

Discurso plástico, patemização e homofobia: propostas para uma análise de mensagens visuais

Marcus Antônio Assis Lima*

Índice

1 Introdução	1
2 As seis perspectivas de análise	2
3 A abordagem icônico-discursiva	3
4 À guisa de conclusão	11
5 Referências bibliográficas	12
6 Anexo 1	13

Resumo

Este estudo de caso procura apontar algumas questões teórico-metodológicas referentes à análise de mensagens visuais. Partindo das perspectivas de análise de Paul Lester, iremos buscar na Teoria Semiolingüística de Patrick Charaudeau categorias analíticas que serão aplicadas em *corpus* composto de charge publicada na revista *O Malho*, em 1904, no Rio de Janeiro. Buscaremos apontar efeitos patêmicos homofóbicos, engendrados por um discurso lúdico, que buscaria a captação do interlocutor por meio do humor. Para tanto, procederemos a um “duplo estudo semiolingüístico”: a análise visual e a verbal.

*Jornalista, mestre em Comunicação e doutorando em Lingüística/Análise do Discurso na UFMG. Este trabalho foi apresentado ao NP 13 – Comunicação e cultura das minorias, do IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

1 Introdução

Quando se tem de representar alguém pela imitação, deve-se necessariamente pintá-las melhor ou pior do que são.

Aristóteles

Este artigo busca aplicar a Teoria Semiolingüística (Charaudeau, 1983) para a análise do que estamos nomeando de “discurso plástico”, isto é, dos enunciados elaborados, principalmente, com imagens fixas.¹ De início iremos apresentar as seis perspectivas de análise das mensagens visuais, propostas por Paul Martin Lester (2000). Depois, introduziremos alguns conceitos relacionados ao “contrato de comunicação”, mostrando como uma *abordagem icônico-discursiva* engloba e amplia as perspectivas anteriores, tendo em vista que ela leva em consideração, também, os processos de construção de sentidos veiculados por determinada mensagem midiática visual; buscará abordar, ainda, alguns aspectos ditos “patêmicos” (Charaudeau, 2000) aí presentes. Por fim, aplicaremos tais conceitos em nosso *corpus* empírico, tentando mostrar

¹ Esta problemática constitui uma das preocupações de nossa pesquisa de doutorado com narrativas quadrinizadas.

como o discurso da homofobia trabalha de forma sutil e velada, com efeitos emocionais de caráter perlocutório.

2 As seis perspectivas de análise

Em seu compêndio, “Visual Communication. Images with messages”, Paul Lester (2000) propõe que, a fim de se apreciar completamente qualquer tipo de mensagem visual, o uso das seis perspectivas propostas por ele ajudariam ao observador a descobrir que “qualquer e todas as imagens têm algo a dizer, pois qualquer imagem visual criada tem algum sentido a comunicar” (p. 94). Para ele, independentemente do meio onde está sendo veiculada, uma imagem torna-se “esquecida” se não for analisada, isto é, “uma imagem esquecida torna-se simplesmente uma entre tantas outras imagens sem sentido no fluxo constante de comunicação a que estamos sujeitos no dia-a-dia” (*idem*). Seguindo, ele considera que a análise de imagens revela duas lições importantes sobre a criação de “imagens memoráveis”: a) o produtor da mensagem precisa conhecer a cultura do público alvo; b) os símbolos usados na imagem devem ser entendidos por aquela cultura.

Antes de utilizarmos analiticamente as seis perspectivas é preciso, primeiro, como observa Paul Lester (2000:93-98), prestar atenção aos elementos gráficos e aos conteúdos dentro do quadro delimitado da imagem. Apenas depois de identificados os elementos gráficos e simbólicos e que se deve passar à análise nos termos da seis perspectivas.

1. Perspectiva pessoal: apesar de se tratar de impressões subjetivas, essa perspectiva é importante, pois ela revela, espe-

cialmente, as posições ideológicas de quem faz a observação.

2. Perspectiva histórica: o conhecimento da história do meio de reprodução permite o entendimento de suas raízes técnicas e filosóficas.
3. Perspectiva técnica: as relações entre uso de cores, luz, os meios utilizados para materialização do trabalho e a própria apresentação do mesmo.
4. Perspectiva ética: as responsabilidades morais e éticas que os produtores, o tema e os observadores têm com a obra.
5. Perspectiva cultural: bastante próxima a uma aproximação semiótica, essa perspectiva implica em determinar os símbolos usados na imagem e seus significados em determinada sociedade ou cultura.
6. Perspectiva crítica: pressupõe a transcendência da imagem para desenhar conclusões mais genéricas, indo além de opiniões puramente pessoais, sobre a sociedade onde determinada imagem foi produzida e consumida.

