entre os diversos elementos gráficos que compõem as figuras de um quadrinho. Nas charges com mais de um quadrinho, a coerência se dá pela relação de sentido estabelecida entre a leitura dos elementos gráficos do primeiro quadro e dos quadros subseqüentes. Os textos chárgicos transmitem informações (informatividade), utilizando o sistema pictórico, ou sincreticamente o pictórico e o verbal. Os chargistas colocam neles suas opiniões, suas críticas a personagens e a fatos políticos (intencionalidade). Alguns desses conhecimentos podem fazer parte do repertório do leitor ou podem ser adquiridos no próprio jornal, pela relação da charge com textos presente no matutino (intertextualidade).

A informatividade chárgica, como lembra Romualdo, deve considerar o plano sobre o qual a charge é feita: altura e largura. A terceira dimensão, a profundidade, é apenas insinuada através das técnicas da perspectiva (uso da linha e do ponto de fuga), o que nos dá uma certa sensação de realidade .

O contexto semântico, uma vez combinado aos traços visuais (pictóricos), pode levar o leitor a construir sua própria imagem do texto chárgico. Segundo Cagnin, (63/18) “a elaboração manual revela a intencionalidade do desenhista na emissão do ato sêmico e transforma o desenho em mensagem icônica, carregando em si, além das idéias, a arte, o estilo do emissor”. Romualdo identifica três níveis de percepção para que a mensagem icônica possa ser apreendida pelo ser-interpretante (63/18-20):

1 - *Nível Intra-icônico* - é decorrência das relações entre os elementos que compõem uma determinada figura que, isoladamente, nada significam;

2 - *Nível Intericônico* - é decorrência das relações entre as imagens associadas em série ou em sucessão; a temporalidade é aqui de suma importância, pois, a noção de seqüência de um quadro e/ou imagem que antecede o outro é essencial para o bom entendimento por parte do leitor;

3 - *Nível Extra-icônico* - é decorrência da associação da imagem a elementos vários como o tempo, a cultura, o ambiente etc., em que se dá a comunicação, ou seja, é associação da imagem com o contexto em foi produzida.

Para Romualdo, um outro elemento importante das charges é a caricacidade, ou seja, os traços exagerados como fator visual marcante. Nas palavras do autor (63/22):

A deformação caricatural é elaborada pelo desenhista através do uso hiperbólico das linhas (...) A caricatura, essencialmente simbólica no início de sua existência, passou à condição de deformadora com a idéia de desproporção, buscando o riso fácil através do ridículo. No entanto, esse exagero com que o caricaturado é transformado não visa apenas a torná-lo ridículo, mas também a sublinhar os traços mais marcantes de sua personalidade, podendo tanto valorizar seus aspectos positivos, como ridicularizar os negativos.

A imagem chágica como um elemento intertextual e polifônico é permeada pelo que Bakthin denominou de dialogismo que é, muito sucintamente, a dupla propriedade da palavra de ser proferida por alguém e de se dirigir a terceiros. Ou seja, é o produto da interação *ser-discursivo/ser-interpretante*: o sentido produzido é resultado direto desta prática dialógica e esta, por sua vez, manifesta-se pela enunciação. Dentre as várias acepções de enunciação, optamos por assumir a de M. Bakthin (09/):

O produto da interação de dois indivíduos socialmente organizados e, mesmo que não haja um interlocutor real, este pode ser substituído pelo representante médio social ao qual pertence o locutor. A palavra dirige-se a um interlocutor: ela é função da pessoa do interlocutor.

Não obstante a adoção do conceito acima, tal definição acima nos leva a um ponto de discordância com Bakthin. O dialogismo está, sem dúvida, presente na relação chargista-leitor. Mas afirmar que a palavra é função exclusiva da pessoa do interlocutor é desconsiderar a idéia de Eco - com a qual concordamos - que, entre a

intenção do autor e a do intérprete, existe a intenção da obra. Ou seja, a palavra não é somente o que o *ser-discursivo* enuncia, mas é também o sentido que ela assume, a partir das sucessivas leituras e interpretações que o *ser-interpretante* realiza nos mais variados e distintos contextos, processo esse que pode metamorfoseá-lo no *ser-político*, uma de suas possibilidades futuras, tal como talvez o dissesse Sartre. Assim, parece-nos, a palavra pode ser encarada como o valor assumido pelo signo gráfico (verbal ou pictórico), após tratamento semântico-contextual, emissional e recepcional: o acordo sêmico entre emissor e receptor é que dará à palavra sua forma e sentido finais. Somente o reordenamento deste acordo entre aqueles dois sujeitos é que poderá recontextualizar a palavra e produzir novos sentidos. O enunciado torna-se, nesta acepção, a forma dada pelo *ser-discursivo* ao seu discurso para torná-lo inteligível ao *ser-interpretante*.

Romualdo afirma, ainda, que (63/41)

o objetivismo abstrato, ao privilegiar a língua enquanto sistema de signos abstratos e autônomos, descarta a enunciação e o ato de fala individual do estudo lingüístico. Em contrapartida, o subjetivismo idealista considera o ato de fala como individual e tenta explicá-lo tomando por base as condições da vida psíquica e individual do sujeito falante.

Ora, do ponto de vista aqui adotado, o dialogismo bakhtiniano não se contrapõe às duas definições de Romualdo. Pelo contrário, as integra para, como uma tríade, formarem juntos o sentido mensageiro. Afinal, o transcender-se é o posicionar-se no mundo; é o fazer da imagem que se tem do mundo seu próprio espelho enquanto *ser-que-pensa*. Assim, o emissor ou *ser-discursivo* projeta-se em relação ao objeto metafísico que é o receptor ou *ser-interpretante* e vice-versa. A informação, aqui, é o suporte cognitivo da construção de nossas representações.

O diálogo chargista-leitor é um diálogo permeado pela contemporaneidade. Para Romualdo (63/35),

o ilustrador não abandona o sentido da atualidade, pois dela depende o efeito que sua obra produzirá, afinal, uma caricatura é mais volátil do que um texto escrito, sendo, por isso, mais facilmente esquecida. A partir disso, com o passar dos anos, por causa das transformações constantes em que vivem os homens e as sociedades, o contexto social se modifica e, por isso, quando vemos velhas caricaturas ou charges, não compreendemos muitas vezes a intenção e o humor desses textos.

Se o leitor for bem informado, ele pode compreender o teor informativo da charge sem recorrer a outros textos do jornal ou mesmo fora dele, textos estes com os quais as charges se relacionam intertextualmente, já que são contemporâneos e foram produzidos dentro de um mesmo contexto noticioso.

A intertextualidade nas charges jornalísticas se processa através de sua relação com outros textos imagéticos do jornal, bem como com os textos verbais, ou seja, textos com sistemas semiológicos diferenciados, porém, como visto anteriormente, complementares. A questão da produção do sentido nos discursos sociais, para Verón, possui três dimensões diferentes de intertextualidade (63/42):

- 1 - as operações produtoras do sentido são sempre intertextuais no interior de um certo universo discursivo;
- 2 - o princípio da intertextualidade é válido também entre universos discursivos diferentes;
- 3 - na produção de determinados discursos, há uma relação intertextual com outros discursos relativamente autônomos que não aparecem na superfície do discurso “produzido” ou “terminado”, mas que funcionariam como momentos ou etapas de sua produção.

O engendramento dos espaços sociais é o processo de realização do convívio coletivo e é preñado de valores significativos. Para Pierre Charaudeau, a *significação* é constituída a partir da intencionalidade da fala e é definida a partir de quatro conceitos (19/23-25):

- 1 - **contrato de comunicação** - dentre as reações possíveis de um interlocutor durante o processo comunicativo, uma delas é a negação que o primeiro faz de seu próprio papel o que, por extensão, acaba por negar também a existência do locutor ou, no dizer de Charaudeau, “se não há TU, não há EU”; por isso, o sujeito discursivo deve ter pela frente um interlocutor que discorde dele, pois só assim os parceiros comunicativos se reconhecerão; é o que o autor denomina de “*Percepção da Diferença*”, em que o sujeito discursivo não o é sem o outro;
- 2 - **mal entendido** - emissor e receptor se reconhecem como parceiros do intercâmbio linguageiro, na medida em que produzem “signos de intercâmbio”, sem que, necessariamente, a intencionalidade comunicativa se encontre sempre refletida no propósito do outro;
- 3 - **aproximação relacional** - a construção do reconhecimento recíproco dos parceiros é social e, por isso, os membros de uma comunidade se munem de índices relacionais que atuam como signos de reconhecimento;

4 - pertinência do saber - nenhum sujeito pode falar sem se referir, implícita ou explicitamente, a saberes pré-existentes; é o que confere ao sujeito discursivo seu reconhecimento.

Os quatro conceitos acima fundamentam a significação, cujo *projeto de fala dos sujeitos* é condicionado pelos três reconhecimentos definidos abaixo por Charaudeau (?? 44):

1 - reconhecimento do saber - os sujeitos constroem significados consensuais através de práticas discursivas e das suas representações sobre essas práticas; Charaudeau, contudo, nos chama atenção para o fato de que tais representações não são “a verdade” sobre o mundo, mas “uma verdade” possível;

2- reconhecimento do poder - os indivíduos de uma sociedade, como atores sociais, não são únicos, mas participam de uma extensa rede de (inter)relacionamentos, redes estas que são hierarquizadas, nas quais cada ator cumpre a um determinada função, segundo seu posicionamento social;

3 - reconhecimento do saber fazer - o duplo reconhecimento dá ao sujeito discursivo a legitimidade de saber e de poder, mas para que ele tenha reconhecido seu direito à fala, é necessário que o sujeito seja julgado competente.

Assim, no entender de Charaudeau, o projeto de fala dos sujeitos é a construção de discursos ao redor de alguns objetivos pré-determinados. Tal construção deve ocorrer sem que percamos de vista quatro pontos básicos (45 ??):

1 - factitivo - corresponde a uma finalidade da manipulação do outro para o *fazer agir* tal e qual o sujeito discursivo idealizou ao enunciar seu discurso;

2 - informativo - corresponde a uma finalidade de transmissão de saber que consiste, para o sujeito discursivo, no *fazer saber* alguma coisa ao outro. É a transmissão, ao outro, de um fragmento de saber que o *ser-discursivo* julga que o *ser-interpretante* deva conhecer. Isso, para Charaudeau, confere ao *ser-discursivo* um papel (arquetípico) de provedor de informação, cuja validade depende do outro;

3 - persuasivo - corresponde à finalidade de controle do outro pela racionalidade, ou seja, o sujeito discursivo procura induzir o interlocutor por argumentos racionais, é o *fazer crer* alguma coisa;

4 - sedutor - corresponde à finalidade de controle do outro pelo que o outro ser pode ser “comprado”, ou seja, é o *fazer prazer* ao outro; com isso, o *ser-interpretante* pode aderir ao projeto de fala do *ser-discursivo*, por considerar pertinente seu discurso.

O lugar da fala é o posto assumido por cada ator social, legitimando o projeto de fala, no contexto social em que o *ser-discursivo* enunciou sua mensagem. O

discurso de cada um desses atores produz determinados efeitos, em espaços sociais pré-estabelecidos, às vezes ordenados, de interação sónica entre os *seres interpretante e discursivo*. As informações trocadas por esses *seres* subsidiará a produção significativa de suas ações. Os espaços discursivos são gerados pelo processo comunicacional porque, no dizer de Pêcheux, (51/31) *“supõe-se que todo sujeito falante sabe do que se fala, porque todo enunciado produzido nesses espaços reflete propriedades estruturais independentes de sua enunciação”*.

Mas o enunciado do *ser-discursivo* nem sempre diz, exata e explicitamente, aquilo que o *ser-interpretante* entendeu, ou mesmo aquilo que parece que o *ser-discursivo* está querendo dizer, tal como nos mostrou Pêcheux ao afirmar que ao dizermos “ganhamos”, podemos estar nos referindo tanto ao nosso time de futebol, quanto à vitória da *esquerda* nas eleições presidenciais. Neste caso, Pêcheux afirma que o enunciado redundou em “paráfrases”. Um enunciado pode, também, para o autor, aglutinar posições em princípio contrárias: o “ganhamos”, pode fundir num mesmo sentido produzido os que acreditavam e/ou torciam pela vitória da *esquerda*, com os que não acreditavam e/ou não torciam por sua vitória (51/26).

O discurso sobre a realidade nem sempre corresponde, como podem imaginar alguns apressadinhos, ao real. Nosso discurso da realidade nada mais é do que uma representação do que entendemos por real. Vale ressaltar que o discurso ocidental é um discurso distinto do oriental, ao menos se tomarmos por verdadeira a afirmação de Carl Jung, na qual ressalta (34/92):

O valor dado no ocidente ao método da causalidade, à concatenação sucessiva na explicação dos fenômenos em detrimento da concepção, dominante no oriente, da causalidade, da coincidência e da sincronicidade.

O discurso imagético-chárgico é um discurso virtuoso no que toca a informatividade, porque possibilita ao chargista dizer, de imediato, quase tudo o que deseja. O discurso intertextual das charges faz delas não somente ilustrações meramente decorativas das notícias verbais. Segundo Landowski, (63/49 [apud LANDOWSKI]) *“o jornal tem duas formas de abordar os fatos do cotidiano, que determinam duas formas distintas de expectativa do público: a narrativa e a discursiva”*. A função narrativa é usada, segundo Verón para (63/58 [apud VÉRON])

relatar os acontecimentos e a segunda, a função discursiva, é usada para passar ao leitor uma visão “*organizacional e ideológica*” dos acontecimentos.

As disputas pela produção dos sentidos dos discursos sociais e, conseqüentemente, pelo poder e hegemonia sociais, estão, assim pensamos, diretamente relacionadas à maior capacidade dos indivíduos e/ou dos grupos em formar redes coletivas sólidas e atuantes. O domínio da semiose social tem, no nosso entender, o *Espaço Ideal* como o *locus* por excelência, o *locus* privilegiado para as disputas espacial-políticas aqui mencionadas.

6 - A imagem e a percepção do ser-interpretante no preenchimento (ideológico) dos vazios textuais

Na “Idade Mídia”, segundo o jornalista Millôr Fernandes, em que vivemos, presenciamos o crescimento exponencial dos fluxos, notadamente o financeiro e o informacional. No que toca aos fluxos informacionais, podemos destacar a informação pela imagem, que tem assumido um papel relevante como um dos mais poderosos elementos de transmissão das informações ideológicas, a partir das quais temos construído nossas representações de mundo e nossas ações sociais. Mas o que é essa informação pela imagem? Como ela atua e nos influencia neste mundo que se diz pós-moderno? E o que é essa pós-modernidade, quando aplicada aos discursos e as práticas coletivas? Como a informação pela imagem se relaciona com uma suposta “cidadania pós-moderna”, baseada nos fluxos, notadamente nos informacionais? Será esta última um ideal a ser alcançado?

Podemos entender por imagem tudo aquilo que representa alguém ou alguma coisa, a partir da exteriorização do que entendemos do mundo ou do que sentimos por dentro. Existem imagens lingüísticas, denotativas e conotativas; existem imagens que perdem seu significado original e assumem novo significado; existem mesmo aquelas imagens que se deslocam do real, tornando-se vazias de conteúdo. A forma de uma imagem - que para Sartre, é a aparência que se constitui num pano de fundo consciente - tomada como expressão existencial de nossas idéias, guarda um registro da ação humana. E, segundo Fredric Jameson (X), esta ação humana torna o espaço social uma constelação de signos ou, no dizer do jornalista Clóvis Rossi, uma cacofonia de símbolos que podem ser reconhecidos em qualquer lugar e em qualquer cultura mundial. As imagens são, deste modo, nossas representações culturais-cognitivas com as quais apreendemos o mundo e suas coisas, de modo a nos familiarizarmos com eles e podermos operacionalizá-los.

A imagem pode ser também uma representação psíquica do *ser-interpretante* fazendo surgir no mundo o seu *ser-político*, pois este reconstrói cognitivamente o mundo e suas coisas. Quando a consciência se posiciona no mundo, engendra o posicionar-se subjetivo. A “manipulação” cognitiva do objeto é possível porque o apreendemos a partir da percepção consciente de sua existência. Para Sartre o *Ser* tende sempre ao outro, ao objeto, mas nunca se identificará com ele, pois isso o aniquilaria em sua relação com o mundo, o tornaria fechado em si mesmo. A identidade do *Ser* não pode ser, assim, um estado absoluto de imanência e sim um

estado mutante da deriva infinita de suas aparências, constituídas pela escolha consciente dentre suas várias possibilidades, exatamente como afirmou Umberto Eco.

O mundo de hoje é cada vez mais um registro de fluxos e imagens as mais variadas. Não por outro motivo, Ramounet afirma que (54/138)

a transmissão de dados à velocidade da luz; a digitalização dos textos, das imagens e dos sons; o recurso aos satélites de telecomunicações; a revolução da telefonia; a generalização da informática na maioria dos setores da produção e dos serviços; a miniaturização dos computadores e sua conexão à rede planetária têm alterado, progressivamente, a ordem do mundo.

Ramounet diz também que (54/138),

a mundialização das trocas de signos passou por uma fabulosa aceleração. A revolução da informática e da comunicação implicou a explosão dos verdadeiros sistemas nervosos das sociedades modernas: os mercados financeiros e as redes de informação.

