

## **Política e Futebol nas Charges sobre a Copa do Mundo Fifa: Análise comparativa entre os jornais Correio do Povo e Zero Hora**

### **Política y fútbol en las caricaturas de la Copa Del Mundo Fifa: Análisis comparativo entre el diario Correio do Povo y Zero Hora**

### **Politics and football in the Cartoons about the Fifa World Cup: Comparative analysis between the newspaper Correio do Povo and Zero Hora**

**Adriana Schryver Kurtz**

**Escola Superior de Propaganda e Marketing (Brasil)**

[adrianakurtz@terra.com.br](mailto:adrianakurtz@terra.com.br)

**Vinícios Sparremberger**

**Escola Superior de Propaganda e Marketing (Brasil)**

[sparremberger@gmail.com](mailto:sparremberger@gmail.com)

*Fecha de recepción: 8 de mayo de 2017*

*Fecha de recepción evaluador: 6 de junio de 2017*

*Fecha de recepción corrección: 10 de junio de 2017*

## **Resumo**

O artigo examina retrospectivamente a opinião dos jornais gaúchos Correio do Povo (CP) e Zero Hora (ZH) em relação à Copa do Mundo de 2014 no Brasil, a partir da produção chargística dos veículos. O corpus de análise é composto por 96 charges publicadas ao longo dos 32 dias que compreenderam o evento. Considerando o contexto histórico e a

linha editorial dos veículos, a observação das charges – distribuídas em duas categorias de análise - ultrapassa a cobertura esportiva e desvela as posições políticas de ambos os veículos. O resultado aponta para a ideologização da Copa do Mundo pelo principal jornal impresso do Estado: a maioria das peças de ZH (53%) enquadra-se na categoria *Política* enquanto 79% das charges do CP apostam no regionalismo e uso de estereótipos, dentro da categoria *Esporte*. Percebe-se na agenda de ZH uma coerente linha de contestação ao Governo Dilma Rousseff em sua produção chargística.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Opinião; Charge; Copa do Mundo no Brasil; Correio do Povo; Zero Hora.

## Resumen

El artículo examina retrospectivamente la opinión de los periódicos gauchos Correio do Povo (CP) y Zero Hora (ZH) en lo referente a la Copa del Mundo 2014 en Brasil, a partir de la producción chargística de los vehículos. El corpus de análisis está compuesto por 96 caricaturas publicadas durante los 32 días que comprendió el evento. Teniendo en cuenta el contexto histórico y la línea editorial de los vehículos, la observación de los dibujos animados – distribuidos en dos categorías de análisis- va más allá de la cobertura deportiva y da a conocer las posiciones políticas de ambos vehículos. El resultado apunta para el contenido ideológico de la Copa del Mundo por el principal periódico impreso del estado: la mayoría de las piezas de ZH (53%) cabe en la categoría de *Política* mientras que 79% de las cargas de CP apuesta en el regionalismo y en el uso de estereótipos, dentro de la categoría *Deportes*. Se puede ver en la agenda de ZH una línea coherente de contestación al Gobierno Dilma Rousseff en su producción chargística.

**Palabras clave:** Periodismo; Opinión; Carga; Copa del Mundo en Brasil; Correio do Povo; Zero Hora.

## Abstract

This article examines retrospectively the opinion of the newspapers Correio do Povo (CP) and Zero Hora (ZH) in relation to the 2014 World Cup in Brazil, based on the cartographic production of the vehicles. The analysis corpus is composed of 96 cartoons published during the 32 days that comprised the event. Considering the historical context and the editorial line of the vehicles, the observation of cartoons - distributed in two categories of analysis - goes beyond sports coverage and reveals the political positions of both vehicles. The result points to the ideologization of the World Cup by the main printed newspaper of the State: most of the pieces of ZH (53%) fall into the *Political* category while 79% of the cartoons of the CP bet on regionalism and the use of stereotypes within the Category *Sport*. A coherent line of challenge to the Dilma Rousseff Government in its chargist production is perceived in the agenda of ZH.