Ao seguirmos essas perspectivas de análise, certamente que ao final estaremos mais aptos a formular considerações críticas a respeito de determinada mensagem visual. Entretanto, percebemos que as perspectivas anteriores deixam escapar exatamente as condições de produção dos sentidos que podem estar sendo veiculados por determinado enunciado, levando-se em conta os sentidos emocionais também produzidos em seu momento de enunciação. Para tanto, metodologicamente, será útil a Teoria Semiolingüí-

stica, pois, nela, “o discurso é visto como ‘jogo comunicativo’, ou seja, o jogo que se estabelece entre a sociedade e suas produções linguageiras” (Machado, 2001:46).

3 A abordagem icônico-discursiva

3.1 O contrato de comunicação

Na abordagem da Análise do Discurso, o estudo de qualquer texto, seja verbal ou icônico, deve sempre levar em consideração algo mais além do simples enunciado, que seria uma materialização de um determinado discurso que lhe é anterior. Assim sendo,

só será possível explicar o sentido de um enunciado, ou de um ato de linguagem, se nele levarmos em conta: a) o material verbal, estruturado segundo os princípios de pertinência que lhe são próprios e b) o material psicossocial que define os seres como atores sociais e sujeitos comunicantes (Machado, 1996:100).

A base da Teoria Semiolingüística está na ação comunicativa que envolve uma situação de comunicação (o quadro físico e mental no qual se acham os parceiros da troca linguageira). Tais parceiros são determinados por uma identidade (psicológica ou social) e são ligados por um contrato de comunicação.

Segundo Charaudeau (2002:138-141) a noção de *contrato de comunicação* é utilizada para designar o conjunto de condições que permitem que a um ato de comunicação seja atribuído algum sentido pelos interlocutores da interação. Assim, este contrato regeria e permitiria aos participantes da interação reconhecerem sua posição social naquele ato

específico, seja oral, escrito, massivo ou não, bem como identificarem sua finalidade, sua temática e as circunstâncias mesmas que determinam tal ato. O contrato define um conjunto de condições no âmbito de um “jogo psicossócio-situacional”, que irá constituir, por sua vez, o “arquivo social de conhecimento” (Berger & Luckmann, 1998), arquivo do qual as pessoas fazem uso em suas interações cotidianas.²

Dessa maneira, ainda segundo Patrick Charaudeau (*op.cit.*), diferentes conjuntos de condições contratuais definiriam diferentes “gêneros” de contratos: publicitário, informativo, jurídico, ficcional... Nosso interesse recairá sobre o que Charaudeau (1994) e também Lochard (1998) chamam de “contrato de informação midiática”, mais especificamente aquele dos jornais diários impressos.

Como salienta Machado (2003:02), os contratos não são “puros” e, no caso dos jornais, seu contrato busca elementos de outros contratos sempre que necessário para que seu funcionamento se dê o mais eficiente possível. Como observa a pesquisadora, um outro contrato freqüente nos jornais diários é o “contrato de diversão”, que funcionaria de modo a “amenizar a leitura de temas ‘duros’ e que são, no entanto, o espelho (mais ou menos fiel, mais ou menos deformado) do que está acontecendo em nossas cidades, no nosso país ou no mundo.”

Para Patrick Charaudeau, para ser possível a análise da linguagem, levando-se em conta seu aspecto psicossocial, isto é, a qualificação subjetiva da representação do outro,

² Noção esta próxima à de “memória coletiva”, de Charaudeau (1995).

de um estado de crença social, é necessária a definição dos sujeitos do ato de linguagem:

Todo ato de linguagem é o produto da ação de seres psicossociais que são testemunhas, mais ou menos conscientes, das práticas sociais e das representações imaginárias da comunidade a qual pertencem. Isso nos leva a colocar que o ato de linguagem não é totalmente consciente e é subsumido por um certo número de rituais sócio-linguísticos (Charaudeau, 2001:29).

Sujeitos, no plural, porque engloba os pólos de produção e recepção sendo, então, adequado falarmos em *parceiros* na interação linguística. Os sujeitos, nesse ponto de vista, devem ser entendidos “como um lugar de produção da significação linguística (...) não é pois nem um indivíduo preciso, nem um ser coletivo particular: trata-se de uma abstração, sede da produção/interpretação da significação” (Charaudeau, 2001:30). Falaremos, assim, em *sujeito comunicante* (EUC), *sujeito enunciador* (EUE), *sujeito destinatário* (TUD) e *sujeito interpretante* (TUI).

Definidos esses quatro sujeitos, em uma situação linguística qualquer, entretanto, encontramos dois *parceiros*: “o sujeito comunicante (EUC) e o sujeito interpretante (TUI), implicados no jogo que lhes é proposto por uma *relação contratual*” (*idem, ibidem*, itálicos do autor). Essa relação contratual depende, portanto, de componentes mais ou menos objetivos, tornados pertinentes pelo jogo de expectativas que envolve o ato linguístico. Esses componentes são três: a) comunicacional; b) psicossocial; c) intencional.