Não por outro motivo, prossegue Ramounet, (54/152)

a promessa da felicidade, na escala da família, da escola, da empresa ou do Estado é formulada pela comunicação . Daí, a proliferação sem limites dos instrumentos de comunicação, dos quais a internet é o coroamento total, global e triunfal (...) Podemos nos perguntar se a comunicação não teria superado seu estado mais favorável, seu ponto zênite, para entrar em uma fase em que todas as suas qualidades se transformam em defeitos, todas as suas virtudes em vícios. Com efeito, a nova ideologia do todo-comunicação, esse imperialismo comunicacional, exerce sobre os cidadãos, desde há algum tempo, uma autêntica opressão.

Que a quantidade de informação e suas tecnologias têm crescido, é fato consumado. Mas o despreparo da maioria dos usuários para buscar, “manipular e interpretar o fluxo informacional contemporâneo e lidar com a moderna “fadiga da informação” (como já foi mencionado anteriormente) também tem crescido. Mas será que os meios e suportes digitais são nossas únicas possibilidades para adentrarmos no mundo da informação? A imagem moderna é somente a digitalizada? A resposta para ambas as perguntas é *não*. O próprio desenvolvimento do mundo da informação nos abre, dialeticamente, um leque imenso de alternativas

outras, que não as digitais. A imagem em nossa civilização, ao menos na ocidental, é de vital importância e tão poderosa que está presente em praticamente todos os momentos de nossas vidas, e não só nos suportes digitais.

As imagens são, pelo até aqui exposto, nossas representações cognitivas engendradas, seja a partir das informações extra-essenciais, seja a partir das intra-essenciais, para que possamos apreender o mundo e suas coisas, de modo a nos familiarizarmos com eles e podermos operacionalizá-los. Essa “manipulação” psíquica, constituidora de nossos arquétipos, irá, então, redundar em nossas *consciências possíveis*, como afirmou Goldmann, posicionando-nos, no caso ora estudado nesta dissertação, como *seres* ativos no plano político, através da extração das informações chárgicas, nos moldes do pregado por Umberto Eco. Tal processo é, pensamos, um dos mais importantes subsidiadores para que nós, *seres-interpretantes*, posicionemo-nos em nosso *Espaço Ideal* e transformemo-nos em *seres-políticos*.

As imagens são, pois, parte importante do acervo cultural à nossa disposição para que, ao engendrarmos nossos signos, nossos discursos sociais, produzamos sentidos discursivos e ações práticas cada vez mais condizentes com um modo de vida cada vez melhor para todos. Como nos mostrou o professor Milton Pinto (67/3)

as imagens que nos bombardeiam na sociedade contemporânea não são signos, são discursos sociais ou parte integrante deles (...) A análise [*do discurso*] aborda a imagem como qualquer outro texto, indo procurar nela os traços que a identificam como um tipo de discurso social, apropriado à situação da comunicação em curso (...) Para a Semiologia dos Discursos Sociais, não existe o objeto assignificante, dado ao conhecimento e percepção anteriormente a qualquer processo social de semantização.

É o que o professor chamou de “*Postulado da Semiose Infinita*”, que diz basicamente que (67/3) “*toda produção de sentido é necessariamente social (...) todo fenômeno social é um processo de produção de sentido*”.

Falar em semiose é, como já visto anteriormente, falar da relação comunicativa entre, no mínimo, um *ser-discursivo* e um *ser-interpretante* da mensagem, através da qual o *ser-discursivo* procura transmitir a(s) informação(ões) desejada(s) para o *ser-interpretante* e este, por sua vez, procura apreendê-la e devolvê-la ao mundo depois de a recriar cognitivamente. A informação, a escolha

equivocável do *ser-interpretante*, feita dentre as possibilidades múltiplas oferecidas pelo *ser-discursivo* ao transmitir sua mensagem é parte fundamental da semiose aqui referida. Os sujeitos deste processo, assim, não podem ser encarados como seres homogêneos e estanques, posto que são multiplamente facetados, dinâmicos e interagentes com o mundo ao redor; é o que o professor Milton Pinto chamou de (63/5) “*Postulado da Heterogeneidade Enunciativa*”. A enunciação é, por definição, heterogênea ou, semiologicamente falando, polifônica. Vale lembrar que, a enunciação não é o conteúdo informativo em si, mas a forma pela qual o *ser-discursivo* transmite a mensagem ao *ser-interpretante*.

O sentido produzido por um texto - entendendo, lembrando, a imagem como também um texto, bem como o texto como também sendo uma imagem e ambos como sendo a base de nossas representações - não pode ser obtido, segundo Milton Pinto, (67/6) “*a partir de um recorte ou fragmentação em unidades mais simples*”. O que vai de encontro à concepção de Eco ao afirmar que é bastante difícil de se determinar unidades catalogáveis (67/6 [apud ECO, Umberto])

nas configurações visuais (o mesmo se poderia dizer de qualquer discurso mesmo apenas visual), que aparecem assim como fortemente dependentes do contexto, mesmo quanto à sua disposição espacial, o que supõe que as figuras icônicas ou plásticas não adquirem seu valor por intermediação de qualquer código ou sistema, mas sim, a partir do contexto.

No entender de Milton Pinto, (67/8) a imagem atrai o receptor e é por isso considerada como um elemento de sedução. A sedução de que nos fala o professor é um artifício à disposição do *ser-discursivo* para chamar a atenção do *ser-interpretante*. Mas será toda imagem adequadamente comunicativa? Sim, desde que o *ser-interpretante* tenha condição de decodificá-la. O professor Pinto afirmou que (67/8) “*a imagem torna-se um obstáculo à eficácia comunicativa à medida em que se torna mais complexa, deixando de ser puramente descritiva para ser também informativa*”. Mas será que só podemos pensar em comunicação visual quando a imagem é meramente descritiva? Pensamos que não. Uma imagem pode, perfeitamente, trazer alguns detalhes, informações adicionais e a própria interpretação do *ser-discursivo*, sem que com isso percamos de vez a cadeia

comunicativa, sem que com isso o *ser-interpretante* não possa apreender as informações escolhidas e transmitidas.

A relação entre imagem e texto, comum nas charges, é antiga - data, pelo menos, da Idade Média - e pode ser expressa a partir, segundo Barthes (67/9-10 [apud, BARTHES, Roland]), de três funções:

1 - função de ênfase - sendo a imagem capaz de mostrar muito mais detalhes empíricos do objeto do que qualquer descrição verbal, o texto que com ela se relaciona serve em grande número de vezes para selecionar os detalhes que devem ser privilegiados na leitura;

2 - função de conhecimento - existem características do objeto que a imagem transmite mal (por exemplo, cores se a imagem for em preto e branco) ou que não são mostrados por ela (por exemplo, a parte de trás de um objeto fotografado de frente), tendo, nesse caso, o texto a ela associado a função de acrescentar a informação inacessível ou defeituosa;

3 - função de imobilização de níveis de percepção - sendo a imagem muito mais aberta a polissemia do que os textos, quando entramos no nível dos significados conotativos, o texto que com ela se relaciona encarrega-se de estabelecer um ponto de vista para sua inteligibilidade.

À guisa de esclarecimento, Barthes, autor da segunda fase da semiologia, não trabalhava, como os demais da mesma fase, com a idéia de que a imagem fosse um texto: eram para ele conceitos distintos. Os autores desta fase baseavam-se no Estruturalismo Lingüístico, que encarava o signo não como um discurso em função do contexto, mas como um ente estanque, cujo sentido, uma vez atribuído, seria definitivo, tal como afirmavam autores da fase anterior, a primeira fase da semiologia, autores como Pierce e Saussure.

A imagem pode ser, na ótica por nós adotada, uma representação psíquica do consciente do *ser-interpretante* ao transcender-se em direção ao seu *nada* imanente, fazendo surgir no mundo o seu *ser-político*, e ao projetar-se num dos produtos da imanência do *ser-discursivo* que, no caso da presente dissertação, é a charge. Ainda que tal definição possa parecer uma certa heresia para os fenomenologistas autênticos, já que Sartre afirmava que o *ser* transcende-se em direção a si mesmo, recaindo sobre o *nada* que é, ao mesmo tempo, a proximidade e o distanciamento que o *ser* engendra ao posicionar-se no mundo, tal como o queria Heidegger, fazendo emergir no mundo a *consciência*, tal idéia não nos parece tão descabida assim. Afinal, uma pessoa cega não pode criar sua própria

imagem sobre um fato qualquer? A senso-percepção cognitiva é inerente ao *ser-que-pensa*, pois este reconstrói cognitivamente o mundo e suas coisas, seja capturando as informações do mundo que a ele chegam, seja designando o mundo a partir de seu conhecimento *a priori*.

A consciência é separada do objeto pelo *nada*, que é uma interface entre o que Sartre chamava de *ser-Para-si*, que recai sobre si mesmo, constituindo-se, pelo posicionamento consciente, em uma de suas possibilidades futuras e nós mesmos que, ao nos percebermos pela *nadificação*, percebemo-nos também como *objetos-no-mundo*: o *ser*, para Sartre, não se relaciona com o mundo, senão pela *nadificação*. No mundo da informação, da Ciência da Informação, a percepção sartreana aqui aventada só pode ocorrer se o *ser* tiver condições e/ou o desejo de “manipular” as informações do mundo e, assim, criar-se enquanto *ser-que-pensa*.

Devemos entender por *nadificação* o processo pelo qual o Homem se autoconstrói. Para Sartre, se digo “Tenho fé!”, é porque tenho consciência de ter fé o que me aproxima dela, mas, como a identificação plena com o objeto é impossível, essa aproximação também me distancia do objeto, no caso, da fé. Não posso afirmar que, efetivamente, “tenho fé”, pois isso significaria um estado absoluto e pleno de meu *ser* ou, no dizer de Sartre, uma unidade contingente de identidade, sem possibilidades mutantes o que, em se tratando da consciência, é falso (58/115-117). Essa consciência de ter consciência é o que *nadifica* o *ser*, tornando possível seu relacionamento com o mundo. O *ser* é sempre a coisa, o objeto: em outras palavras, é o que Sartre chamou de *ser-Em-si*. O *ser-Para-si* é quem tem a possibilidade transcendente: o *ser-Em-si* não fundamenta nada pois é pleno de positividade essencial (58/35-36).

Quando a consciência se posiciona no mundo, constitui o *ser-Para-si* que, resultado da descompressão do *Em-si*, engendera esse posicionar-se no mundo que a consciência realiza, que é, segundo Sartre, o próprio fundamento do *nada*, o que nos levará, inevitavelmente, ao nascimento do que Sartre chamou de *não-ser*, ou seja, o próprio Homem. A “manipulação” cognitiva do objeto é possível porque o apreendemos a partir de nossa percepção consciente de sua existência. E cremos poder entender, e até mesmo manipular, um *não-ser*, uma outra pessoa, quando conseguimos transformar sua consciência, uma outra consciência que não a nossa, em um objeto. É, metafisicamente falando, o que Marx designava por “consciência

de classe” que, no caso marxista, era a apreensão da “consciência coletiva” das massas populares pela “consciência” privilegiada dos iluminados detentores dos meios de alienação e produção sociais, o que teria originado a famosa “luta de classes” (58/63-65).

O recaimento do *ser* em direção ao *nada*, para Sartre, parece indicar que o *ser* tende sempre ao outro, ao objeto, mas nunca se identificará com ele, pois isso o aniquilaria em sua relação com o mundo aniquilaria o *ser-Para-si* e o transformaria em plenitude total: o transformaria em um *ser-Em-si*. Podemos traçar um paralelo com a matemática, ou seja, podemos expressar a impossibilidade do *ser* de se aproximar de si mesmo, sem contudo obter plena identificação consigo, se pensarmos numa função exponencial. Nesta, a parábola tangencia o zero sem nunca o tocar, sem nunca se identificar, plenamente, com ele. A identificação plena é propriedade, somente, do *ser-Em-si*, que é um universo fechado em si mesmo; é um *ser não-posicional*; é um *ser não-transcendencial*.

Só o *ser-Para-si* possui possibilidades, cujo *ser* é a própria possibilidade existencial, tal como o *ser* da ausência é a própria ausência. O *ser-Para-si*, segundo Sartre é, desse modo, uma descompressão do *ser-Em-si*. É só a partir dessa descompressão que a consciência pode se relacionar com os objetos extramundanos. Essa descompressão é, como dizia Sartre, justamente o processo que nos conduzirá a inferirmos a presença do *nada* em nossas vidas. A identidade do *ser* pode ser, assim, um estado absoluto de imanência essencial e a identidade do *não-ser* pode ser um estado mutante da deriva infinita de suas aparências, constituídas pela escolha consciente dentre suas várias possibilidades, exatamente como afirmou Umberto Eco. Hegel já nos mostrou que a consciência, devido a essa propriedade metafísica destrinchada por Sartre, pode ser o que não é, e, contrariamente, pode não ser o que é (58/109-110).

O sentido da essência se origina do *nada*, que assim seria o resultado da transcendência consciente em direção à própria consciência do *ser*. Essa transcendência nadificadora levaria à consciência de si, e só pode existir, sempre no entender de Sartre, se a consciência se distanciar do objeto para apreendê-lo: o *nada* é essa distância - e ao mesmo tempo essa aproximação. O chargista, por exemplo, se distancia do acontecimento e/ou da pessoa retratada para, ao apreendê-la, criticá-la e, assim, se reaproximar desse acontecimento e/ou dessa

pessoa. O *nada* parece ser o fundamento da consciência em sua intencionalidade posicional: se o outro desaparece, desaparece também a consciência do *ser*, de ser consciente de si e do mundo. O *nada*, desse modo, não se sustenta por si próprio, fazendo-nos recair, como afirmava Sartre, sobre o próprio *ser* : só a consciência tem essa propriedade. A transcendência do *ser*, que gera sua consciência, engendra sua própria afirmação ou negação que são, a bem dizer, pressupostos do *não-ser*. O *não-ser*, por conseguinte, é uma ulterioridade possível da consciência, resultado das infinitas transcendências do *ser*, em seu processo de deriva infinita de aparências. O *não-ser*, por isso, talvez possa ser encarado, como diria Hegel, como aquilo que o *ser* poderia ser e não é ou, inversamente, aquilo que o *ser* não poderia ser, mas é (58/58-60).

A percepção consciente está na origem da constituição cognitiva das imagens. Para Deleuze, na origem da imagem está (49/44-45)

não uma soma, mas uma subtração do real. Da infinidade de imagens que circulam e recobrem-se (...) a imagem surge através de uma tomada estática (imagem congelada). Não há outro local, a não ser sobre ela, em que se possa formar a representação. Não existe sequer um modelo ao qual se poderia relacionar a fidelidade de uma mensagem, nem padrão para dela aferir a importância. O que supostamente (em uma ideologia espontânea da informação) faz às vezes de modelo, já é representação.

Para Balázs, (77/ [apud BALÁZS]) “a *significação imagética é definida pela posição da imagem (...)* As imagens são, por assim dizer, carregadas de uma *tendência para a significação, que se cumpre no momento em que entram em contato com outras imagens*”. É o que o leitor faz ao interpretar uma charge: põe a imagem concreta da charge política, lida e interpretada, em contato com sua imagem cognitiva do mundo político, extrai as informações desejadas, as reconstrói e se posiciona, ativa ou passivamente, no *Espaço Ideal*.

As imagens são, por conseguinte, condutoras de significação e informação. Gurwitsch mostrou-nos que condutores de significação podem ser, por exemplo, (77/122-3 [apud GURWITSH]) “*palavras na página impressa, pois a percepção das palavras dá origem a atos específicos através dos quais se apreende o pensamento formulado*”. Se as palavras desta dissertação forem percebidas como símbolos

significativos, oriundos do discurso do *ser-discursivo* que as enunciou, e não apenas como traços pretos em um fundo branco, isso significa que a percepção destas palavras provocou em você, leitor desta dissertação, (77/122-3) “*atos específicos de apreensão de significação*”.

Essa apreensão significativa é oriunda, por exemplo, do que John Searle denominou de “Atos de Linguagem”. Para Searle, um ato de linguagem constitui uma operação destinada a conduzir o leitor ou o ouvinte a se inteirar, não só com a imagem do *ser-discursivo*, mas também como o referente do discurso. Mas o *ser-discursivo* pode simplesmente informar sem argumentar. Neste caso, em que não há um discurso argumentativo por parte do *ser-discursivo*, importa basicamente a mensagem transmitida. E para os casos em que o *ser-discursivo* se utiliza de todo o arsenal discursivo a sua disposição, como por exemplo, das técnicas de sedução, neste caso mais importa a adesão do *ser-interpretante* às informações transmitidas pelo *ser-discursivo*, e que irão motivar suas imagens representacionais. O *ser-que-pensa emissional* projeta-se em direção ao *ser-que-pensa recepcional*, via o *objeto-ser* informacional, por exemplo, charge política. O sentido social produzido será o resultado da apreensão que o *ser-interpretante* fará das informações transmitidas pelo *ser-discursivo*, ao projetar-se em direção ao *objeto-ser* charge política e ao constituir-se, por conseguinte, em seu *ser-político*, uma de suas possibilidades. (O que não deixa de ser uma transcendência indireta em direção ao chargista, o *ser-discursivo*, já que foi ele o produtor do discurso imagético-chargístico). Segundo Mouilland, (49/58) “*a velocidade é a qualidade fundamental da informação. A eloquência pertence ao regime da argumentação, a informação é factual*”. Searle disse que uma representação adequada de uma coisa é vital para agirmos corretamente. É verdade, daí a importância que o fluxo informacional assumiu em nossos dias: atividades sociais mais complexas exigem informações mais confiáveis e trocadas de modo o mais rápido e preciso possível.