**Keywords:** Journalism; Opinion; Charge; World Cup in Brazil; Correio do Povo; Zero Hora.

## Introdução

Dois anos após sediar a Copa do Mundo FIFA, o Brasil voltou a ser palco de um evento internacional. Com a realização dos Jogos Olímpicos de 2016 no Rio de Janeiro, de certa forma, o país reviveu a onda de insatisfação com os altos investimentos e os atrasos nas obras que foram amplamente criticados durante o mundial em 2014. Segundo pesquisa realizada pelo instituto Datafolha, realizada entre os dias 14 e 15 de julho de 2016 com 2.792 pessoas de 171 municípios de todo o país, 63% acreditam que o evento traria mais prejuízos do que benefícios para os brasileiros. Em 2013, esse percentual era de apenas 38%.

Embora desmentida pela bem sucedida realização dos Jogos, essa visão negativa teve relação direta com o momento de crise econômica e política por que passava o Brasil, mas também resultou da dupla frustração gerada pela Copa do Mundo de 2014, com retorno insuficiente para os gastos realizados e o vexame histórico no campo esportivo. Mas outra questão estava em jogo. O torneio de futebol masculino antecedeu uma disputa eleitoral pela presidência do país que definiu a reeleição da presidenta Dilma Rousseff, do Partido dos Trabalhadores (PT). Na época, Dilma já enfrentava uma oposição bastante articulada, capitaneada pelo até então candidato à presidência Aécio Neves e seu partido, o PSDB. Ampliada com a presença de outros setores institucionais e políticos brasileiros, este movimento acabaria resultando finalmente no impeachment da presidente em 2016.

A Copa do Mundo, é verdade, ocorreria em meio a um clima político ainda fortemente marcado pela herança do fenômeno das manifestações sociais de junho de 2013, em parte fruto do descontentamento de setores da sociedade com a realização do evento no Brasil e as circunstâncias de sua preparação. Na época, a própria mídia se posicionou como protagonista desse movimento contra a realização da competição em solo brasileiro, assim como pode ser visto – em menor proporção – em relação às Olimpíadas.

Nesse cenário politicamente complexo, a charge se destaca como um dos principais meios opinativos dentro do jornalismo. Como destaca Gutemberg (2010, s/p), o formato nasce a partir da notícia: “na construção de charge o noticiário diário é fonte inspiradora para o chargista. Dessa fonte a charge leva a uma construção social da realidade”. Portanto, apesar de seus recursos lúdicos e de uma abordagem envolta de humor, a charge constitui um poderoso gênero de opinião e a opinião um poderoso instrumento de luta política e ideológica.

Diante disso, o presente artigo tem como objetivo detectar a posição dos dois principais jornais do Rio Grande do Sul – Correio do Povo e Zero Hora – em relação ao Mundial. Busca-se entender como os chargistas do Correio do Povo (Tacho) e de Zero Hora (Marco Aurélio e Iotti) lidaram com uma aparente contradição: a agenda positiva do espetáculo esportivo midiático – com sua potencialidade publicitária e mercadológica – e a agenda política - negativa ou, no mínimo, conflituosa – de manifestantes e grupos dispostos a atrair a atenção para as incongruências do país. Como pano de fundo, uma já detectada tendência da mídia gaúcha a tensionar o governo de Dilma Rousseff (Kurtz, 2012, 2013; 2014; Raupp & Kurtz, 2014) a partir da “opinião ilustrada” das charges, num clima de crescente antipetismo por parte do jornalismo em geral e da imprensa em particular. Assim, as 96 charges produzidas por ZH e CP desvelam bem mais do que a opinião do jornalismo gaúcho acerca de um dos momentos de maior relevância da cobertura jornalística esportiva mundial: a Copa do Mundo da FIFA de 2014.