Diz-nos Charaudeau sobre o sujeito comunicante(2001:31):

é o parceiro que detém a iniciativa no processo de produção. Ele encena o dizer em função dos três componentes acima (...) e através da percepção que tem do ritual linguístico no qual está envolvido. Temos aí o lugar de fala do EUC, sendo que o resultado dessa sua atividade está centrado nas estratégias discursivas, que são suscetíveis de produzir efeitos de discurso.

Em relação a esses efeitos de discurso, podemos, então, distinguir entre efeitos visados dos efeitos produzidos (de acordo com o sujeito interpretante). A respeito do sujeito interpretante, Charaudeau (*idem*:32) lembra que:

é o parceiro que tem a iniciativa do processo de interpretação. Ele constrói uma interpretação – que pode ser muda ou se exprimir por uma intenção qualquer – em função dos mesmo três componentes – com as hipóteses de saber que ele é levado a elaborar sobre o sujeito comunicante (EUC) –, e através da percepção do ritual linguístico.

Outro ponto base nesta teoria diz respeito a que todo ato de linguagem é uma representação comandada pelos sujeitos externos, o que nos leva ao conceito de “encenação” (*mise en scène*), pois, de fato, “todos nossos atos linguísticos têm um lado teatral já que, (...) temos de estar sempre atentos para produzir a encenação adequada” (Machado, 2001:51). Essa encenação lembra em muito a “dramaturgia” de Erving Goffman (1975).

A encenação, então, realiza-se em uma “cena de enunciação”, isto é, um “espaço *instituído*, definido pelo gênero de discurso, mas também sobre a dimensão *construtiva* do discurso, que se “coloca em cena”, instaura seu próprio espaço de enunciação” (Charaudeau & Maingueneau, 2004:95). Para Charaudeau (1983:51), a encenação seria o “espaço interno” da comunicação, ou seja, o fato de o locutor, por meio de sua enunciação, escolher os papéis discursivos a serem desempenhados pelos parceiros da interação. Essa cena, em termos analíticos, compõe-se de três cenas distintas: *cena englobante*, *cena genérica*, *cenografia* (Charaudeau & Maingueneau, 2004:96). Voltaremos a essas cenas mais adiante.

Se os conceitos de “contrato de comunicação” e de “cena de enunciação” serão úteis em nossa análise dos discursos plásticos, um tema paralelo, mas não menos importante, na Análise do Discurso, merecerá nossa atenção: a *emotividade* que determinado texto engendra. Como o discurso plástico privilegia o caminho de significação pelo signo icônico, perceber esses “efeitos patêmicos do discurso” (Charaudeau, 2000) será de valia para se perceber características homofóbicas que se escondem por trás de um chiste, de uma piada, um momento de humor e descontração. Assim, uma abordagem discursiva das emoções busca retirar os aspectos psicológicos e sociológicos do entendimento das emoções.

Para Patrick Charaudeau (*idem*), do ponto de vista analítico discursivo, o efeito patêmico surge da configuração de três aspectos: a) sua *ordem intencional*, ou seja, os estados emocionais não se confundem com sensações percebidas, pois uma mesma sensação pode deflagrar emoções distintas.

Para ele, as emoções são vistas como uma “subjetividade”, embora sejam da ordem da racionalidade, pois, uma emoção sempre se manifesta em “um sujeito ‘em relação’ a alguma coisa que se apresenta a ele” (p.130); b) sua raiz nos *saberes de crença*, quer dizer, as emoções, não sendo puras sensações, devem ser tratadas como “juízos, que se apóiam nas crenças compartilhadas por um grupo social, onde a sua aprovação ou reprovação ocasiona uma sanção moral” (p.131); c) sua inscrição em uma *representação* psicossocial. Charaudeau considera que uma representação pode ser considerada como patêmica, e não apenas “sócio-discursiva”, quando ela descreve uma situação diante da qual um juízo de valor socialmente partilhado – portanto instituído como norma social – coloca em ação um estado tal que resulta em considerar o indivíduo representado como vítima ou como beneficiário de determinado fenômeno (p.133). Dessa forma, as marcas patêmicas não são de ordem linguística, mas da ordem da enunciação. Para Charaudeau, a patemização pode ser tratada discursivamente como uma categoria que se opõe a outros efeitos, tais como os efeitos cognitivos, pragmáticos e axiológicos (p.140). Outra consideração importante diz respeito ao fato de que um *campo temático*, sob o qual se assenta um dispositivo comunicativo qualquer, prevê a existência de um *universo de patemização* e a organização de *imaginários sócio-discursivos* suscetíveis de produzir efeitos ditos patêmicos (p.141). Exemplificando: o enunciado “É preciso matar o cão”, dito por um veterinário produziria os efeitos: a) cognitivo: por parte do veterinário que sabe que o mal que aflige o cão não tem cura; b) axiológico: efeito produzido pelo fato de existirem leis que assegu-

ram que cães doentes devem ser sacrificados; c) pragmático: efeito que será produzido em quem sacrificar o animal; e d) patêmico: os efeitos que incidirão sobre o dono do cão.