A imagem é passível de apreensão, qualquer que seja ela, porque a enquadrámos - como nos mostrou anteriormente Ostrower, de tal sorte que, uma vez bem delimitada, ela dificilmente se esvaíra (ao menos na sua forma). Esse processo de visibilidade imagética é analisado por Mouilland através do conceito de *enquadramento* (49/43): delimitamos um campo dentro e fora de um quadro por nós estipulado e este quadro determina o que deve ser visto. A moldura foca uma cena

unificando-a e solidarizando os elementos por ela isolados do mundo extraquadro (49/43). Ora, é óbvio que o enquadramento é um constituinte essencial para a delimitação do sentido produzido. A semiose infinita é a amplitude de significações que podemos produzir. Mas isso não quer dizer que todo discurso produzido tenha infinitos sentidos. O enquadramento ou o formato que damos a um acontecimento, ou seja, seu limite, é justamente o que nos permite dizer, por exemplo, que a Terra é redonda e não quadrada. O enquadramento ajuda a evitar uma certa hemorragia significativa. Num enquadramento fenomenológico, podemos afirmar que o *ser* é o que é, e fora disso, não é nada.

O acontecimento-notícia tornar-se um signo, não um signo rígido como afirmava, por exemplo, Pierce, mas um signo contextualizado e recontextualizável; um discurso, como mandam os modernos postulados da semiologia, sobre o qual montamos nossas representações (no caso desta dissertação, políticas), logo nossos subsídios para transitarmos em nosso *Espaço Ideal*. Recanati mostrou-nos que (49/56 [*apud* RECANATI]) “*o signo nunca se pode fechar de maneira completa sobre si mesmo, sob pena de perder aquilo que compõe sua própria natureza*” [ou seja, tornaria-se o *ser-Em-si* sartreano], que no entender do autor (49/56 [*idem ibidem*]):

é um objeto munido de um retorno (...) essa dualidade é constitutiva de sua identidade: mesmo quando se torna um objeto para si (...) ele conserva a possibilidade de designar um referente.

Para Recanati (49/56-57 [*idem ibidem*])

o desvio pelo signo nos permite propor uma interpretação da diferença entre o acontecimento e a informação.

[jornalística, bem entendido]

Chamaremos acontecimento a modalidade transparente da informação; aquilo que, então, aparece como figura é seu objeto: os acontecimentos aos quais se refere a informação formam o mundo que se supõe real.

Para Mouilland (49/42),

a moldura é posterior ao quadro, mas o quadro procede de um enquadramento implícito que o precedeu. A moldura opera ao mesmo tempo um corte e uma focalização: um corte porque separa um campo

e aquilo que o envolve; uma focalização porque, interditando a hemorragia do sentido para além da moldura, intensifica as relações entre os objetos e os indivíduos que estão compreendidos dentro do campo e os reverbera para um centro (...) A moldura, isolando um fragmento da experiência, separa-o de seu contexto e permite sua conservação e seu transporte.

Girtlin afirmou que (87/202 [apud GIRTLIN])

os enquadramentos mediáticos são padrões de cognição, interpretação e apresentação, e ainda de seleção, ênfase e exclusão, através dos quais os manipuladores de símbolos organizam rotineiramente o discurso, quer verbal, quer visual.

Vale lembrar, novamente, que a manipulação simbólica acima referida está pensada nos moldes das manipulações Piaget e Heller, que operam em universos similares aos de Maruyama (capítulo 2). E Girtlin conclui o raciocínio ao afirmar que (87/202 [*idem* *ibidem*])

os enquadramentos são quase totalmente implícitos; não aparecem ao jornalista ou ao público como construções sociais, mas como atributos naturais das ocorrências que o jornalista se limita a transmitir.

E é pelo preenchimento dos vazios discursivos do enquadramento que a retórica ideológica da não-informação imagético-chárgica se realiza. Assim, para Iser, (77/88-9)

são os vazios, a assimetria fundamental entre texto e leitor (...) o vazio constitutivo (do texto) é constantemente ocupado por projeções. A interação (do texto com o leitor) fracassa quando as projeções mútuas dos participantes não sofrem mudança alguma ou quando as projeções do leitor se impõem, independentemente do texto.

Há, na *Psicologia da Percepção Fenomenológica*, o conceito de *Good Continuation*, que nos foi bastante útil para os objetivos desta dissertação. O conceito acima referido liga os dados da percepção a uma forma de percepção e às formas de percepção em si (77/88-9). Por isso, no entender de Iser, (77/88-9) “quando os vazios rompem com as conexões entre os segmentos de um texto, a plena eclosão deste processo se dá na imaginação do leitor”. Sobre a construção da imagem, vejamos o que Iser tem a nos dizer (77/88-9):

Os esquemas do texto tanto apelam para um conhecimento existente no leitor, quanto oferecem informações específicas, através das quais o objeto intencionado - mas não dado - pode ser representado (...) Quanto maior a quantidade de vazios, tanto maior será o número de imagens construídas pelo leitor.

É o que o autor chamou de “*Estética do Vazio*”.

O rompimento do conceito de *Good Continuation* é, para Sartre, fator decisivo para a formação das imagens, pois, (77/110-111 [apud SARTRE])

como elas não podem ser sintetizadas em uma seqüência, se é levado a abandonar as imagens formadas e a produzir outras. Aqui aparece a relevância da Estética do Vazio.

O vazio *textual-discursivo* também pode, para Iser, ser chamado de *Ponto de Indeterminação* que faz do objeto um *ser* aberto, mas limitado. Caso essa contradição não ocorra, a sobreposição polifônica de suas concretizações irá, para Iser, descaracterizá-lo.

No entender de Iser, (77/95) “o valor estético e as qualidades metafísicas (...) ambas seriam vazios centrais que o leitor ocupa por suas representações, para construir o sentido da obra”. Mas o leitor não precisa preencher todos os pontos de determinação de um texto para compreendê-lo: ele pode ter condições e/ou vontade de realizar apenas parcialmente esta tarefa. O próprio Iser nos mostra que (77/96) o leitor só preencherá os vazios cuja emoção e/ou empatia e/ou suas condições interpretativas permitirem. O que, novamente, nos remete à idéia de Umberto Eco, para quem a informação existe para o receptor da mensagem, a partir da escolha que faz, dentre as ofertas possíveis oferecidas pelo emissor. Não por outro motivo, podemos afirmar que o *ser-interpretante* pode subverter as condições mensageiras pré-estabelecidas; pode não preencher os vazios determinados pelo *ser-discursivo*, mas outros que, às vezes, nem o próprio *ser-discursivo* percebeu existirem em seu discurso. Esse preenchimento é, por natureza, ideológico, visto ser de escolha do leitor, o nosso *ser-que-pensa-interpretante*, a escolha de uns e não de outros vazios a serem preenchidos o que, óbvio, guarda ligação direta com a produção do sentido deste *ser-interpretante*. Ingarden chega a afirmar que uma obra mal interpretada pode até mesmo tonar-se *Kitch* (Vale perguntar: o que é uma obra bem interpretada? Qual o referencial para designarmos a melhor interpretação? Tais

perguntas, contudo, não foram aqui respondidas para que não fugíssemos do nosso tema central).

Partindo de uma necessidade mais de combinação dos preenchimentos do que de preenchimentos isolados e não articulados, Iser afirmou que (77/106-107) “os vazios são os espaços conectivos os quais o leitor preencherá ou não” e, a partir daí, criará sua própria interpretação textual. O preenchimento e a conectabilidade dos vazios textuais e discursivos é função ideológica de quem não quer somente reprodução interpretativa, mas também e, principalmente, percepção e representação valorativas e renovadoras. Para concluir a idéia dos vazios ou pontos de indeterminação, recorremos novamente a Iser (77/121):

Como não são passíveis de descrição por si mesmos (os vazios), tampouco podem ser tomados como ‘pausas do texto’, no entanto, desta negação que os acompanha, se origina um impulso discursivo para a atitude de constituição do leitor.

A negação de um *ser* ou de um *objeto-ser*, tal como a que nos apresentou Iser, não é, obrigatoriamente, seu contrário, ao menos se tomarmos por verdadeira a idéia de Sartre quando diz que (58/56)

o não-ser não é o contrário do ser: é seu contraditório. Isso implica uma posterioridade lógica do nada sobre o ser, pois o ser é primeiro colocado e depois negado (...) Qualquer que seja a primitiva indiferenciação do ser, o não-ser é essa mesma indiferenciação negada. O que permite a Hegel ‘fazer passar’ o ser ao nada é ter introduzido implicitamente a negação em sua definição mesma de ser.

Assim, prossegue Sartre, (58/56) “*por o ser ao nada, como a tese à antítese, à maneira do entendimento hegeliano, equivale a supor entre ambos uma contemporaneidade lógica*”. Hegel costumava dizer que toda determinação é negação. Faz sentido essa afirmação se, como quer Eco, considerarmos como informação a escolha do *ser-interpretante* durante o processo comunicativo. Ora, a determinação pode ser encarada como o processo seletivo das informações, explícitas e implícitas, que vão delimitar e definir o *ser*. Assim, ao determinarmos o *objeto-ser* discursivo, determinamos, por exclusão, o “*não-ser*” deste *objeto-ser* discursivo; não o seu contrário mas, como afirmou Sartre, sua indiferenciação negada. O que vale dizer que determinamos uma nova peça discursiva, a partir das

contradições do discurso inicial e de sua remontagem cognitiva pelo *ser-interpretante*.

Mas, vale frisar que, segundo Sartre, ao tomarmos por inteiramente verdadeira a afirmação hegeliana de que toda determinação é negação - o que pensamos, é uma verdade não-universal, pois não se aplica a todos os fenômenos - nosso entendimento limitar-se-ia a (58/55) “*negar o seu objeto, ser outro que não si mesmo (...) Afirmar que o ser não é senão o que é seria ao menos, deixar o ser inato, na medida em que ele é seu transcendente*”. Para Hegel (58/55 [apud HEGEL]) “*nenhuma determinação ou conteúdo que distinguisse o ser de outra coisa, que nele colocasse um conteúdo, permitiria mantê-lo em sua pureza. O ser é pura indeterminação e vazio*”, que é preenchido pelo posicionar consciente em seu processo de nadificação. Essa visão hegeliana nos remete à busca de Iser e Ingarden por uma definição textual. O texto, no caso enfocado, o discurso imagético-chárgico, tem seu sentido produzido por uma semiose combinatória entre o explícito significativo e o implícito - a não-informação - de seus vazios ou pontos de indeterminação. O *ser-textual*, produto da interação projecional (nossa transcendência indireta) dos *seres discursivo e interpretante*, é prenhe do conteúdo informativo a ele atribuído por ambos os *seres*.

A imagem construída pelo leitor representa o entendimento que ele tem ao reconstruir, cognitivamente, a informação textual. O *não-ser* e o *nada extra-discursivo* são, respectivamente, o *ser-construidor* de sentido e a *imagem-ser*. Esta última, pelo até aqui visto, pode ser encarada com um *objeto-ser-ausente* em que se constitui o valor das informações chárgicas. A falta dos *seres, discursivo e interpretante*, é o fundamento, no processo comunicacional aqui analisado, da *imagem-ser representacional*.

Para Sartre (58/57),

quando Hegel escreve ‘(o ser e o nada) são abstrações vazias e cada uma é tão vazia quanto a outra’, esquece que o vazio é vazio de alguma coisa. Ora, o ser é vazio de toda determinação que não seja a da identidade consigo mesmo; mas o não-ser é vazio de ser. Em resumo, é preciso recordar aqui, contra Hegel, que o ser é e o não-ser não é.

E Sartre conclui (58/58): “*Invertendo a fórmula de Spinoza, poderíamos dizer que toda negação é determinação*”. O que é verdadeiro se, pensando contrariamente a Hegel, caracterizarmos uma negação como o processo mediante o qual delimitamos as informações sobre o *ser*, não a partir do que ele é (ou do que achamos que ele seja ou deveria ser), mas sim a partir do que ele não é (ou de que achamos que ele não seja ou não deveria ser).

Vemos aqui uma certa dificuldade: uma determinação enquadra um *ser* ou uma informação; mas uma negação não define um *ser* ou uma informação. Isto ocorre, pensamos, porque uma determinação, ao enquadrar um *ser* ou uma informação, exclui o mundo exterior. Mas uma negação, ainda que a conceituemos como um contraditório e não como um contrário, como afirmou Sartre, enquadra o que um *ser* ou uma informação não é, abrindo-nos todo o infinito de determinações possíveis extraenquadramento. E isso é tanto mais verdadeiro quanto maiores forem as alternativas de escolhas possíveis como resposta a uma indagação. E, vale lembrar, quem indaga quer enquadrar algo ou alguém a partir das informações que lhe chegam como resposta. Assim, parece-nos, que afirmar que “*toda negação é uma determinação*” é um tanto temerário, ao menos do ponto de vista informacional. Se alguém nos oferecer suco de laranja ou de abacaxi e dissermos que queremos suco, mas não de abacaxi, ou seja, negando-o, estaremos determinando o que queremos: suco de laranja. Mas se nos perguntarem nossa nacionalidade e respondermos com uma negativa do tipo “não sou alemão”, pouca determinação informativa estaremos transmitindo ao indagador, já que são várias as nacionalidades mundiais.

Mas Hegel dizia também que (58/58 [apud HEGEL]) “*toda negação é negação determinada*”, ou seja, uma negação sobre o conteúdo essencial, ao que Sartre responde e arremata (58/58):

O ser é anterior ao nada e o fundamenta. Entenda-se isso não apenas no sentido de que o ser tem sobre o nada uma precedência lógica, mas também que o nada extrai, concretamente, do ser a sua eficácia (...) O nada, que não é, só pode ter existência emprestada: é do ser que tira seu ser; seu nada de ser só se acha nos limites do ser.

O *nada* é a projeção ausente do *ser* no fundo de presença *extra-ser*, ou seja, no mundo. No dizer sartreano, o *nada* (58/59) “*está sustentado e condicionado pela*

transcendência". É o que Heidegger chamou da *Dasein* ou *Ser-no-Mundo*. Segundo Sartre (58-59),

a 'realidade humana' surge investida pelo ser e 'se encontra' no ser e, ao mesmo tempo (...) faz com que esse ser que a assedia distribua-seà sua volta em forma de mundo. Mas a realidade humana não pode fazer aparecer o ser como totalidade organizada no mundo a menos que o transcenda. Toda determinação, para Heidegger, é transcendência.

Ainda segundo Sartre, (58/59-60) "*esta aparição do si-mesmo para além do mundo, quer dizer, além da totalidade do real é uma emergência da 'realidade humana' no nada. É somente no nada que pode ser transcendido o ser*". Desse modo, Sartre afirmou que não podemos negar que (58/60)

a apreensão do mundo como mundo é nadaficadora. Assim que o mundo aparece como mundo, mostra-se como não sendo senão isso. O oposto desta apreensão é, portanto, a emergência da 'realidade humana' no nada (...) O nada acha-se na origem do juízo negativo porque ele próprio é negação. Fundamenta a negação como ato porque é negação como ser. O nada não pode ser nada, a menos que se nadifique expressamente como nada no mundo.

O entendimento desses conceitos ontológicos - o *ser* e o *nada* - são importantes para que entendamos o princípio formador das imagens cognitivas (ao menos da perspectiva adotada nesta dissertação), cujo alicerce são as representações que construímos sobre o mundo. Nossos *seres*, *discursivo* e *interpretante*, posicionam-se perante si mesmos e perante outros *seres* e *objetos-seres* e, ao transcenderem-se no *nada de ser*, *nadificam-se* e constituem-se, efetivamente, em outros seres, em outras de suas possibilidades futuras. Afinal, o distanciamento a que esse processo leva os *seres* fundamenta suas consciências que, no nosso caso, é a *consciência cidadã* do *ser-político*, resultado direto da transcendência do *ser-interpretante* e de sua autoconstrução no espaço das idéias políticas ou *Espaço Ideal*, através da percepção que realiza ao apreender o elemento informacional-ideológico que é a charge política.

Para Roland Barthes, toda imagem é, por si só, uma narrativa. A imagem apenas representa o real aparente, não representa e nem nunca o fará, o totalidade fenômeno. Por conseguinte, o receptor da informação imagética deve buscar a informação implícita ou a *não-informação* da imagem - o que significa ver e interpretar o que ela não mostra. Assim, a *narrativa da imagem* é uma *narrativa*

da representação ou uma narrativa da não-informação e, sem que representemos corretamente os discursos sociais que produzimos, tornamo-nos meros repetidores de informações pré-fabricadas e de ideologias capengas e não produtores de novos significados políticos e práticas sociais consistentes.

A imagem pode ser, pelo até aqui visto, uma representação psíquica do *ser-interpretante* fazendo surgir no mundo o seu *ser-político*, consequência direta do posicionamento consciente do primeiro, perante os discursos e fatos sociais. A informação pela imagem pode ser encarada como um dos elementos basilares com os quais contamos para construirmos nossas representações de mundo. Mas como pensar em construção de representação de mundo se vivemos numa Era na qual tem imperado um certo desconstrucionismo ideológico, que tem nos levado a uma crescente volatilidade, mesmo dos significados?

A sociedade contemporânea está impregnada com os fins de alguma coisa, tal como "o fim da História" e o "fim das ideologias". Esses fins que não findam são uma das mais visíveis pontas do iceberg estético-cultural e político que se convencionou chamar de *Pós-Modernismo*. Mas o que é essa "sociedade pós-industrial" se o seu modo de produzir é, ainda, fabril? Possivelmente, nem os adeptos da tal da pós-modernidade sabem!.

A radicalização dos fluxos, notadamente do financeiro e do informacional, trouxeram-nos a financeirização da vida diária, gestando o que podemos chamar de um *Capitalismo Fluxional* ou um *Neocapitalismo Financeiro*. Essa sociedade sim, pode ser chamada de Pós-Industrial, já que a riqueza advém dos fluxos e do conhecimento, mais do que do chão das fábricas. Mas ainda não pode ser chamada de Pós-Capitalista, já que é, quando muito, sua mutação. O mundo capitalista pós-moderno é o mundo da volatilidade e da velocidade como ideologias dominantes. O consumidor, mutação disforme, arremedo de ser humano, inexistente como personalidade e transforma-se em números estatísticos de percentuais de venda e de pagamento de impostos.

Vários são os problemas com os quais nos deparamos com este mundo denominado pós-moderno, tais como a transnacionalização do capital e a globalização da informação, a super-saturação de imagens e a hipermediação do real, a fragmentação da subjetividade e a pluralização da identidade social. O mundo, ilusoriamente, pós-moderno, parece-nos acertado, é o mundo da perda substancial das representações e da incapacidade do mapeamento conceitual do mundo.

O pós-moderno é um veículo de um novo tipo de hegemonia ideológica, mas curiosamente, uma ideologia a-ideológica, um movimento com forte cunho despolitizante. E é neste cenário "a-político" e "a-ideológico" que as imagens atuam como um poderoso instrumento de transmissão de informações. E este mundo que se quer a todo custo *pós-moderno*, da forma como está pseudo-estruturado, não nos é útil, válido, tampouco agradável. Já é corrente dizer-se que as pessoas de bem estão trancadas em seus prédios e condomínios, cada vez mais parecidos com as antigas fortalezas medievais. O sentimento de compaixão pela vida alheia, de amor, de carinho, de respeito, de compreensão, de cidadania e outros tantos, todos essas palavras andam perdendo parte de seu

significado, bem como o próprio sentido de nossa historicidade, pelo mais absoluto desleixo com que nós outros cuidamos do planeta e da vida que nele ainda insiste, persiste e não desiste de existir, apesar de tudo o que o Homem tem feito em contrário! O *Pós-Modernismo*, como fundamento teórico é um fracasso, pois aponta para a fragmentação como inevitável, para o egoísmo como natural e para a alienação coletiva como uma das saídas possíveis para a cidadania.

O indivíduo, no dito *Mundo Pós-Moderno*, seria senhor de si e de sua vida; ele deve se sobrepor ao coletivo “castrador e bitolante”. E essa é uma atitude evidentemente desagregadora e contraproducente, pois ambos, indivíduo e coletivo, são faces de uma mesma moeda e compõem o mesmo mundo e devem interagir e não se aniquilar mutuamente. O homem reflete sua circunstância, que é construída por todos e por cada um de nós. Se não tomarmos cuidado, podemos estar desenvolvendo uma vigorosa marcha-à-ré, sem que o percebamos. É hora de somarmos nossos esforços e não de dividi-los. O pós-modernismo tornou-se anacrônico antes mesmo de se constituir como alternativa viável aos problemas que teremos de enfrentar daqui pra frente: o desenvolvimento de todos como seres humanos, e não como base para o crescimento dos cifrões de alguns execráveis. Eis o desafio da cidadania no 3º Milênio.

Com o pós-modernismo, o pensamento ocidental começou a ser confrontado com outras culturas, tal como nos mostrou o geógrafo Rogério Haesbaert ao afirmar que (34/89)

tanto no tempo - caso da recuperação do pensamento mítico e pré-socrático - quanto no espaço - caso da incorporação de idéias vindas de civilizações que ainda resistem no seio da modernidade, em especial o que resta da cultura chinesa ou oriental.

Vale ressaltar que Haesbaert não concorda com a idéia de que estamos vivendo, uma entrada numa ainda indefinida “Era Pós-Moderna”, cujas premissas seriam nossas sucessivas crises cultural-civilizatórias.

Assim descreve Richard sua visão do pós-moderno (38/17 [apud RICHARD , Nelly]):

O pós-modernismo significa para nós um horizonte de problemas em relação aos quais podemos discutir significações locais que são afetadas (de maneira desigual) pelas mutações políticas, sociais e culturais do mundo contemporâneo: por exemplo, a transnacionalização do capital e a globalização da informação, a super-saturação de imagens e a hipermídiação do real, a fragmentação da subjetividade e a pluralização da identidade social.

O mundo pós-moderno ocidental, parece-nos acertado, é o mundo da perda substancial das representações e da incapacidade do mapeamento conceitual do mundo. O pós-moderno é, para Jameson, “*um veículo de um novo tipo de hegemonia ideológica*”, mas curiosamente, uma ideologia a-ideológica, um movimento com forte cunho estético-cultural e despolitizante (69). E é neste cenário “a-

político" e "a-ideológico" que as charges - por naturezas políticas e ideológicas, atuam como um poderoso instrumento de transmissão de informações, formando e/ou consolidando o ideário do *ser-interpretante*.

A transmissão de valores ideológicos é um processo complicado, a começar pela própria definição do termo ideologia, bem o sabemos. Desse modo, achamos de valia procurar esclarecer, sucintamente, o que entendemos por ideologia. Para Aranha & Martins, (07/70-1) "*ideologia, em sentido amplo, é o conjunto de idéias, concepções ou opiniões sobre algum ponto sujeito a discussão*". A universalidade das idéias e dos valores é abstrata, segundo as autoras, (07/70-1) porque na realidade concreta o que há são classes particulares com interesses divergentes. Não por acaso, Marx já nos mostrou que podemos entender a História como produto e, ao mesmo tempo, como impulso da luta de classes; uma luta ideológica por excelência.

Em concepção complementar, Chauí afirma (20/113):

A ideologia é um conjunto lógico, sistemático e coerente de representações (idéias e valores) e de normas ou regras (de conduta) que indicam e prescrevem aos membros da sociedade o que devem pensar e como devem pensar (...) o que devem fazer o como devem fazer (...). É, portanto, (...) de caráter prescritivo, normativo, regulador, cuja função é dar aos membros de uma sociedade dividida em classes, um explicação racional para as diferentes classes sociais, políticas e culturais.

A ideologia, para Cohn, é (21/339-340)

um conjunto de elementos imanentes às imagens que dizem respeito aos seus significados conotativos (...) A leitura ideológica de mensagens, então, se faz ao nível da organização interna dos significados e ao sistema de conotação ao qual se vincula.

O autor cita como exemplo as cores verde e amarelo que, por si só, não passam de cores, mas para os brasileiros possuem forte carga simbólica-ideológica. Posteriormente, Cohn completa sua definição, dizendo (49/340):

A ideologia é um nível de significação que pode estar presente em qualquer tipo de mensagem (...) Esta leitura ideológica consiste em descobrir a organização implícita ou não-manifesta das mensagens. Vale dizer: a ideologia não se encontra no nível do discurso explícito, mas naquele das regras que a organizam, no seu código.

Para Umberto Eco, a retórica é parte essencial e significativa da ideologia, um elemento essencial para construirmos nossos esquemas mentais de representação, tal como mostraram Cardoso & Vainfas (18/404),

representar iconicamente um objeto significa transcrever, por meio de artifícios gráficos, as propriedades culturais que lhe são atribuídas. Uma cultura, ao definir seus objetos, remete a códigos de reconhecimento que indicam traços pertinentes e caracterizantes do conteúdo. Um código de representação icônica estabelece quais os artifícios gráficos que correspondem aos traços do conteúdo ou mais exatamente aos elementos pertinentes fixados (selecionados) pelos códigos de reconhecimento (...) Um esquema gráfico reproduz as propriedades relacionais de um esquema mental.

Os códigos pelos quais classificamos e organizamos nosso conhecimento, no caso da imagem, da charge, depende, em boa parte, da maneira como conceituamos e interpretamos a informação estética de seus elementos visuais. Assim, para Maruyama (43/123),

há várias maneiras de olhar o universo e o princípio da organização deste universo depende do intérprete (...) a metaorganização do universo varia de cultura para cultura e de pessoa para pessoa.

O que torna a interpretação imagética algo extremamente subjetivo por um lado, e sócio-cultural, por outro.

O conceito de informação visual é, para Eco (28/123),

a compreensão da direção na qual se move o discurso estético, na qual intervém sucessivamente outros fatores organizativos: isto é, cada ruptura da organização banal pressupõe um novo tipo de organização, que é desordem em relação à organização anterior, mas ordem em relação a parâmetros adotados no interior do novo discurso.

Nosso objetivo principal foi elucidar um pouco mais o processo que nos leva, no dizer de Cohn, a "*descobrir a organização implícita ou não-manifesta das mensagens*", contidas nas charges ou, se possível, traçar rudimentos que apontem para uma forma de leitura que permita a qualquer leitor, realizar a decodificação dos valores político-ideológicos não explícitos de uma charge. Afinal, a ideologia, tal como afirmaram Cohn e Eco, não está no nível do discurso explícito, mas no nível das bases constitutivas de sua retórica.

7 - A produção e a reprodução ideológica da imagem chárstica

7.1 – A charge como um veículo de transmissão de informações ideológicas

No caso do campo jornalístico, o dispositivo das representações advém da informatividade das notícias por ele produzidas, o que vale dizer, no caso específico das charges, que as representações são construídas a partir da capacidade da crítica humorística que a imagem-charge oferece ao leitor. O retrato de um acontecimento ou de uma personalidade, que é levado ao leitor pelas charges, deve ser interpretado dentro do contexto deste acontecimento ou das ações desta personalidade. A não-contextualização da charge retira-lhe o atributo de instrumento informacional-ideológico.

As charges se utilizam das duas formas de linguagem: a lingüística e a imagética. Para Barthes (62/96 [apud BARTHES]):

A língua é presa a cânones definidos, uniformes, objetiva, clara, digital, tendendo a ser mais unívoca, porque utiliza um único código. A imagem, por outro lado, tem uma relação menos precisa com cânones (...) Neste prisma, o texto, a legenda, a palavra - o código lingüístico - operam como limite, como freio (...) em relação à liberdade dos significados da imagem, o texto tem um valor repressivo (...) Se a imagem possibilita uma infinidade de formas de difundir mensagens, a língua não possui a mesma plasticidade. A imagem pode, até mesmo, subverter os códigos tradicionais, sem perda de sentido, com o intuito de chamar a atenção, enfatizar sentimentos, politizar etc. (...) Um texto com a pretensão de juntar letras, desordenadamente, ou desconstruir a sintaxe, dificilmente seria compreendido ou assimilado pelos receptores.

Parece-nos que nem as criptografias fogem dessa prisão lingüística: só as imagens.

Para Gurjão, a complementaridade dos códigos lingüísticos e imagéticos (62/100),

permite agir, com mais eficiência e rapidez, sobre o receptor (...) No desenho de humor, a imagem predomina sobre o texto. Diria até que, nele, a imagem é texto - um texto paralelo, subjacente, complementar. Há pelo menos duas formas de lê-lo: a) recebendo as informações contidas no discurso literário; considerando a imagem como

complemento ou ilustração; b) percebendo que sua maior fonte de informações provém de imagem, no sentido mais amplo (diagramação, ilustração, tamanho e tipo de letras, fotos, caricaturas, charges, rabiscos etc.).

Assim, para a autora, (62/116)

A imagem pode ser usada como narrativa, tendo suas especificidades, tanto nas relações com a língua, como na maneira de passar informações, no relato da vida de uma sociedade.

A narrativa chágica é, deste modo, umbilicalmente ligada ao humor político. A identificação do leitor com a imagem é, no mundo moderno, direta. Assim sendo, o cenário, o contexto da produção das informações jornalísticas/chágicas não pode, de modo algum, ser desprezado. É novamente em Gurjão que fomos buscar a fundamentação para tal idéia (62/118-9):

O cenário onde se situa a história é de extrema importância. Um elemento do ambiente retratado, muitas vezes, permite a identificação de todos os outros. Portanto, no desenho de humor também se encontra o nível das funções. Por outro lado, o ambiente é uma espécie de palco, onde vão desfilar as personagens, agindo de forma concreta. Essa ação é o centro da atenção do artista, devendo ser a mola propulsora da reação desejada, descrita na classificação de Barthes como nível das ações. Finalmente, o nível da narração está diretamente relacionado com quem fala (...) e é justamente o que ocorre com os desenhistas de humor, quando criam personagens para ser seus porta-vozes.

Pelo exposto até aqui, pensamos poder afirmar com uma razoável dose de boa vontade e correção, que a imagem, além de possuir uma linguagem própria, pode ela mesma constituir-se e ser encarada como uma linguagem em si. Assim, a imagem chágica faz as vezes de um narrador: ela narra a narrativa do enunciador primeiro do discurso político, o chágista.

O desenho de humor político deve, obrigatoriamente para Gurjão, (32/138)

usar a capacidade de fazer rir, não apenas para causar a distensão e o relaxamento do receptor. Traz em seu cerne, uma função mais profundamente crítica e transformadora. As denúncias feitas por ele devem suscitar a indignação do receptor, levando-o a se posicionar frente aos fatos de sua sociedade. Por esse motivo pode ser qualificado como político.

A charge é um instrumento de protesto, um instrumento de contestação do *status quo*, para o que se utiliza do humor. À imprensa cabe, grosso modo, informar o leitor sobre os acontecimentos sociais. Ao chargista, cabe escolher dentre os acontecimentos contemplados pela imprensa, aquele que considera de maior relevância e mostrar sua visão/versão do mesmo através de seu discurso imagético. Ao jornal cabe, em linhas gerais, a veiculação informativa, opinativa e narrativa dos acontecimentos sociais. Ao leitor, cabe a análise e interpretação, tanto dos fatos descritos pelos *media* quanto dos fatos retratados e criticados, seja pelas opiniões dos colunistas, seja pela opinião dos chargistas: o juízo de valor discursivo é do chargista, projetado na imagem chárstica, com toda sua linguagem e força visuais; o juízo de valor interpretativo é do leitor que é, no limite, quem vai instituir o sentido da informação jornalística. Acreditamos que o sentido primeiro, o do *ser-discursivo*, é um sentido parcial, pois é apenas indutivo em seu propósito e incerto na concretização de seus objetivos. O verdadeiro sentido só se completa, ao menos assim nos parece, quando o *ser-interpretante* capta a mensagem transmitida e cria suas representações que subsidiarão seu modo de pensar e operar em coletividade; em nosso *Espaço Ideal*.

Segundo Gurjão (62/140),

o chargista está sempre à busca de outro significado nas coisas. Insaciável, procura novas leituras dos fatos do dia-a-dia. Brinca com as infinitas possibilidades oferecidas pelos traços, pela língua, pelos recursos gráficos, pelas técnicas etc.

Os chargistas transmitem suas mensagens por transgressões dos códigos imagéticos, não dos lingüísticos, vale ressaltar. A imagem permite essas inversões irreverentes, alternativas e infinitas somente ao chargista e não ao repórter ou ao cronista: para estes há os condicionantes impostos pela linguagem verbal. Ao apresentar ao leitor, nosso *ser-que-pensa-interpretante*, o mundo político, ou seja, o mundo da atuação social dos seres em coletividade, o chargista contribui para a tomada de uma consciência crítica deste leitor, uma consciência que muitos estudiosos renegam, mas que também muitos a consideram como um (ou talvez a) consciência cidadã. Ao se perceber neste *espaço das idéias políticas* ou, como

preferimos chamar, neste *Espaço Ideal*, o *ser-interpretante* transcende-se em direção a uma de suas possibilidades futuras (novamente Sartre), seu *ser-político*. Atuação política pressupõe a “manipulação” operatória em moldes similares aos piagetianos, de determinadas estruturas ideológicas. Essa manipulação é, vale frisar, uma manipulação quase que estritamente cognitiva, o que engendra várias *consciências possíveis*, como queria Lucien Goldmann, das várias classes e mesmo dos vários grupos, ou, modernamente, redes sociais, verdadeiras bases teóricas de nossos arquétipos políticos.

Para que possamos metamorfosear nossa *consciência política possível* naquilo que denominamos de *consciência real da cidadania*, ou seja, a realização do ideário contido na abordagem possível de Goldmann, é de suma importância que os agentes envolvidos nas redes sociais tenham condições de manipular adequadamente o fluxo gigantesco de informações ideológicas com que somos cotidianamente bombardeados. Sem que representemos corretamente os discursos sociais que produzimos, tornamo-nos meros reprodutores de informações pré-fabricadas e de ideologias capengas e não produtores de novos significados políticos. Esta última função é, possivelmente, a mais importante tarefa que o *ser-político* tem a desempenhar em seu *Espaço Ideal*: produzir inovadores e eficazes discursos e práticas políticas.