A seguir, iremos realizar um “duplo estudo semiolinguístico” (Machado, 1996:102): a) **visual**, composto pelo desenho expressivo; b) **verbal**, o texto que acompanha e complementa a imagem visual.

3.2 Os sujeitos da linguagem

Assim, recorrendo à nomenclatura proposta pela Teoria Semiolinguística, os sujeitos presentes na enunciação do *cartoon* selecionado são:

- a) **sujeito comunicante** (EUc): a pessoa física identificada, no *cartoon*, pelo monograma localizado embaixo à esquerda; não foi possível personalizar a quem a letra pertenceria; Dentro da cena representada, outro sujeito comunicante se faz presente: o personagem estereotipadamente marcado como homossexual.
- b) **sujeito enunciador** (EUe): o cartunista, responsável por “decifrar”, no texto, as “chaves-pistas de leitura” (Ferrara, 2000:27). Assim como hoje, o caricaturista, à época da publicação da charge, era profissão de prestígio. Podemos inferir, portanto, que ele era jornalista (embora, como hoje, os chargistas não se auto-intitulem como tal) e, dessa maneira, um intelectual, ou seja, estava em contato permanente com as elites culturais, políticas e econômicas de então. Para Herman Lima, o caricaturista é, quase sempre, “um intelectual, antena vibrátil a toda solicitação exterior, para

o registro tantas vezes profético de suas impressões da hora que passa” (Lima, 1963:15), sendo ele mais capacitado que o escritor para “exprimir seu pensamento caracterizando a verdade (...) [de modo que] a arma do caricaturista dos tempos modernos é tão poderosa que dispensa os excessos da deformação e da distorção” (*idem, ibidem*). Pensado como jornalista, ele “olha sempre a realidade com sua lente específica, para o fim de caracterizar aquilo que visa no momento – fato ou personagem” (Lima, 1963:28). Isso porque, de modo geral, a caricatura traz “em sua própria substância motivo para reflexões nem sempre superficiais” (Lima, 1963:25s). Dentro da cena representada, o sujeito enunciador é encarnado pelo prostituo, que se vê desempregado face às remodelações urbanísticas em voga na cidade do Rio de Janeiro, como veremos na seção seguinte.

- c) **sujeito destinatário** (TUd): o leitor virtual, imaginado pelo emissor. Em nosso caso, a elite intelectual de início do século XX, no Rio de Janeiro. Definimos assim esse sujeito destinatário tendo-se em conta o tipo de publicação onde a charge estudada foi publicada: a revista *O Malho*, fundada em 1902. Essa publicação, considerada popular e de cunho político, juntamente com outras como *Fon-Fon* e *Careta* marcam a fase áurea da caricatura no Brasil. Em suas páginas misturavam-se artigos polêmicos de cunho político, entretenimento e as caricaturas que, “concentrando a carga crítica e humorística das revistas, (...) retrataram os fatos e personagens que

fizeram a política, a cultura e a vida mundana da época” (Mira, 2001:21). De acordo com estudo francês sobre a imprensa brasileira, essas revistas eram impregnadas pelo elitismo cultural, de forma que estão “profundamente ligadas a uma sociedade burguesa segura de seus valores (...) uma preocupação com os bons costumes, referências às discussões mundanas da época (...)” (Sequin des Hons, 1985:27).

Assim, o leitor-modelo que provavelmente norteava o cartunista em seu traço era a elite político-cultural da época, especialmente os insatisfeitos com as obras de re-urbanização da então capital federal pelo prefeito Pereira Passos, como será mais bem discutido na seção da cena de enunciação. Relativo ao EUE-personagem, seu parceiro destinatário seria o prefeito da cidade, a quem ele faz requerimento.