A imagem chágica, dotada de grande informatividade, ou seja, de grande potencial informativo, é, por força de seu contexto de produção e circulação pelo e no meio jornalístico e por força de seu consumo ou reconhecimento, como quer Eliseo Véron, um elemento fortemente polifônico e intertextual.

Assim nos mostrou Romualdo, ao dizer que (63/1-2)

não podemos pensar a charge como um texto isolado, sem relações como outros textos, que aparecem não só no próprio jornal, mas também fora dele (...) Nos casos em que as relações intertextuais se dão com textos que não estão no jornal, cabe ao leitor fazer a recuperação desses intertextos, para inteirar-se mais profundamente da mensagem transmitida pelo texto chágico.

Se a charge é um texto, é porque possui uma linguagem que, decodificada, engendrará um sentido, ou seja, a charge é e possui um discurso próprio. E a recuperação das informações intertextuais aqui mencionadas pode se dar, no nosso

entender, de dois modos: o leitor irá reler um texto extrajornal já lido ou procurará um que o permita entender a charge; ou então, procurará puxar da memória as informações úteis que lhe auxiliarão a construir suas representações.

A charge não é meramente informativa: é opinativa. O chargista elege um acontecimento e/ou uma personagem e expõe sua interpretação desse acontecimento e/ou dessa personagem à crítica do leitor. É por isso que o chargista deve acompanhar a notícia tanto ou mais de perto quanto o editor ou o colunista. Para reforçar a diferença entre jornalismo informativo e jornalismo opinativo, podemos resgatar a definição de Melo (46/):

O jornalismo articula-se em função de dois núcleos de interesse: a informação (saber o que se passa) e a opinião (saber o que se pensa sobre o que se passa). Ao jornalismo informativo correspondem os gêneros: nota, notícia e entrevista; ao jornalismo opinativo, os gêneros: editorial, comentário, artigo, resenha, crônica, caricatura (charge) e carta.

O jornalismo é, ao menos teoricamente, comprometido com a verdade, enquanto dimensão (ao menos uma delas) da realidade. Um fato descrito pelo jornalista não é verossímil: é real, ao menos em tese (62/72).

Para Gurjão, a informação jornalística (62/73)

chega ao receptor de duas maneiras: na imprensa de informação e na imprensa de opinião. Manter a sociedade a par dos fatos cotidianos no tocante às atividades políticas, econômicas, religiosas, militares, culturais e ao relacionamento entre seus membros é o objetivo da primeira. A segunda visa divulgar crenças, idéias, pontos de vista, com a meta de formar a opinião pública para implantar, manter ou rejeitar um determinado comportamento.

A narrativa jornalística está diretamente relacionada ao processo de crescimento tecnológico, notadamente do reprográfico. A reprodução de livros e revistas por meios mecânicos - possibilitada por invenções como o Tipo, de Gutemberg - agilizaram a troca de informações sociais, o que significa dizer que ampliou o leque de atuação de nossos discursos lingüísticos e, mais importante ainda, precisou essa reprodução, diminuindo consideravelmente os erros dos antigos copistas, leigos ou monastéricos; afinal, uma vez fabricado corretamente, o Tipo passou a reproduzir o que lhe cabia *ad infinitum*. Foi a fase em que a ciência e

os meios de comunicação cresceram e se espraíram por todos os interstícios das sociedades contemporâneas. Do Tipo ao Bit, as tecnologias para a transmissão e disseminação informacionais não pararam de crescer quantitativa e qualitativamente.

Segundo Benjamin, (62/74 [apud BENJAMIN]) “*metade da narrativa está em evitar explicações*” o que, para Gurjão, (62/74) deixa o leitor livre para interpretar a história narrada como quiser e, com isso, o episódio narrado atingiria, para a autora, uma amplitude que não existe na informação (transmitida simplesmente). Essa amplitude tolhida da informação ocorre, no entender de Gurjão, porque a informação pede pela objetividade e não pela subjetividade de um romance, por exemplo. Assim, conclui a autora que (62/74) “*nos dois casos, é bloqueada a relação entre emissor e receptor, assim como a troca de experiência entre eles*” o que, para Benjamin, faria com que a narrativa morresse fulminada.

Nas palavras de Landowski (63/60 [apud LANDOWSKI]):

A maioria dos fatores contextuais necessários para a compreensão das manifestações polifônicas e intertextuais da charge é encontrada no próprio jornal. Este, pela diversidade de assuntos e abordagens que traz em seus textos, ajuda a formar o repertório do indivíduo que o lê. O leitor, ao buscar no espaço discursivo circunscrito pelo jornal os fatores contextuais para a compreensão desses fenômenos, estabelece as relações intertextuais (...) Mas, quando o intertexto não aparece no jornal, o leitor já deve ter, em seu repertório ou memória cultural ou literária, o conhecimento necessário para a compreensão da intertextualidade.

Vale lembrar, contudo, que os intertextos citados pelo autor nem sempre são publicados no mesmo dia em que sai a charge e que intertexto pode não ser, necessariamente, um texto verbal, mas sim uma fotografia ou mesmo outra charge.

A intertextualidade e a polifonia são dois constituintes essenciais do texto imagético chágico. A intertextualidade é a inter-relação entre vários textos, de diferentes origens, com diferentes enunciados e de diferentes significados. Já a polifonia é justamente a interferência de várias “vozes” que vão dar o sentido final a um texto qualquer: é, pois, intimamente imbricada com o conceito de intertextualidade. Podemos perceber nas charges elementos do *Kitch*, tais como o exagero e até mesmo a vulgaridade - não entendida como vulgaridade do charginista, mas como apenas mais um dos recursos visuais-provocativos de que ele dispõe

para produzir seu discurso. O exagero aqui referido não se limita ao traçado, por vezes paródico; podemos entendê-lo também como um exagero no que tange ao discurso das charges; um exagero do sentido produzido pelos enunciados imagéticos do chargista e, porque não dizê-lo, do sentido produzido pelo leitor ao ler e interpretar as informações ideológicas das charges políticas. É através deste processo que o leitor constrói sua consciência política e se posiciona no *Espaço Ideal*.

Outra característica perceptível das charges é que elas são, obrigatoriamente, figurativas, ou seja, tem de haver uma correspondência real para o representado, ainda que seu sentido verdadeiro esteja oculto. Lembremo-nos de Legge, que nos mostrou que a linguagem não precisa, necessariamente, refletir situações verossímeis, mas tem de, obrigatoriamente, representar relações percebidas como possíveis no mundo real. Esse conjunto de características faz das charges um elemento transmissor de informação por natureza irônico e sarcástico, cuja finalidade é chamar a atenção do leitor para algum fato cotidiano, notadamente do mundo político, através de sua linguagem crítica e humorística. Sem tais elementos e características, as charges simplesmente não existiriam. Seriam meros desenhos ilustrativos.

Segundo Rabaça & Barbosa, (04/107-8)

Em uma acepção primeira, a caricatura é a representação da fisionomia humana com características grotescas, cômicas ou humorísticas. A forma caricatural não precisa estar ligada apenas ao ser humano (pode-se fazer caricatura de qualquer coisa) mas a referência humana é sempre necessária para que a caricatura se realize (...) O termo caricatura provém do italiano caricare (fazer carga)". Para os autores, as caricaturas se subdividem em: cartuns (narrativas humorísticas), desenhos de humor, tira (historinha curta) e as charges.

Ainda no entender de Rabaça & Barbosa, charge (04/126)

É um cartum cujo objetivo é a crítica humorística imediata de um fato ou acontecimento específico, em geral, de natureza política. O conhecimento prévio, por parte do leitor, do assunto de uma charge é, quase sempre, um fator essencial para sua compreensão (...) A mensagem contida na charge é eminentemente interpretativa e crítica e, por seu poder de síntese, pode ter, às vezes, o peso de um editorial (...) O termo vem do francês charge (charge).

As charges possuem uma linguagem visual basicamente, mas se utilizam também da linguagem verbal. É através dessas duas linguagens, com doses cavalares de sátira e humor, que o leitor ou *ser-interpretante* consegue extrair os dados, os elementos que subsidiarão a construção das informações político-ideológicas do continente chágico, o que, por sua vez, subsidiará suas representações. A semiose chágica completa-se quando o leitor lê e interpreta a mensagem do chargista ou *ser-discursivo*, decodifica-a e, através do processo de autoconstrução de massa crítica, se posiciona no espaço das idéias políticas ou *Espaço Ideal* tornando-se, assim, de *ser-que-pensa-interpretante*, em *ser-que-pensa-político*. A narrativa verbal e a narrativa imagética contribuem decisivamente para que conheçamos nosso espaço político, para que conheçamos nós mesmos. A mediação intersubjetiva e, por conseguinte, interdiscursiva, far-se-á por meio dos discursos.

As charges políticas são, desse modo, na ótica aqui adotada, um dos veículos não-digitais para que levemos algumas das informações contemporâneas às pessoas em geral e, no caso das charges políticas, objeto-foco desta dissertação, aos leitores dos jornais em particular - notadamente, os politizados. São as charges, a expressão de uma linguagem ideológico-imagética, visto que se utiliza do tracejado do chargista para transmitir uma mensagem sobre um dado acontecimento e/ou personalidade do mundo político.

O espaço chágico tem sua própria moldura, que aprisiona a informação nele presente. A informação, contudo, não é, por isso, um conceito fechado em si mesmo, mas um conceito intertextual e polifônico, tal como nos mostrou Recanati e Sartre. A moldura ou o enquadramento - que tanto podem ser encarados materialmente, como o quadro que o chargista realiza ao confeccionar a charge, quanto teoricamente, como os limites informativo-ideológicos da pessoa ou do acontecimento representado - aqui referidos não impedem a polifonia da mensagem: antes de tudo evita boa parte das perdas da informação transmitida pelo *ser-discursivo* ao *ser-interpretante*.

Desse modo, acharge pode ratificar ou retificar um estado mental, como queriam Brookes e Belkin, não importa: o conteúdo imagético reorganiza nossas bases cognitivas. É essa a essência do processo de transmissão de informação: a reorganização das bases cognitivas. Se dizemos a alguém, algo já conhecido por esta pessoa, não estaremos transmitindo informação alguma, certo? Errado. Pensamos que a informação transmitida pode não estar na aparência da mensagem: ou pode estar

no discurso implícito, nas entrelinhas, ou pode estar na própria redundância informacional, que, no mínimo, mostra um não-caminho. Ou seja, de um jeito ou de outro, as bases cognitivas são reorganizadas em função da novidade ou da redundância da informação captada pelo *ser-interpretante*.

O processo de extração informativa que realizamos ao apreender uma mensagem qualquer pode ser entendido como uma transcendência indireta de nosso *ser*, que se posiciona perante o *ser-textual-imagético* das charges políticas. Ao fazer isso, procuramos, ainda que intuitivamente, seus vazios ou pontos de indeterminação para, ao preenchê-los ou não, recriarmos o *ser-textual-imagético* ou, para usarmos uma terminologia sartreana, o *não-ser-textual*, que é, como já vimos, o contraditório do *ser-textual-imagético-discursivo*, criado pelas novas representações do *ser-interpretante*, a partir do sentido do discurso do *ser-discursivo*.

Mas se, como quer Bourdieu, o campo político oferece instrumentos de percepção e de expressão do mundo social, com os quais o *ser-interpretante* fará surgir no mundo, à maneira heideggeriana, o *ser-político*? Como isso ocorre na prática?

7.2 – Uma visão empírica do processo de representação das informações chárgicas

Podemos encarar as charges, pelo até aqui visto, como um discurso imagético-ideológico, cuja informatividade prende-se, numa ponta, à habilidade do chargista em confeccioná-la de modo o mais claro, irônico e crítico possível e, noutra ponta, a plena capacidade do leitor em ler e interpretar a informação chárgica e reconstruí-la, cognitivamente, para fazer surgir no mundo o *ser-político*, resultado da projeção do *ser-interpretante* - o leitor - ao posicionar-se crítica e semanticamente perante o sentido produzido pelo *ser-discursivo*.

Em primeiro lugar, tomando-se por base o universo de *seres-discursivos*, os chargistas Ziraldo, Paulo Caruso e Chico Caruso, foi consenso o entendimento de que a charge política é um elemento imagético que tem por objetivo criticar, de modo irônico e humorístico, um acontecimento e/ou uma personalidade do mundo político. Isso mostra que, conceitualmente, a definição sobre o seu objeto de

trabalho não é um problema para os chargistas. Também não há muito o que discutir no que toca a supostas diferenças de tipos de charges. Na opinião dos entrevistados essa questão simplesmente não existe: todas as charges são iguais em sua essência, ou seja, na crítica bem humorada da cotidianeidade, embora tenham, cada uma, traços distintivos umas das outras.

As divergências começaram quando indagamos aos chargistas quais traços distintos teriam maior informatividade. Para Ziraldo, toda e qualquer charge é fortemente informativa; para Chico Caruso, quanto mais sintética, tanto mais informativa será ela e, para Paulo Caruso, as melhores são as de maior impacto visual. Ao afirmar que todas as charges são informativas, Ziraldo mostra não distinguir uma charge mais sintética, preferência de Chico Caruso, de uma charge com maior impacto visual, como aponta Paulo Caruso. E muito embora uma charge mais sintética não seja, obrigatoriamente, a de maior impacto visual e vice-versa, podemos concluir que, em que pese essa diferença, os irmãos Caruso concordam num ponto: que as charges são iguais na essência, mas que há diferentes tipos de charges, ao menos no que toca a questão da informatividade. O que não deixa de ser uma certa contradição, sob um certo ponto de vista, com a resposta que todos deram anteriormente: a de que todas as charges são, na essência, iguais. E, vale notar, se há diferenças na informatividade, também as haverá na receptividade, como veremos mais à frente.

A legenda é apenas um complemento da charge e nisso todos concordam, mas Paulo Caruso nos chama a atenção para o fato de que a legenda pode até subverter o significado imagético. Se levarmos em conta que a informação existe para o receptor, a advertência de Paulo pode ser importante, especialmente se considerarmos que a legenda pode, em alguns casos, completar o significado chágico, e não apenas o ilustrar, o *ser-interpretante* poderá não completar o ciclo semântico jornalístico, caso não saiba ler ou se não estiver a par do fato ou personalidade criticada.

Todos se tornaram chargistas por gostarem de desenhar e de política. Paulo Caruso, inclusive, completa a reposta afirmando que a charge, na época da Ditadura Militar (1964-1985), era menos facilmente censurada e, por isso, podia-se por ela

transmitir melhor as informações ideológicas e sobre o que se passava no Brasil de então. Isso reforça a tese de que a liberdade da informação imagética é (praticamente) ilimitada, o que já não acontece nos textos verbais; as possibilidades informacionais da imagem e de seu discurso são ilimitadas. A estética, a ironia e a sutileza são, talvez, os componentes menos censuráveis dos discursos humanos.

O ponto de partida para a confecção de uma charge é, para Ziraldo, a informação que ele acha que o leitor quer receber; para Chico Caruso, não importa o ponto de partida, mas sim o resultado a que se quer chegar: o humor. Já para Paulo Caruso, o mais importante é a mensagem que ele quer transmitir. Isso reforça a idéia de que o processo comunicacional tem de ser dialético, uma via de mão-dupla, e não algo estático. Neste processo, tanto o *ser-discursivo* quanto o *ser-interpretante* assumem papéis de emissor e receptor. Não fosse assim, os chargistas não obteriam sucesso ao confeccionar suas charges partindo de pontos tão distintos, como a resposta deles deixou explícito. Como afirmar o objetivo crítico-humorístico-informacional de uma charge se Ziraldo parte do que acha que o leitor quer saber e se Paulo Caruso da mensagem que quer transmitir? Só mesmo se considerarmos o leitor, o nosso *ser-interpretante*, como também ele um produtor de sentido, como um agente ativo e não somente como um receptáculo de mensagens, *a priori*, rígidas semanticamente. Considerar o significado de um discurso como algo *a priori*, é ignorar, deliberadamente, toda a capacidade processual-cognitiva das pessoas; algo como se o conhecimento precedesse a consciência, como queria Descartes e, no nosso entender, tal como já demonstraram Husserl, Heidegger e Sartre, essa é uma afirmativa equivocada, ao menos do ponto de vista fenomenológico que, lembramos, adotamos nesta dissertação.

Qual o verdadeiro poder de uma charge? Para Ziraldo e Paulo Caruso, o poder chágico está no fato de que o apelo visual é mais sedutor ao Homem do que o apelo verbal, tanto que, como disse Chico Caruso, a charge vale por um editorial: é, para ele, metaforicamente, um soco, um grito. Não obstante, dentro do jornal, os irmãos Caruso concordam que a palavra preceda hegemonicamente a charge, esta ganha relevância maior ao ser situada na capa e/ou perto da manchete principal do jornal. Afinal, como já analisamos mais detidamente em capítulos anteriores, neste mundo em que a velocidade tornou-se sinônimo de competitividade, várias pessoas

podem até não ler o jornal, mas ao menos vêem as manchetes e, quando presente na capa, a tomar por base os depoimentos de alguns leitores, nunca deixam de ler a charge, ratificando o enorme potencial informativo desse discurso imagético dos jornais.

E, afinal, para quem são produzidas as charges? Para um suposto “leitor ideal” ou para a generalidade do público? Umberto Eco costuma dizer que entre o texto e o autor existe aquilo que o leitor está entendendo. Assim, a resposta às perguntas deste parágrafo são bastante relativas. Ziraldo, por exemplo, parece produzir uma charge destinada a todos os leitores, indistintamente. Paulo Caruso afirma depender de um leitor bem informado, enquanto Chico Caruso produz a charge paraseu leitor ideal: ele próprio. A referenciação produtiva, aqui, é, parecem-nos, função direta da ideologia autoral. Por exemplo, em que pesem as diferenças contextuais, todos os três chargistas entrevistados foram unânimes em afirmar que a charge mais comunicativa é, necessariamente, uma charge bastante caricatural. É o humor um dos mais fortes elementos da linguagem chárstica. Afinal, como diria Freud, é o humor uma das (melhores) situações privilegiadas para fazer aflorar nosso inconsciente, quem sabe mesmo transformando-o em consciente.

A transmissão das informações chársticas pode também depender, dentre os fatores já apontados, da relação entre a área do(s) quadrinho(s) em que a charge foi desenhada e o tamanho relativo da própria charge, ao menos na visão de Paulo Caruso. Já o outro Caruso, o Chico, e Ziraldo, relativizam essa questão, dizendo que a dosagem entre charge e quadrinho é importante mas, como afirmou Chico, a transmissão de informação chárstica depende muito, também e talvez sobretudo, da técnica do chargista. A relação aqui analisada pelos entrevistados veio de encontro às idéias de Ostrower, ou seja, que o Homem possui infinitas referências espaciais com as quais convive e vive o seu cotidiano, à maneira mesma da forma preconizada, anteriormente, por Heller. O Homem se situa no mundo e o apreende a partir, em boa medida, de suas referências espaciais: “fulano está *por fora*”; “o raciocínio de beltrano é *obtusos*”, “precisamos nos *aprofundar* nesta matéria” etc. É, pois, no espaço, nas nossas referências espaciais que muitas vezes nos enclausuramos para nos percebermos como sujeitos.

Os irmãos Caruso apontam, ainda no tocante à técnica do chargista, que a simplicidade no traço pode facilitar ou dificultar a compreensão da informação por parte do leitor. Cremos mesmo que, se uma charge for muito detalhista, imageticamente com forte carga de verossimilhança, o cerne informacional pode se perder e se diluir na maravilhosa técnica gráfica do artista. O ruído, neste caso, seria a técnica que se sobrepõe à mensagem, confundindo a produção do sentido por parte do *ser-interpretante*. Tal como nos mostrou Sartre, o fundo de presença do ser ausente existe e, como tal, deve ser mantido, pois é sobre este fundo que a essência, no caso a mensagem chárstica, se manifesta.

Ao serem indagados sobre a possibilidade de descrição de uma charge, para um cego por exemplo, os irmãos Caruso concordaram que pode até ser realizada. Chico Caruso chegou até mesmo a afirmar que quanto mais bem feita a charge, mais descritível ela será. Mas descrever é um processo ideológico também, já que só se descreve aquilo que se quer, da forma como se quer. A seletividade implícita em toda e qualquer descrição nos permite afirmar, por exemplo, que podemos sim dar uma idéia a um cego da mensagem central de uma charge, mas não conseguiremos descrevê-la, integralmente, para ele. Uma tradução implica, necessariamente, em perda de informação, já que não há equivalência total entre dois seres e suas manifestações, tais como a língua, por melhor que a tradução seja feita.

A charge política é produzida para atuar e se fazer interagir no campo político, por isso indagamos aos chargistas o que eles entendiam por “campo político”. Para Chico e Paulo Caruso, espaço político é o espaço humano. Paulo Caruso se vê como um formador de opinião. Aqui é necessário retomarmos o capítulo 3 e recordarmos o *Agenda Setting*: os *massmedia* podem até não dizer *como* as pessoas devem *pensar*, mas pode ao menos dizer *sobre o que* elas devem *pensar*. Desse modo, o papel dos *media* em geral, e do chargista em particular, torna-se crucial a partir do momento em que boa parte das discussões e controvérsias sociais dar-se-ão sob sua influência direta.

As charges são, pois, desenhos humorísticos que atuam na crítica caricatural de fatos e/ou de acontecimentos sociais. Muitas delas nasceram de um processo de

amadurecimento do chargista, como no caso, possivelmente, da Radical Chic, do Miguel Paiva, mas muitas nasceram de necessidades específicas, tais como *As Cobras*, de Luís Fernando Veríssimo, que vieram ao mundo para ridicularizar a situação sócio-política nacional. Em 1975, a censura era onipresente e, assim, as charges eram, no entender de Veríssimo, uma forma sutil de pressão política contra a Ditadura Militar, já que, para ele, a acidez era diluída e os censores relaxavam nos cortes. Tal como afirmou Veríssimo, as *Cobras* eram desenhos que, de tão simplistas, tornaram-se capazes de encenar situações complexas em um espaço reduzido. A caricatura e o rudimento são, quase sempre, pretextos para piadas. Segundo Veríssimo, no desenho, na charge, se diz coisas que no texto seria impossível de serem ditas em palavras. Daí o poder do visual de que desfrutam. (As opiniões aqui referidas de L.F.Veríssimo foram extraídas do jornal *O Estado de S. Paulo* - 23/02/99).

Na opinião do professor de jornalismo Miguel Pereira, da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (*PUC/RJ*), uma charge é uma forma de ver situações ou personagens pelo lado irônico, ridículo e risível. Opinião compartilhada pelo jornalista Carlos Franco, da *Gazeta Mercantil*. Franco, inclusive, complementa a idéia afirmando que uma ilustração não tem a necessidade de ser fiel ao que se está retratando e, por isso, suas distorções são o fator fundamental e característico da crítica humorística da narrativa chágica. Até por este motivo, a melhor charge, para os dois, vai depender muito dos dotes artísticos do chargista ao enunciar seu discurso. É justamente a partir do tracejado do chargista que, tanto mais informativo for a sua ilustração, tanto menor será a necessidade de legendas que expliquem a charge; podem, no máximo, complementá-las, mas tornam-se, na maior parte dos casos, dispensáveis.

Para Pereira e Franco, existe considerável diferenciação existente entre as charges, ou seja, não há, para eles, charges de tipos iguais. Cada chargista é um artista e cada charge é um trabalho de arte e, por isso, a charge é para ambos altamente subjetiva. Para nós, a subjetividade não está somente na ponta inicial do discurso chágico, mas também na ponta final, na interpretação do leitor que, ao recriar a informação ideológico-chágica, cria suas representações com as quais irá transitar no *Espaço Ideal*, transformando-se de *ser-interpretante* em *ser-político*.

As charges são um instrumento informacional bastante bem conhecido pelo profissional do jornalismo, é o que afirmam o professor Pereira e o jornalista Carlos Franco. É a partir da contextualização estética do discurso chágico que muitos leitores se informam, se inserindo no contexto social em que vivem. Esta é, deste modo, a principal importância da charge, produto da observação, da análise e da interpretação dos fatos e personalidades do mundo político, sem o quê o chargista e a charge não existiriam.

A charge pode ser mais ou menos complexa, ter mais ou menos detalhes, dependendo do assunto abordado e da técnica do chargista. Segundo Pereira, quanto mais simples for a charge, menos oculta estará a informação transmitida. Já Franco afirma que a simplicidade não é um fator ligado à informatividade chágica, mas sim ao traço do chargista, já que este poderá “sujar” a charge, o que a levaria, fatalmente, a uma perda de sua informatividade. Para Franco, neste caso, haveria o que alguns estudiosos chamam de ruído na comunicação. Acreditamos que ambos estão certos. Se por um lado, como afirma Pereira, uma charge mais simples pode ser um instrumento informacional mais poderoso, por transmitir a informação desejada de forma mais direta, também é verdade, como quer Franco, que a informatividade chágica pode estar ligada ao traço do artista. A charge pode ser de tão grande simplicidade artística, que a informação não será sequer transmitida com a ênfase devida, quanto mais recebida corretamente pelo leitor. Por outro lado, um chargista pode ter o traço muito bom, como é o caso de Chico Caruso, mas “sujar” a charge com tantos detalhes que a informatividade pode se perder de vista, ainda que a charge esteja parecendo uma fotografia de tão fidedigna.

Questionamos o professor Pereira e Carlos Franco sobre a possibilidade de descrevermos uma charge para uma pessoa. Ambos concordaram que a charge pode sim ser descrita, tanto que o professor afirma que tudo é passível de ser descrito; a perda, se houver, é decorrência, para ele, mais do sujeito interpretante do que originada pela mudança do canal. Neste ponto, a discordância coube a este autor, já que pensamos que toda tradução, por melhor que seja, é sempre uma alteração semântica do sentido original.

Indagamos ao professor Pereira e ao jornalista Carlos Franco o que entendiam por espaço político. Para o professor, espaço político é o espaço da relação com o outro; é sair de si mesmo e enxergar o outro; é o espaço da negociação permanente, para que um ser não ocupe o espaço do outro. Franco afirma que todos os atos do Homem implicam em consequências políticas e, até por isso, as charges não devem ser politicamente corretas, senão perdem a graça e o poder crítico, ou seja, sua própria razão de ser. A única ressalva que gostaríamos de fazer é que no *Espaço Ideal*, a ocupação do espaço alheio só pode ocorrer se, por exemplo, o *ser-interpretante* não tiver e/ou não quiser se informar e se formar para atuar neste espaço: quando não pensamos, alguém acabará pensando por nós e nos direcionando as idéias.

No entender de Pereira, a consciência político-cidadã é a consciência de que você não é sozinho no mundo e de que o conjunto de pessoas tem de viver e estar atento aos outros conjuntos; é construir o outro em você. Franco considera que a consciência político-cidadã é uma consciência dos direitos e deveres sociais, que depende, diretamente, dos outros e do momento histórico vivido pelos que a engendram e a fazem surgir no mundo. Além disso, como alerta Franco, a consciência pode ser altamente subjetiva. Como Franco exemplificou, na Alemanha dos anos 30, o consciente era o anti-semita, o racista e o imperialista; uns consideraram o voto em Enéas um voto alienado, inconsciente, enquanto que para outros, a inconsciência era votar em Lula. Assim, a consciência de que tratamos neste ponto da conversa, ao menos para os entrevistados, parece ser um conceito coletivo, mas fortemente influenciado pelos valores e procedimentos individuais, no que concordamos integralmente.

“A charge não pode ter um compromisso com a linha editorial do jornal, senão a criatividade e a crítica, que lhe são inerentes, acabam tolhidas. Não pode haver dependência, nem censura a uma charge, o artista transcende o profissional”, assim concluiu o professor Miguel Pereira o bate-papo com este escriba. O compromisso com a verdade é uma busca do discurso jornalístico mas, vale frisar que, tal como já analisado anteriormente, trabalhamos em nossos espaços diários, especialmente em espaços como o *Ideal*, com nossa visão da realidade, que é tão somente nossa

representação do que apreendemos como real, o que não quer dizer, necessariamente, que seja *o real*.

E foi justamente esta percepção que nos levou a tentar aferir como o leitor, por nós denominado de *ser-interpretante*, trabalha suas representações informacionais com as quais transita no *Espaço Ideal*, tendo a charge como um dos elementos base. Afinal, como já visto, a produção do sentido não é estanque. Muito pelo contrário, é uma relação dialética e intersubjetiva entre os *seres discursivo e interpretante*.

A título de esclarecimento, o perfil sócio-econômico dos leitores entrevistados é o seguinte: faixa etária - de 24 a 58 anos; classe social - média, com renda variando entre 5 e 25 salários mínimos; nível educacional - de segundo grau completo a mestrado completo. A identificação completa dos entrevistados poderá ser encontrada nos anexos desta dissertação já que, para facilitar a leitura, optamos por identificá-los neste capítulo apenas por suas iniciais. Um outro esclarecimento que se faz necessário é sobre as respostas dos entrevistados: elas não estão transcritas literalmente. Nossa metodologia foi a análise, *a posteriori*, das falas dos leitores, durante as entrevistas realizadas com este autor, no qual anotamos, com nossas palavras, o que os entrevistados iam-nos dizendo. Não obstante, frisamos que, a cada resposta anotada, consultávamos o entrevistado para averiguar se nossa anotação estava expressando aquilo que o entrevistado estava, efetivamente, querendo dizer. Nossa idéia inicial era realizar a entrevista com 15 leitores de jornal, mas ao chegarmos na décima entrevista, consideramos satisfatórias as respostas de que dispúnhamos até então e, por conseguinte, optamos por reduzir nosso universo de entrevistados àqueles 10 leitores, até porque já tínhamos as respostas de 2 leitores qualificados, os jornalistas Carlos Franco e Miguel Pereira, afora os 3 chargistas, os irmãos Caruso e Ziraldo.

A compreensão sobre o que é uma charge foi bastante satisfatória, ao menos no que diz respeito a definição de Rabaça & Barbosa, explicitada no capítulo anterior. Todos os entrevistados mostraram, em linhas gerais, a mesma percepção, apenas com pequenas variações. A charge é encarada como um elemento visual que critica, com humor, um fato ou uma personagem, tendo inclusive, NG atribuído

a ela um função política: charge seria, para NG, um “*ato político através da imagem*”. Já o jornalista Carlos Franco, lembra-nos de que a charge não deve ter compromisso fiel com a realidade retratada, pois perderia sua própria razão de ser, ou seja, a crítica bem humorada, mas com traços distorcidos, caricaturais da realidade. Da mesma forma, a maioria dos entrevistados considerou como verdadeira a idéia de que as charges não são iguais; tal como apontado por quase todos, como por exemplo por DR, cada chargista é diferente e, por isso, o produto charge também o será. Apenas LM considerou a maior parte das charges iguais, não obstante tenha considerado algumas diferenças, como as charges de comportamento do chargista *Lan*, diferindo, pois, da maior parte das charges, que são, para LM, políticas.

O poder sintético-visual das charges é, realmente, tão grande, que apenas dois, dos dez entrevistados, disseram ser as legendas de fundamental importância para a compreensão do discurso informativo chágico. Para oito dos entrevistados, as legendas são apenas um complemento e, ainda que para algumas charges a legenda seja essencial, são tão poucas, como nos disse GC, que são a exceção que confirmam a regra. Não obstante, DR chamou-nos a atenção para um fato interessante, qual seja: o de que as legendas ajudam mais o leitor quando este não está muito informado sobre o fato narrado. Ou até mesmo, completaríamos, quando aquele leitor não possui condições intelectuais para captar algumas sutilezas e/ou as entrelinhas existentes em muitas das charges confeccionadas, as legendas acabam sendo muito importantes para a compreensão da informação transmitida. Não foi à toa que sete, dentre os dez entrevistados, consideram a relação entre imagem e texto, numa charge, como complementar, já que a legenda chágica é considerada por eles, como dispensável. Porém, AS considerou que a relação da charge com a legenda não é somente complementar, mas também independente, já que, para ela, imagem e texto não são linguagens concorrentes entre si. Por outro lado, para DR, a linguagem gráfica é menos informativa do que a textual, já que a imagem não pode ser, para ele, tão profunda e detalhista quanto o texto. Ao que GC completa dizendo que as legendas podem ser bons complementos, já que “*o povão, muitas vezes, não entende as sutilezas de uma charge*”. Assim, para DR e GC, as legendas são complementares, não são totalmente dispensáveis, mas sim um

complemento muito importante para o ciclo comunicacional da informação chárstica transmitida.

A própria compreensão da mensagem chárstica independe da legenda, pois nove, dos 10 leitores de jornal responderam que a informação mais comum nas charges é a política e, o único que diferiu desta resposta, BL, foi genérico na percepção, mas não deixou passar o fato de que a linguagem chárstica é “*crítica*”. Assim, para todos os 10 entrevistados, a charge é um elemento informativo com um discurso todo próprio e característico, e não apenas um mero desenho sarcástico. Tanto é assim que GC chegou mesmo a afirmar que “*tudo o que é feito pelo Homem tem linguagem própria e é político*”. Para CM, o discurso próprio da charge é uma espécie de contraponto ao jornal, já que vários jornais, segundo CM, são tendenciosos demais em suas análises editoriais, por exemplo, mas o relativo equilíbrio da informação chárstica atua, não raro, como um atenuante desta parcialidade editorial.

Oitenta por cento dos leitores entrevistados não costuma ler as charges políticas numa ordem específica e pré-determinada. Geralmente, a leitura é realizada no decorrer da leitura do jornal, ou seja, se a charge aparecer na primeira folha, ela será apreciada logo no início do processo de leitura do jornal; mas se ela vier localizada, geograficamente, no meio do jornal, ela não será lida de imediato, talvez sequer seja lida, tal como afirmou BA. Para BL, por sua vez, a charge é a primeira coisa que ele lê no jornal, esteja ela onde estiver. CM e FG costumam ler a charge em segundo lugar, após terem lido as manchetes principais. Aliás, somente um dos 10 entrevistados declarou não se lembrar de nenhuma charge que o tenha marcado, o que mostra o quão forte é o discurso imagético para a maioria das pessoas.