- d) **sujeito interpretante** (TUi): o leitor real, o cidadão classe média que comprou e efetivamente leu a revista, à época de sua publicação, interpretando a seu modo a charge publicada. Com relação à cena representada, o TUi continua sendo os leitores da revista, posto que o prefeito-destinatário anterior também se constitui como ficcional. Aqui, cabe uma discussão metodológica: seria esse o sujeito a ser analisado ou seria possível pensar esse sujeito como o autor deste artigo? Nessa perspectiva, estaríamos processando uma “etno-decodificação”, ou seja, inclui-se a experiência e história de vida do pesquisador (pretensamente isento e objetivo na análise científica) revelando, de-

parte, os sentidos revelados na leitura contemporânea do *cartoon*? Correríamos o risco de invalidar o estudo se adotarmos essa abordagem? De qualquer modo, creio que a análise aqui proposta não poderia descartar a presença do pesquisador, pois, os sentidos agregados ao discurso estudado são frutos da competência enciclopédica do autor deste artigo, à luz dos entendimentos e conhecimentos atuais sobre a problemática trabalhada no *cartoon*-objeto.

3.3 A cena de enunciação

3.3.1 Mensagem visual: a charge

Trata-se de *cartoon*, isto é, “narrativa de humor, feita através de caricatura e geralmente distribuída para publicação em jornais e revistas” (Almeida, 1987:59), forma rica, multifacetada e popular apropriada pela imprensa “para representar pessoas e situações de atualidade, avaliando-as, interpretando-as e opinando sobre elas” (Sousa, 2000). Para Pedro Jorge Sousa, os *cartoons* devem ser considerados como gênero jornalístico, de maneira geral e, mais especificamente, como do gênero “interpretativo-opinativo”, pois, atendem a determinados requisitos, entre os quais, “a exemplo de outros gêneros jornalísticos, como o editorial, coloca[r] em evidência determinadas situações ou suas particularidades, analis[á-las] e opina[r] sobre elas” (*idem*:237). Nosso *corpus*, então, ajusta-se à definição de Sousa (*ibidem*:239, itálico do autor) para *cartoon de atualidade*: “desenvolvimento narrativo de uma situação numa única unidade espacial (...) [que] normalmente, satiriza assuntos políticos, acontecimentos nacionais ou internacionais ou

determinadas figuras, sob a forma de *commentário gráfico*". Claro que ele será "atual" no contexto de sua enunciação, isto é, sua publicação em 1904!

Em nosso caso, o *cartoon* estudado (ver Anexo I) pode ser enquadrado na categoria da charge, ou seja, "representação pictórica, humorística, que tem por finalidade a crítica burlesca e caricatural de uma idéia, fato, pessoa ou situação, sendo geralmente de natureza política" (Almeida, 1987:64). Assim, resta-nos breve explanação sobre as características da caricatura, termo aqui utilizado genericamente.

O termo "caricatura" apareceu no século XVII e tem sua origem nas "fantasias imaginativas dos antigos *grotesche*, nos líricos conceitos dos monstros romanescos e nas deformações científicas de Leonardo da Vinci" (por Lima, 1963:7). Segundo Robert de la Sizeranne, o verdadeiro artista não faz caricatura para troçar de um homem ou deformar o tipo humano, mas, para sublinhar algum gesto, para notar algum ponto de fisionomia, para "unir tão intimamente todos os aspectos inesperados, inéditos, da máquina humana, que o envoltório da carne e dos ossos revele todos os seus segredos" (citado por Lima, 1963:16).³

Para Herman de Lima, a finalidade última da caricatura é essa prática da caracterização:

Daí o poder de síntese que se exige da caricatura, seja pessoal, seja social ou política, a fixação do traço definidor dum caráter ou duma situação, de par com a acuidade de observação, e a sensibilidade do caricaturista, em condições de

lhe permitirem a apreensão de certos índices, pessoais ou coletivos, reveladores do *pathos* individual ou das massas (Lima, 1963:28s).

As influências estéticas da caricatura eram, assim, "um meio de chegar a certos fins morais e políticos, mas era também um fim em si mesmo, com uma capacidade especial para cultivar o campo do característico" (Lima, 1963:7). Assim, a caricatura, exagerando numa personalidade traços característicos, dá, às vezes, um relevo a constantes de uma cultura inteira, de modo que a caricatura poderia retratar uma vida de dureza e expedientes, "os aspectos mais pobres e tristes da sociedade (...): esse é o mundo picaresco. E o tom dessa literatura é satírico, tendente ao ridículo e ao grotesco, inclinando-se algumas vezes para o cinismo" (Lima, 1963:7).