As charges, por serem um discurso crítico-humorístico da realidade política, no caso por nós estudado, é um importante elemento para a informação e, conseqüentemente, para a formação crítica do leitor. É através dela, charge, também, que nove, dentre os 10 leitores, disseram perceber o que se passa a sua volta, ao menos no mundo político. Exceto CM, que declarou que as charges são ótimas, mas para ele servem apenas como um complemento, já que, sabedor prévio

do assunto representado, tornam-se as charges ratificadoras, mas não retificadoras ou informativas, do fato ou da personagem. A charge, neste caso, para CM, é somente um “*referencial irônico*”.

Ao indagarmos se os entrevistados preferiam uma charge mais “realista” (aqui entendida como um desenho perfeccionista, quase uma pintura, tal como as charges de Chico Caruso) ou mais “caricatural” (aqui entendida como traços mais estilizados, mais rústicos, como a Graúna, do saudoso Henfil), 6 dos 10 leitores disseram preferir a mais “caricatural”, já que a simplicidade do desenho foi considerada como mais informativa, por ter, na visão dos leitores, uma linguagem mais direta, ou seja, por “*ir direto ao assunto*”, tal como afirmou LM. A informação mais direta é mais facilmente compreendida pela maioria, com cada vez menos capacidade e vontade de se apreender abstrações e sutilezas. Não que a charge de um Chico Caruso seja pior, mas a pintura que ele realiza, uma verdadeira obra de arte, foi considerada como dificultadora da percepção informacional. Mas, para DR e GC, o mais importante é a beleza da charge, do traço do chargista e se ela atingiu seu objetivo crítico-humorístico. Neste caso, para os dois, a melhor charge não é a mais “realista” ou a mais “caricatural”, mas sim a mais informativa e isso depende, para eles, da técnica e da sensibilidade do artista; ao que WM completa que a sensibilidade tem de vir, também, da parte do leitor.

A linguagem chárstica é uma linguagem predominantemente visual, estética. Não se questiona tal fato. Mas poderia esta linguagem ser traduzida para a linguagem verbal, para tentarmos transmitir a um cego, por exemplo, toda a carga informacional presente e atuante numa charge lida por nós? Para NG uma charge não pode ser descrita porque senão perdemos sua sutileza. Já para BL, a charge não é passível de descrição, mas sua informação sim. Dos outros 8 leitores, 5 disseram que não, que a charge não pode ser descrita, salvo se tivermos consciência de que a descrição, que é até passível de ser feita, não nos levará a uma tradução perfeita, ou seja, que parte do conteúdo informativo da charge se perderá na descrição, já que para estes 5 leitores, toda tradução implica numa redução informativa, por mais bem feita que seja. Apenas 2 entrevistados afirmaram ser uma charge passível de descrição, sendo que um deles, LM, chamou a atenção para uma certa perda informacional provocada pelo que chamou de “*ruído na*

comunicação”. Por fim, o último leitor entrevistado, BA, não estava bem certo de que a tradução da linguagem visual da charge poderia ser feita para a linguagem verbal, mas pensava que, possivelmente, tal tradução pudesse até ocorrer, mas não com ela como tradutora. O que nos remete ao fato de que, toda comunicação tem um início, e este início é realizado pelo enunciador do discurso, primeiro elo na corrente da semiose social, primeiro elo na corrente do sentido produzido.

E já que trabalhamos, nesta dissertação, com um espaço por nós denominado de *Espaço Ideal ou Espaço das Idéias Políticas*, a conversa com os leitores se encerrou com indagações sobre o Espaço Político. Para WM, espaço político é uma expressão genérica demais para que ele pudesse tentar defini-lo e, para AS e GC, espaço político é o espaço da política institucional. Para FG e os demais, espaço político é tudo, pois tudo é relação humana; em outras palavras, DR afirmou que espaço político é o próprio mundo.

A forma pela qual os entrevistados se viram atuando no espaço político por eles mesmos definidos foi a seguinte. Para NG e CM, sua atuação é sua inserção na política do dia-a-dia; BL e AS se vêem atuando como cidadãos, cumprindo seus deveres e lutando por seus direitos; FG afirmou que atua votando e se informando; DR se diz mais passivo do que ativo e LM nem se vê atuando, em seu espaço político, tal como também não se vê GC; para WM, sua atuação é genérica e não pontual, no que se aproxima de NG e de CM.

Para os fins da dissertação ora desenvolvida, optamos por designar por consciência cidadã, de modo sintético, o conhecimento das estruturas e fluxos, factuais e relacionais, da sociedade da qual o *ser-interpretante* extrai as informações necessárias para apreender aquelas estruturas e fluxos e se transformar no *ser-político*, o *ser* ativo do *Espaço Ideal*. Mas a percepção dos leitores é, claro, diferente da deste autor e, por isso, optamos por indagá-los sobre o que entendiam por *consciência político-cidadã*. Para FG, é a coerência entre o nosso discurso e nossa prática sociais; AS acha que a consciência aqui aludida é originada quando sentimos que fazemos parte de um grupo e que isso implica em regras de convivência, no que concordam BL, GC e BA; segundo WM, é a “*capacidade que temos para nos inserirmos na cidadania*”; e, finalmente, num curiosa resposta, LM

somente nos disse “*Mas que pergunta careta, Carlos!*” e que, com isso, não saberia responder a nossa indagação. Para LM, expressões como democracia e cidadania não querem dizer muita coisa nos dias atuais, visto que foram desgastadas por visões equivocadas e, com isso, foram esvaziadas de sentido mais forte. A outra resposta que diferiu das demais foi a de CM, que afirmou que a consciência política é diferente da consciência cidadã. A primeira é um pré-requisito para a segunda. Para CM, consciência política é uma visão da engrenagem da sociedade em que vivemos; é uma visão de seu funcionamento e de que podemos e devemos participar deste processo. Já a consciência cidadã seria, para CM, formada por um conjunto de ações que buscam a qualidade de vida e que geram, nas pessoas, um sentimento de que precisam descobrir como usufruir do que a sociedade nos oferece. A visão de CM é, pois, bem próxima a deste autor, explicitada no início deste parágrafo.

Por conseguinte, visto as respostas acima mencionadas, todos, exceto LM, consideraram que a charge contribui, ou pode contribuir caso o leitor não seja um informado, como afirmou CM, na percepção do *Espaço Ideal*. A consciência da participação política é, para 8 dos entrevistados, uma consciência coletiva, enquanto que somente 1 dos entrevistados a considerou individual. A exceção coube, novamente, a CM, que a considerou um conceito relacional, ou seja, dependente tanto do indivíduo quanto do coletivo no qual este indivíduo vive e com o qual interage. Vale ressaltar, apenas, que CM considera que a consciência política é mais coletiva do que individual e que a consciência cidadã é mais individual do que coletiva, muito embora uma não exclua a outra. Aliás, diga-se de passagem, também neste ponto concordamos em gênero, número e grau com CM.

A conversa com os 10 leitores finalizou-se com uma rápida análise de algumas charges, por nós apresentadas a eles - ver anexos da dissertação, no qual constam as charges ora referidas. No primeiro bloco de charges, que versavam sobre a situação do sistema de saúde brasileiro, houve a percepção geral de que elas retratavam bem a realidade, muito embora fossem, para alguns como GG e CM, um tanto exageradas, em especial a que mostrou um abismo no qual seriam despejadas pessoas pela Previdência Social. Por outro lado, a charge que mostra um médico num teatro que só se disporia a atender o ator acidentado no palco se

ele tivesse um bom plano de saúde é, para CM, surrealista, pois mostra a mercantilização da saúde no Brasil, mas é uma situação improvável, por ser eticamente inaceitável. GC, contudo, afirmou que são charges tendenciosas, mas que não há outro jeito, visto que todo produto humano é tendencioso, pois, todo posicionar-se é tendencioso.

No que toca ao segundo bloco de charges, o primeiro grupo eram charges do jornal *O Globo* e o segundo do jornal *A Folha de S. Paulo*, mas foram apresentadas aos leitores sem que eles soubessem disso previamente. Para quase todos, o primeiro grupo de charges, as de *O Globo*, mostram a realidade, mas com uma certa dissimulação, com uma certa ambigüidade, tal como afirmou NG, com uma certa distorção; tais charges seriam também, como afirmou AS, mais exageradas no surrealismo do que as do segundo grupo, da *Folha de S. Paulo*. Ou seja, seriam as charges d'*O Globo* mais exageradas no traço, mas com críticas menos ácidas do que as da *Folha de S. Paulo*, exceto para CM, GC e AS, que as consideraram mais passível de realidade. Para CM, as charges da *Folha de S. Paulo* são mais fantasiosas, mais grotescas e também mais difíceis para se captar a informação transmitida, já que os assuntos abordados têm um tratamento mais complexo, que foge ao senso comum. Por exemplo, em *O Globo*, temos um quadro negro, o que é bem direto e qualquer um entende que a situação está ruim. Já uma das charges da *Folha* apresenta um sistema de Franquia, que nem todos sabem o que é e como funciona e, por isso, é uma charge feita para um leitor mais requintado, digamos assim.

8 - Considerações Finais

É realmente interessante o processo pelo qual passamos quando decidimos mergulhar no trabalho acadêmico. À montante, nossa visão é turbilhonar e enlouquecedora, o que nos faz iniciar a pesquisa a que nos propusemos de uma forma um tanto caótica e genérica: não raro, tentamos, nesta fase, abraçar o mundo com as pernas. O vale através do qual fluem livros, seminários e debates, numa única palavra, idéias (muitas vezes contraditórias), é cheio de meandros e pontos de assoreamento, o que nos faz navegar com cuidado, mas com a certeza de estarmos no rumo certo. Ao nos aproximarmos da jusante da pesquisa cremos, soberbos, que nossos objetivos foram plenamente alcançados. Mas, como nem tudo o que reluz é ouro, o delta deste rio ideal nos faz ver que esse momento é apenas o início de uma viagem muito maior, mais complexa e mais prazerosa, que é o desembocar no oceano das dúvidas infinitas e exponenciais. Ou seja, neste momento, além de nem sempre respondermos às perguntas iniciais, que nos levaram a iniciar o trabalho de pesquisa, descobrimos, entre estarrecidos e maravilhados, que quanto mais estudamos, menos sabemos. A vazão do fluxo ideal é, quase sempre e felizmente, bem maior do que nossa capacidade de processá-lo à contento.

Ao ler e interpretar uma charge política, o *ser-interpretante* recria as informações ofertadas pelo *ser-discursivo*, dentre as equiprobabilidades possíveis e, ao tomar consciência dos atos e fatos políticos à sua volta, passa a ter condições de se transformar em um agente ativo da cidadania. Ou seja, transforma-se de *ser-interpretante* em uma outra categoria ontológica, a do *ser-político* que, como talvez o dissesse Sartre, é o contraditório do *ser-interpretante*, mas não o seu contrário. A informação existe, deste modo, para o *ser-interpretante* que, ao projetar-se cognitivamente no discurso chágico, preenche-lhe os vazios existentes e remodela os códigos informacionais, de tal sorte que consiga, desse modo, atuar no campo

político. Este campo, cuja vertente cognitiva tentamos examinar no presente trabalho, é um campo retórico e ideológico, mas não ocorre no vácuo, ele tem também suas bases em territórios geográficos, já que, como disse o Geógrafo e Professor Milton Santos, os fluxos se produzem a partir do fixos. O embate entre os *seres discursivo e interpretante*, na abordagem aqui ofertada, ocorre, pois, num espaço característico, por nós denominado, nesta dissertação, de *Espaço Ideal ou Espaço das Idéias Políticas*. Nossa pesquisa nos levou, baseados em autores consagrados, como Umberto Eco, Sartre, Rabaça e Barbosa, a buscar as definições abaixo, tanto para informação quanto para charge. Mas, vale frisar, as definições a que chegamos são válidas para esta dissertação e para os objetivos por nós explicitados anteriormente.

Informação é a resultante da apreensão que o *ser-que-pensa (receptor)* realiza ao extrair da deriva infinita das aparências discursivas das charges políticas, o que lhes é útil. Essa informação, amalgamando-se com outras, engendra as representações cognitivas com que o *ser-que-pensa-interpretante* apreende o de meio técnico-científico-informacional discurso do *ser-que-pensa-comunicante ou discursivo*, e se posiciona no mundo, criando as bases para, a partir de sua liberdade, constituir-se em uma ou em algumas de suas possibilidades existenciais.

Charge é um ícone ou elemento gráfico que tem por objetivo transmitir uma visão crítica sobre alguém ou sobre um acontecimento retratado. É, assim, um fator informativo-ideológico por natureza, que se utiliza de uma narrativa crítica-humorística para “dar o seu recado”. É, pois, um discurso ideológico-visual, imagético, que só se realiza por completo quando o leitor, o *ser-que-pensa-interpretante*, apreende a mensagem chágica transmitida pelo *ser-que-pensa-comunicante*, criando ou transformando sua consciência política. Isso permitirá que ele, caso realmente queira, atue em seu *Espaço das Idéias Políticas ou Ideal*, transformando-se assim de *ser-que-pensa-interpretante* em *ser-que-pensa-político*, através da elaboração cognitiva das representações fenomenológicas e de seu rebatimento espaço-temporal nas práticas cotidianas dos *seres discursivo e interpretante*.

A charge não é uma imagem cujo sentido tenha informações pré-fixadas, o mesmo sentido também não é pré-fixado pelo chargista. Esse sentido vai depender, e muito, da leitura analítica que o *ser-interpretante* fará do discurso chágico. Afirmar que a informação tem um sentido fixo, *a priori*, é torná-la plena de si, sem possibilidades futuras de recontextualização, é não reconhecer no *ser-interpretante*, um ser livre nas suas escolhas perceptivas e representacionais, a partir das quais extrairá do enunciado do *ser-discursivo*, suas informações, tornando-se, desse modo, um co-produtor semântico. O dialogismo é essencial à comunicação. A dialética é essencial ao sentido. A comunicação pode ser encarada, do ponto de vista por nós adotado, como o resultado do encontro entre a informação (o que se mostra ou, ao menos, o que se quer e/ou se tenta mostrar) e a não-informação (o que se cala e/ou se tenta esconder nas entrelinhas do discurso).

O humor chágico, ao reforçar a ludicidade e o sarcasmo como fatores de crítica ao *status quo*, atua como mais um elemento que ratifica um estado subjetivo de revolta ou, às vezes, retifica um estado subjetivo de desinformação. A crítica ao fato e/ou a personagem pode levar o leitor, o *ser-interpretante*, a refletir sobre fatos e/ou personagens periféricos e/ou correlatos, que antes ele não havia percebido. A informação chágica é, parece-nos, uma *informação potencializadora* da transcendência do *ser-interpretante* e de seu posicionamento no *Espaço Ideal*, o que faz surgir no mundo o *ser-político*.

Visto o acima exposto, a percepção que o leitor desenvolve sobre o que se passa em seu *Espaço Ideal* está, parece-nos, intimamente ligada à capacidade do *ser-interpretante* de transcender-se e fazer surgir no mundo o *ser-político*, a partir do fluxo informacional à sua disposição. Ainda que este *ser-político* não é matéria plena e, por isso, podemos considerá-lo como sendo a ausência constitutiva do contraditório do *ser-interpretante* no *Espaço Ideal*, sua atuação se faz presente na sociedade, mesmo por omissão. O *ser-político* é, pois, resultado da transcendência do *ser-interpretante*, que o faz vir ao mundo a partir dos fluxos ideais-informacionais.

Vale alertar para o fato de que as imagens engendradas pelo *ser-político* - e possivelmente por qualquer outro *ser* - não são uma percepção renascente, senão, tornar-se-ão impossíveis de serem distinguidas das percepções futuras, que Sartre chamava de verdadeiras. A imagem deve ter em si uma estrutura nadificadora, ou

seja, uma estrutura que ao mesmo tempo em que a aproxima do objeto retratado, a distancia para que possa ser percebida como imagem pelo *ser* que a engendrou. A percepção, parece-nos, pode ser encarada, na ótica por nós adotada, como o processo pelo qual o *ser-que-pensa* faz surgir no mundo suas representações imagéticas, constituídas a partir das informações que consegue processar cognitivamente. A nadificação da imagem é, assim, um dos artifícios que os seres criam para, à maneira de Heidegger, fazer surgir no mundo, o objeto ausente, no pano de fundo de presença em que se constitui nosso espaço cognitivo. Para Hegel, o ser é pura indeterminação e vazio e talvez por isso, os discursos desse *ser* também devem sê-lo. O sentido produzido pode ser, por conseguinte, o preenchimento da indeterminação e do vazio de que nos falaram Hegel, Husserl, Sartre e Iser. Para que o chargista possa criticar o fato e/ou a personagem, a nadificação de seu discurso é essencial; o mesmo acontece com o leitor, a partir do momento em que este tem de apreender o discurso chágico para se municiar e, com isso, criar suas representações ideológicas com as quais transitará pelo *Espaço Ideal*.

O *ser-político* atua no nível representacional da política e, vale lembrar que, como afirmava Platão, a representação não é a coisa em si, mas sim o que dela podemos apreender. Assim, o *ser-político* pode vir ao mundo, dentre outros modos, pelas projeções semânticas do *ser-interpretante* em processo que optamos por classificar como o *Postulado da Interpretação Transcendente*. Este *ser-interpretante* age ideologicamente no *Espaço Ideal* de mododiretamente proporcional à sua capacidade (crítica) de processar, cognitivamente, as informações circulantes - tais como as informações chágicas - e de, com isso, construir e reconstruir suas representações ideológicas, o que caracterizamos como o *Postulado da Representação Discursiva-Informacional*.