À época de publicação de nossa charge, 1904, a cidade do Rio de Janeiro passava por um processo de remodelação de seus espaços de sociabilidade e de sua arquitetura. Inspirado na recente urbanização parisiense, grande parte do antigo centro da cidade foi re-urbanizado, com a abertura de largas avenidas e construção de edifícios e novas praças públicas. Esse processo, iniciado no ano de lançamento d'*O Malho*, estendeu-se até 1906, tendo sido motivo de polêmicas políticas e culturais, tanto no âmbito da vida cotidiana quanto nos jornais e revistas existentes. A charge estudada evoca essas transformações, especialmente no que se refere ao antigo Largo do Rossio, rebatizado como Praça Tiradentes. Esse largo, onde as fachadas que o circundavam foram remodeladas na época das reformas urbanas, era um dos espaços preferidos pelos homossexuais cariocas para "encontrar parcei-

³ SIZERANNE, Robert de. *Le Miroir de la Vie*. Paris:Hachette, 1912.

ros sexuais e socializar-se com os amigos” (Green, 2000:53). No seu centro, encontra-se uma estátua eqüestre de D. Pedro I, inaugurada por D. Pedro II, em 1862, para comemorar os quarenta anos da declaração da independência brasileira. Entretanto, em torno da estátua, outra atividade, bem menos “patriótica”, iria marcar aquele local: as interações homossexuais. A região que circundava a praça era ocupada por teatros, cabarés, pequenos hotéis para encontros fortuitos, assim como alguns prostíbulo que resistiram à remodelação urbana. Talvez, por isso, ela fosse reconhecida como zona de prostituição, o que intensificava o vai-e-vem de homens a procura de sexo, seja ele qual fosse:

Em meio a essa intensa atividade noturna que circundava o monumento ao primeiro imperador do Brasil, nos teatros escuros, sob a luz oscilante dos recém-inventados cinematógrafos, nos bancos e arbustos do parque, homens que buscavam outros homens para relações sexuais fortuitas beneficiavam-se da moralidade frouxa nessa parte da cidade para satisfazer seus próprios desejos. O monarca montado continuava a ser um ponto de referência para os encontros sociais e sexuais entre homens (Green, 2000:61).

Na charge, percebe-se claramente que o personagem encontra-se no Largo do Rossio, seja pela representação, ao fundo, da estátua eqüestre de D. Pedro I e dos arbustos presentes, seja pela associação, em voga então, daquele lugar com os homossexuais. De acordo com o trabalho do historiador James Green, a região era conhecida, pela população da cidade, como ponto de encontro de homossexuais sendo que, já em

1870, o administrador da Intendência Municipal enviara um comunicado ao presidente desta informando da situação: “Ele reclamava que a guarda municipal responsável pela vigilância dos jardins da praça havia “abandonado aqueles jardins na maior parte do dia à perversidade de garotos e pessoas mal-intencionadas” (Green, 2000:54s).

O homem representado veste-se assim, na descrição de James Green:

chapéu de palha da moda, gravata borboleta florida, paletó justo e curto e calças coladas e chamativas fazendo ressaltar as nádegas e dando a sua figura um formato em S, a pose clássica da mulher nas ilustrações da virada do século. Seu dedo indicador descansa pensativamente no queixo, enquanto ele pondera sobre sua nova idéia e o pedido que vai fazer à Prefeitura da cidade. (...) Como o recente replanejamento do paisagismo do parque reduziu temporariamente o acesso às áreas para os encontros e os flertes, o protagonista (...) viu-se desempregado (Green, 2000:64).

É preciso, aqui, esclarecer a imagem que se tinha, à época, dos homossexuais. Como revela James Green, no Brasil da *belle époque*, o estereótipo mais comum sobre os homossexuais enfatizava sua ligação com a prostituição:

Físicos, políticos, advogados, intelectuais e artistas retrataram os sodomitas modernos como homens efeminados que praticavam sexo anal como elementos passivos e ganhavam a vida com a prostituição nas ruas. (...) a conexão entre a prostituição, a efeminação no homem e

a homossexualidade persistiu como uma forte representação do comportamento homoerótico até a segunda metade do século XX (Green, 2000:63).

À associação com a prostituição seguia-se o uso da expressão pejorativa “fresco” para se referir aos homossexuais. De acordo com Green, esse termo teria sido usado, pela primeira vez, pelo jurista, professor de criminologia e desembargador da Corte de Apelação do Distrito Federal Francisco José Viveiros de Castro em seu livro “Attentados ao pudor: estudos sobre as aberrações do instinto sexual”, de 1894 (Green, 2000:63):

No Brasil, na virada do século, a palavra fresco, com o duplo sentido de “puto” e também conotando frescor, jovialidade ou amenidade no clima, tornou-se o termo ambíguo comum usado para zombar dos homens efeminados ou daqueles que supostamente mantinham relações anais “passivas” com outros homens. Além disso, os frescos estavam intimamente associados com o Largo do Rossio (Green, 2000:64).

O que podemos depreender do tipo retratado, e que certamente também os leitores da revista seriam capazes de reconhecer, é a materialização de um *ethos*, que “implica uma certa representação do corpo de seu responsável, do enunciador que se responsabiliza por ele” (Maingueneau, 1998:60). Como em várias outras descrições do período, mais uma vez reforça-se um *topoi* válido naquele momento histórico-social: o do homossexual associado à prostituição e aos trejeitos femininos. No livro de Viveiros de Castro, acima

referido, encontramos uma descrição primorosa do possível *caráter* que o nosso EUc-personagem aglutinaria:

O largo do Rocio foi antigamente célebre por ser o lugar onde à noite reuniam-se os pederastas passivos à espera de quem os desejasse. Tinham eles uma toailete especial por onde podiam ser facilmente reconhecidos. Usavam paletó muito curto, lenço de seda pendente do bolso, calças muito justas, desenhando bem as formas das coxas e das nádegas. Dirigiam-se aos transeuntes pedindo fogo para acender o cigarro, em voz adocicada, com meneios provocantes e lascivos (citado por Green, 2000:86).

Pode-se perceber na formação discursiva que estamos analisando toda a engrenagem social que leva à constituição do *ethos* do homossexual que operava no Rio de Janeiro de início do século XX. Um discurso desviante, que confinava as variadas manifestações de práticas homoeróticas a uma só representação. Esse discurso, impregnado de vozes advindas de variados campos (jurídico, médico, literário, ético etc.), que o cartunista materializa em seu trabalho midiático, traduz o lugar comum que associa os homossexuais a uma sensibilidade mais aguçada e a um senso estético mais exacerbado que o resto dos homens, como defende Jurandir Freire Costa (1992). Essa representação, ancorada no acervo social de conhecimento de que dispõe a sociedade para a construção da realidade cotidiana peculiar ao período, perdurou até o início da segunda metade do século passado, quando surgiram noções alternativas de identidade sexual que contestaram esse paradigma dominante.

3.3.2 O registro verbal

A charge está intitulada como "Fresca Teoria (Requerimento)", numa alusão ao modo pensativo, aludido anteriormente, que a posição do dedo do personagem em seu queixo deixa transparecer. O texto logo abaixo, entendido como um balão ou legenda tal como são empregados atualmente nas caricaturas e quadrinhos, faz dupla ironia: a) a subversão do registro formal jurídico/administrativo de um requerimento em forma de poema; b) a utilização de uma forma clássica/acadêmica, em termos da versificação utilizada, em contraponto ao estilo literário em voga no início do século XX. No poema lê-se: "Ante a cruel derrocada/ Do Rocio dos meus sonhos,/ A musa desocupada,/ Embora em versos tristões,/ Vai jogar uma cartada/ É bem dura a colisão/ Que me tolhe a liberdade/ Desta ingrata profissão:/ E ao prefeito da cidade/ Requeiro indenização!..." (O Malho, 1904, v.3, n.93, p.31).

No poema, podemos identificar emblemas, que ajudam a compor a "fala" do requerente. Assim, os dois primeiros versos referem-se ao "lugar" de encontros, que remete ao ganho capital e que constitui a ligação "puto-fresco"; o retorno faz-se no verso "Desta ingrata profissão". O terceiro verso é dêitico que marca o "eu" do personagem: ele é a "musa", tópico de diáfano, etéreo, portanto, do universo feminino. O verso "É bem dura a colisão" remete novamente ao Largo do Rossio, não diretamente pela relação à prostituição masculina, mas em relação às mudanças impostas pela reurbanização daquela região e que proibiram, ou fizeram escassear a clientela, o acesso ao entorno da estátua imperial. Os versos, como foram arranjados, revelam toda a afetação da

fala do personagem, de modo que uma imposição de um código linguageiro que autolegitima o enunciador faz com que sua

fala particip[e] de um comportamento global {uma maneira de se mover, de se vestir, de entrar em relação com o outro...} (...) um *caráter*, um conjunto de traços psicológicos (jovial, severo, simpático...) e uma *corporalidade* (um conjunto de traços físicos e indumentários) (Maingueneau, 1998:60, itálicos do autor).

No último verso, "Requeiro indenização," aparece uma dupla ironia, do caricaturista e do personagem. Daquele, por utilizar um personagem comum na vida cotidiana de qualquer grande cidade – o homossexual – para manifestar uma posição política; do personagem, por fazer uso de um expediente administrativo – o requerimento – para reclamar pelas obras que faziam minguar seus "negócios" sexuais. Ele é, também, dêitico do subtítulo "Requerimento" (ironia do sujeito comunicante) e do título "Fresca Teoria" (ironia do sujeito enunciativo), posto que apenas um "fresco" teria a brilhante idéia de cobrar indenização à prefeitura como ressarcimento por ter sido o seu "serviço" prejudicado com as obras em seu local de "trabalho", o Largo do Rocio.