Como já nos mostrou o cientista da informação Tefko Saracevic, os problemas informacionais da sociedade contemporânea continuarão a existir, independente de haver ou não um ramo sistematizado do conhecimento humano que se proponha a estudá-los. Mas, como provam os próprios estudos de Saracevic, com o crescimento exponencial dos processos e das tecnologias da informação,

talvez não possamos prescindir dos estudos deste ainda adolescente saber chamado Ciência da Informação.

9 - Bibliografia

- 01 AULETE, Francisco Júlio Caldas. **Dicionário contemporâneo da língua portuguesa** (Dicionário Aulete). Rio de Janeiro: Delta, 1958. 5v.
- 02 BOBBIO, Norberto. org. Roberto D'Alimonte. **Dicionário de Ciência Política**. Brasília: EDUNB, 1992.
- 03 BUENO, Francisco da Silveira. **Dicionário Escolar da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: MEC/FENAME, 0000.
- 04 RABAÇA, Carlos Alberto & BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Ática, 1987.
- 05 SILVA, Benedicto. coord. **Dicionário de Ciências Sociais**.. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1987. 2v.
- Obras Gerais**
- 06 ALARDÍN, Gonzalo Zavala. **La Sociedad Informatizada - una nueva utopía?** México: Trillas, 1990.
- 07 ARANHA, Maria Lúcia de Arruda & MARTINS, Maria Helena Pires. **Filosofando - Introdução à Filosofia**. São Paulo: Moderna, 1986.
- 08 BADGIKIAN, Ben H. **O monopólio da mídia**. São Paulo: Página Aberta, 1990.
- 09 BAKTHIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 1990.
- 10 BARTHES, Roland. **Elementos de Semiologia**. São Paulo: Cultrix, 1964.
- 11 _____. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 1982.
- 12 BAUDRILLARD, Jean. **Para uma crítica da Economia Política do Signo**. Lisboa: Elfos, 1995.
- 13 BENJAMIN, Walter. O Narrador - considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. in: **Magia e Técnica, Arte e Política**. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- 14 BETTANINI, Tonino. **Espaço e Ciências Humanas**. Rio de Janeiro: Paz e

- Terra, 1982.
- 15 BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.
 - 16 BURKE, Peter. **A Escrita da História: novas perspectivas**. São Paulo: EDUSP, 1992.
 - 17 _____. & PORTER, Roy. org. **Linguagem, indivíduo e sociedade: história social da linguagem**. São Paulo: UNESP, 1993.
 - 18 CARDOSO, Ciro Flamarion & VAINFAS, Ronaldo. org. **Domínios da História**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
 - 19 CARNEIRO, Agostinho Dias. org. **O Discurso da Mídia**. Rio de Janeiro: Oficina do Autor, 1996.
 - 20 CHAUÍ, Marilena. **O que é ideologia**. Rio de Janeiro: Brasiliense.
 - 21 COHN, Gabriel. **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Cia. Ed. Nacional, 1978.
 - 22 DANTAS, Marcos. **A lógica do Capital-Informação**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.
 - 23 DURAND, Gilbert. **A Imaginação Simbólica**. São Paulo: EDUSP, 1988.
 - 24 ECO, Umberto. **Como se faz uma tese**. São Paulo: Perspectiva, 1986.
 - 25 _____. **Intepretação e Superinterpretação**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.
 - 26 _____. **Lector in Fabula**. São Paulo: Perspectiva, 1986.
 - 27 _____. **Os Limites da Interpretação**. São Paulo: Perspectiva, 1990.
 - 28 _____. **Obra Aberta**. São Paulo: Perspectiva, 1967.
 - 29 FOUCAULT, Michael. **As Palavras e as Coisas - Uma arqueologia das ciências humanas**. São Paulo: Martins Fontes, 1986.
 - 30 FEYERABEND, Paul. **Contra o Método**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1989.
 - 31 GIACOMANTÔNIO, Marcelo. **Os meios audiovisuais**. Lisboa: Edições 70, 1976.
 - 32 GOLDMANN, Lucien. **Ciências Humanas e Filosofia - O que é Sociologia?** Rio de Janeiro: Bertrand, 1993.

- 33 HABERMAS, Jürgen. **Passado como futuro**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1993.
- 34 HAESBAERT, Rogério. **China - entre o Oriente e o Ocidente**. São Paulo: Editora Ática, 1994.
- 35 HELLER, Agnes. **O Cotidiano e a História**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- 36 _____ & FEHÉR, Ferenc. **A condição política pós-moderna**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998.
- 37 HARVEY, David. ***The condition of postmodernity***. Oxford: Basil Blackwell, 1989.
- 38 JAMESON, Frederic. **Espaço e Imagem - Teoria do Pós-Moderno**. Ana Lúcia Almeida Gazolla org. Rio de Janeiro: UFRJ, 1994.
- 39 JAPIASSÚ, Hilton. **Interdisciplinaridade e Patologia do Saber**. Rio de Janeiro: Imago Editora, 1976.
- 40 LE COADIC, Yves-François. **A Ciência da Informação**. Brasília: Briquet de Lemos, 1996.
- 41 LEGGE, David. **Introdução à Ciência Psicológica - Processos básicos da análise do comportamento**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1976.
- 42 LESSA, Washington Dias. **Dois estudos de comunicação visual**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.
- 43 MARUYAMA, Magoroh. Artigo - Metaorganização da Informação. *In: Cibernética e Comunicação*. Epstein, Isaac. org. São Paulo: Cultrix, 1973.
- 44 MARX, Karl. **Para Crítica da Economia Política**. São Paulo: Editora Abril Cultural - Coleção Os Economistas, 1982.
- 45 _____. & ENGELS, Friedrich. **Manifesto do Partido Comunista**. Comentado por Chico Alencar. Rio de Janeiro: Editora Garamond, 1998.
- 46 MELO, José Marques de. **Para uma crítica da Economia Política do Signo**. Lisboa: Elfos, 1995.
- 47 MENEZES, Philadelpho. org. **Signos Plurais - mídia, arte e cotidiano na globalização**. São Paulo: Experimentos, 1997.
- 48 MOLES, Abraham. **O kitsch**. São Paulo: Perspectiva, 1986.
- 49 MOUILLAND, Maurice. **O Jornal - da forma ao sentido**. Brasília (DF):

Editora Paralelo 15, 1997.

- 50 OSTROWER, Fayga. **Universos da Arte**. Rio de Janeiro: Campus, 1983.
- 51 PÊCHEUX, Michel. **O Discurso - Estrutura ou Acontecimento**. São Paulo: Editora Pontes, 1977.
- 52 PIAGET, Jean. **O Estruturalismo**. São Paulo: Difel Editora, 1979.
- 53 PIGNATARI, Décio. **Informação - Linguagem - Comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1965.
- 54 RAMOUNET, Ignácio. **Geopolítica do Caos**. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.
- 55 RODRIGO, Miguel. **Los Medios de Comunicación ante el terrorismo**. Madrid - España: Editora Icaria, 1991.
- 56 SANTOS, Milton. **Técnica - Espaço - Tempo. Globalização e meio técnico-científico informacional**. São Paulo: Hucitec, 1994.
- 57 _____ & SOUZA, Maria Adélia A. **O Espaço Interdisciplinar**. São Paulo: Nobel, 1986.
- 58 SARTRE, Jean-Paul. **O Ser e o Nada - Ensaio de Ontologia Fenomenológica**. Petrópolis: Vozes, 1997.
- 59 SOJA, Edward W. **Geografias Pós-Modernas - A reafirmação do Espaço na Teoria Social Crítica**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1993.
- 60 VERÓN, Eliseo. **A produção de sentido**. São Paulo: Cultrix, 1980.
- 61 VIEIRA, Liszt. **Cidadania e Globalização**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

Teses e Dissertações

- 62 GURJÃO, Maria Inês. **A “Tragédia Brasileira” narrada com muito bom humor - Imagem, Humor e Política**. Rio de Janeiro: Dissertação de Mestrado apresentada junto ao Departamento de História da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC/RJ). Rio de Janeiro, 1994.
- 63 ROMUALDO, Edson Carlos. **Intertextualidade e Polifonia na charge jornalística - Um estudo das charges da Folha de S. Paulo**. Dissertação de Mestrado. São Paulo: UNESP, 1996.
- 64 LEVY, Nelson. **A Sociedade Perfeita: Um projeto de morte**. Tese de Doutorado em História, apresentada à Universidade Federal Fluminense (UFF). Niterói: 1997.

Conferências e Comunicações Científicas e Acadêmicas

- 65 FAUSTO NETO, Antônio. *O indivíduo apesar dos outros - Modos de descrever, modos de construir - O Mundo da Percepção*. **Conferência apresentada no Seminário sobre Estudos de Avaliação das Ações do IEC**, realizado pelo Ministério da Saúde. Brasília (DF): 1998.
- 66 PINTO, Milton José. *Contextualizações*. **Comunicação apresentada no Grupo de Estudos do Discurso, na IV Reunião da COMPÓS**. Brasília (DF): 1995.
- 67 PINTO, Milton José. *Semiologia e Imagem*. **Comunicação apresentada na Jornada de Pesquisadores em Ciências Humanas do CFCH/UFRJ**. Rio de Janeiro: jun/1994 e no **Grupo de Trabalho Estudos do Discurso na III Reunião Anual da COMPÓS**. Campinas: ago/1994.

Periódicos

- 68 BELKIN, Nicholas. Information Science and the phenomena of information. **Journal of the American Society for Information Science**. julho/agosto 1976. v. 27
- 69 BRAGA, Gilda Maria. Informação, Ciência da Informação: breves reflexões em três tempos. *in*: **Ciência da Informação** - 25 anos, v.24, nº01, 1995.
- 70 BROOKES, Bertam. Philosophical aspects. **Journal of Information Science**. 1980. v.2
- 71 **Cadernos do Terceiro Mundo**. Rio de Janeiro: (mensal)
- 72 CAPURRO, Rafael. What is information science for? A philosophical reflection. *in*: Vakkari, Pertti & Cronin, Blaise. **Conceptions of Library and Information Science; historical, empirical and theoretical perspectives**. Proceedings of the International Conference for the celebration of 20th anniversary of the Department of Information Studies. Finland: University of Tampere
- 73 CHAUÍ, Marilena. Ética e Violência. **Teoria & Debate**, ano 11, out/nov/dez/98, nº39
- 74 COSTA, Jurandir Freire. Caderno Mais! **Folha de São Paulo**, 12/10/1997.
- 75 **A Folha de S. Paulo**: São Paulo
- 76 **O Globo**: Rio de Janeiro

77 ISER, Wolfgang. A interação do texto com o leitor. Revista **A Literatura e o leitor - textos de estética da percepção**. org. Luiz Costa Lima. Rio de Janeiro: Ed. Paz e Terra, 1979

78 **Jornal do Brasil**: Rio de Janeiro

79 PACHECO, Leila Maria Serafim. A informação enquanto artefato. **Informare/IBICT/CNPq**. Rio de Janeiro: jan/jun, 1995, v.1, nº1

80 PAPA, Andrés. Avalanches no cérebro. **Ciência Hoje**: Rio de Janeiro, v.23, nº 135, 1998

81 PIZZA Júnior, Wilson. Tempo nas Organizações. *in*: **Revista de Administração Pública**: Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, v.1, nº1, 1997.

82 NEGRI, Antônio. Caderno Mais! **Folha de São Paulo**, 26/06/1997.

83 SCHWARTZ, Gilson. **Revista Momento**, ano 3, nº16 set/out/1997

84 SIMÕES, Adriana Machado. O processo de produção e distribuição de informação enquanto conhecimento: algumas reflexões. **Perspectivas em Ciência da Informação**: Belo Horizonte, jan/jun, 1996, v.1, nº1.

85 SODRÉ, Muniz. O Discurso Global, **Revista da Escola de Comunicação da UFRJ**, 1997, v.1, nº5.

86 **Superinteressante**. Editora Abril, fev/1998, ano 12, nº2.

87 TRAQUINA, Nelson. O Paradigma do “Agenda Setting” - Redescoberta do Poder Jornalístico. *in*: **Revista de Comunicação de Linguagens** (semestral). Lisboa: Edições Cosmos, 1995

Anexo 1 - Listagem dos Entrevistados

I - Listagem dos leitores de jornal

- 01 – Ana Sofia Mariz (**AS**): 25 anos; formação e profissão – designer.
- 02 – Benedita Antonieta de Moraes (**BA**): 38 anos; formação - engenharia química; profissão – bancária.
- 03 – Bruno Lima Oliveira (**BL**): 24 anos; formação – letras; mestrando em letras pela UFF.
- 04 – Corinto Meffe (**CM**): 30 anos; formação – estudante de Contabilidade pela USU; profissão – técnico em processamento de dados da Dataprev.
- 05 – Davi Ricardo Leão Vieira (**DR**): 29 anos; formação – engenheiro mecânico; profissão – petroleiro.
- 06 – Flávia Gomes Galvão de Queirós (**FG**): 24 anos; formação – estudante de História pela UFF.
- 07 – Gilberto Santos Campos (**GC**): 34 anos; formação – estudante de Direito pela UGF; profissão – bancário.
- 08 – Norma Gomes de Queirós (**NG**): 58 anos; formação – História; profissão – professora aposentada.
- 09 – Wilson Macedo da Silva (**WM**): 42 anos; formação – Administrador; profissão – bancário.
- 10 – Luiza Massarani (**LM**): 31 anos; formação – Jornalista e Mestre em Ciência da Informação; profissão – jornalista.

II – Leitores especializados

- 1 – Carlos Franco / Gazeta Mercantil.
- 2 – Miguel Pereira / Professor da Faculdade de Comunicação da PUC-RJ.

III – Chargistas

- 1 – Chico Caruso.
- 2 – Paulo Caruso.

3 – Ziraldo.

Perguntas-guia utilizadas nas entrevistas com os chargistas, com os jornalistas e com os leitores

Nem todas as perguntas foram feitas a todos os entrevistados, já que algumas, como por exemplo a pergunta 21, só o chargista poderia tê-la respondido à contento. Ao mesmo tempo, nem todas as perguntas que foram feitas aos entrevistados estão aqui expressas já que, de simples entrevistas, optamos por um “bate-papo” informal. Mas a base deste “bate-papo”, foi o questionário abaixo exposto para a orientação mínima do leitor desta dissertação, no que toca o atingimento, ou não dos objetivos por nós traçados e explicitados na introdução deste trabalho..

- 01** - Para você, o que é uma charge?
- 02** - Todas as charges são iguais ou há diferentes tipos de charge?
- 03** - Qual o tipo de charge que você prefere?
- 04** - A linguagem visual das charges é suficiente para que você as interprete ou as legendas são essenciais?
- 05** - Que tipos de mensagens você acha que são transmitidas pelas charges com maior frequência?
- 06** - Você acha que as charges possuem um discurso político próprio ou são meros desenhos irônicos?
- 07** - Você acha que as charges políticas contribuem de alguma forma na percepção do que acontece à sua volta? Como?
- 08** - O que o levou a ser um chargista e qual sua motivação para continuar a sê-lo?
- 09** - Até que ponto sua ideologia influencia na confecção de uma charge (ex: crítica ao seu partido político)?
- 10** - Explique, sucintamente, o processo de produção de uma charge?
- 11** - Ao produzir uma charge, você pensa mais na mensagem que quer transmitir ou na informação que acha que o leitor quer receber?
- 12** - A charge é um instrumento bem conhecido e bem utilizado pelo profissional do jornalismo? E pelo leitor?

- 13** - Que jornais você costuma ler?
- 14** - Qual a importância da charge como um elemento gráfico de transmissão de informações?
- 15** - Como você vê a relação entre imagem e texto num charge? E entre transmissão de informação e mudança (ou não) do senso crítico?
- 16** - Você se lembra, de imediato, de alguma charge que o tenha marcado?
- 17** - Dentro de suas prioridades de leitura de jornal, em que posição situa-se a charge? Você a lê? Em primeiro lugar ou em último?
- 18** - Qual a importância da disposição da charge nos jornais e que tipo lhe parece mais importante (ex: charge política ou charge cultural; caderno principal ou caderno secundário)?
- 19** - As charges têm um direcionamento específico para um público-alvo específico ou são produzidas para um “leitor ideal”?
- 20** - Qual charge é mais expressiva em termos comunicacionais: a realista ou a caricatural?
- 21** - A relação entre a área do quadrinho em que foi desenhada a charge e o tamanho da própria charge influencia em sua leitura?
- 22** - A multiplicidade de detalhes favorece a compreensão do significado de um charge ou a obviedade do desenho é melhor?
- 23** - Uma charge é efetivamente descritível (ex: posso descrevê-la, plenamente, para um cego)? Se é, qual o melhor tipo? Com texto, sem texto, realista, caricatural?
- 24** - Quais as limitações, individual e coletiva, que na prática se antepõem ao chargista e ao veículo de comunicação? Há limites de ordem ética e/ou ideológica?
- 25** - Para você, o que é espaço político?
- 26** - Como você se vê atuando neste espaço? Ou não se vê?
- 27** - O que é consciência cidadã?
- 28** - Você acha que a leitura e interpretação das charges políticas contribui de alguma forma para que forme sua consciência cidadã? Como?