4 À guisa de conclusão

Vimos que o estereótipo do homossexual, vigente no Brasil desde o período colonial, traduz a sociedade higienista da época. A definição do termo "homossexual", na Alemanha de fins do século XIX, marcou o discurso hegemônico vigente então: dos romances aos

prontuários médico-legais, das piadas aos *fait divers* ou os relatórios policiais. A associação de homossexuais a figuras marginais, doentes, anormais e perversas persistiu décadas adentro, sendo que, somente nos últimos vinte anos, a sociedade tenha começado a construir outro tópico para os homens que fazem sexo com outros homens, eufemismo politicamente correto em voga atualmente, que admite outras encenações para as práticas homoeróticas. Mesmo assim, o homossexual afeminado continua sendo o único personagem representado nos veículos de comunicação atuais, sempre de maneira debochada e humorística.

5 Referências bibliográficas

- ALMEIDA, Mauro. *Dicionário Técnico da Comunicação*. Belo Horizonte: s/ed., 1987.
- BERGER, P & LUCKMANN, T. *A Construção Social da Realidade. Tratado de Sociologia do Conhecimento*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- CARNEIRO, Agostinho Dias (org.) *O discurso da mídia*. Rio de Janeiro: Oficinas do Autor, 1996.
- CHARAUDEAU, Patrick. Uma teoria dos sujeitos da linguagem. In: MARI, H., MACHADO, I. L., MELLO, R. (orgs.). *Análise do discurso: fundamentos e práticas*. Belo Horizonte: UFMG/NAD, 2001, p.23-38.
- CHARAUDEAU, Patrick. Une problématique discursive de l'émotion. À propos des effets de pathémisation à la télévision. In: PLANTIN, C et alli. *Lés émotions dans les interations*. Lyon: Presse Universitaires de Lyon, 2000, p.125-155.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Langage et discours. Éléments de sémiolinguistique*. Paris: Hachette, 1983.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Le contrat de communication de l'information médiatique*. Revue Le Français dans le monde. Paris: Hachette, 1994.
- CHARAUDEAU, Patrick. *Grammaire du sens et de l'expression*. Paris: Hachette, 1992.
- CHARAUDEAU, P. & MAINGUENEAU, D. *Dictionnaire d'analyse du discours*. Paris: Seuil, 2002.
- CHARAUDEAU, P. & MAINGUENEAU, D. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.
- FERRARA, Lucrecia D'Aléssio. *Leitura sem palavras*. São Paulo: Ática (Série Princípios), 2000.
- GREEN, James. *Além do Carnaval; a homossexualidade masculina no Brasil do século XX*. São Paulo: UNESP, 2000.
- GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1975.
- LIMA, Herman. *História da Caricatura no Brasil*. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1963.
- LESTER, Paul Martin. *Visual Communication. Images with messages*. New York: Wadsworth Publishing Company, 2000.

LOCHARD, G. & BOYER, H. *La communication médiatique*. Paris: Seuil, 1998.

MACHADO, Ida Lúcia. Análise discursiva de um gênero televisual: a entrevista no talk show Jô Soares 11 e meia. In: CARNEIRO, Agostinho Dias (org.). *O discurso da mídia*. Rio de Janeiro: Oficinas do Autor, 1996.

MACHADO, Ida Lúcia. Uma teoria de análise do discurso: a semiolinguística. In: MARI, H., MACHADO, I. L., MELLO, R. (orgs.). *Análise do discurso: fundamentos e práticas*. Belo Horizonte: UFMG/NAD, 2001, p.39-62.

MACHADO, Ida Lúcia. *Paródia, humor e ironia: assim vai interagindo um jornal...* Belo Horizonte: UFMG, 2003. [Hnadout distribuído na disciplina Seminário de Tópicos Variáveis em Análise do Discurso: gêneros transgressivos].

MAINGUENEAU, Dominique. *Termos-chave da análise do discurso*. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

MARI, H., MACHADO, I. L., MELLO, R. (orgs.). *Análise do discurso: fundamentos e práticas*. Belo Horizonte: UFMG/NAD, 2001.

MIRA, Maria Celeste. *O leitor e a banca de revistas; a segmentação da cultura no século XX*. São Paulo: Olhos D'Água/Fapesp, 2001.

SEGUIN DES HONS, André de. *Le Brésil, presse et histoire 1930-1985*. Paris: L'Harmattan, 1985.

www.bocc.ubi.pt

SOUSA, Jorge Pedro. *Cadernos de estudos mediáticos II*. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2000, p.237-262.

6 Anexo 1



Fonte: Ilustração de *O Malho*, Rio de Janeiro, v.3, n.93, jun. 1904, p.31, *apud* GREEN, James. *Além do carnaval: a homossexualidade masculina no Brasil do século XX* (trad. Cristina Fino e Cássio Arantes Leite). São Paulo: Editora Unesp, 2000:65.