## **Copa do Mundo FIFA: particularidades do evento no Brasil**

Em 2014, após um período de 64 anos, o Brasil voltou a sediar a Copa do Mundo de Futebol Masculino. Considerada o maior evento esportivo internacional, a competição é responsável por movimentar milhões de torcedores dos cinco continentes e atrair o olhar da imprensa durante toda sua realização. Em sua 20ª edição, o torneio ficou marcado pelo maior vexame da história da seleção brasileira, com a derrota de 7 a 1 para os alemães durante jogo realizado pela semifinal.

Com o placar, a seleção canarinho entrou para a lista dos 15 piores resultados de todas as Copas do Mundo, ocupando a 14ª posição. O episódio, somado a má fase da seleção brasileira nos anos antecedentes e, principalmente, a crise política e econômica do Brasil, influenciou na forma como o brasileiro se relacionaria com o evento. Para Helal (2012, p. 157), apesar do torcedor de Copa do Mundo ainda conservar seu ‘nacionalismo quadrienal’ atrelado à seleção, é fato que a ‘pátria de chuteiras’ perdeu muito da sua carga simbólica. Tal constatação, em um país que desde a década de 1950 sustenta o epíteto de “país do futebol” e no qual o “futebol de longe é o esporte mais importante” (Gastaldo, 2010), significa uma verdadeira quebra de paradigmas.

As “Jornadas de Junho” de 2013 mostraram-se como o maior reflexo dessa nova realidade. Na época o país viveu uma fase com grandes manifestações em todo seu território que ofuscaram de forma inesperada a realização da Copa das Confederações, evento que antecede e, de certa forma, prepara o país e sua população para a Copa do Mundo. O cenário brasileiro no período é descrito por Pinto (2013) no trecho a seguir:

O descontentamento com os vinte centavos se tornou o descontentamento com o próprio sistema político, e as vozes agora bradam contra a má qualidade do transporte público, contra a falta de saúde e educação, contra os gastos alocados com a Copa do Mundo, contra a corrupção... toda frustração com o governo brasileiro se tornou latente,

e toda pessoa que agora sai às ruas luta por sua própria causa. As manifestações estão explodindo em tamanho, em causas e em esperanças pela imagem de um país sendo mobilizado. (Pinto, 2013, p. 157).

A insatisfação da população com relação aos problemas que o país enfrentava internamente e, sobretudo, em relação ao investimento público em estádios de futebol para a Copa do Mundo de 2014, foi amplamente criticada pelos manifestantes que tomaram as ruas do país. À medida que se aproximava o início da Copa do Mundo, as manifestações contra o evento começaram a ganhar força, principalmente no mundo virtual. Através de ataques verbais em blogs e redes sociais, estabeleciam-se comparações entre a qualidade exigida nos estádios pela FIFA e os serviços prestados e oferecidos pelo governo à população brasileira. A falta de infraestrutura, os atrasos e o superfaturamento das obras tornaram-se constantes alvos de críticas por parte da população brasileira e ganharam importante espaço na mídia.

Segundo Campos (2014), em nenhum momento na história do Brasil e das Copas do Mundo, a política se articulou tanto com o esporte quanto no Mundial de 2014. Para o historiador, a realização do torneio no país impactou diretamente no processo eleitoral: “A Copa já interferiu no resultado das eleições. Os índices de popularidade da presidenta Dilma desidrataram desde junho de 2013, quando começaram os questionamentos sobre o preço dos estádios e uso de dinheiro público” (Campos, 2014, p. 1). Ele ainda reforça que essa influência deu-se principalmente por meio do estado de espírito do eleitorado. Portanto, o prejuízo da goleada de 7 a 1 sofrida pela seleção brasileira diante da Alemanha inevitavelmente caiu na conta da presidente Dilma Rousseff, que até aquele momento era candidata à reeleição.

Nesse contexto, a Copa do Mundo realizada no Brasil entre os dias 12 de junho e 13 de julho de 2014 e que contou com 12 cidades-sede, quatro a mais do que a FIFA exigia, não pode ser considerada um evento especificamente esportivo, como muitos já realizados pela entidade. A competição em solo brasileiro foi marcada fortemente pela divergência política e pela insatisfação por parte da população com os altos investimentos destinados ao evento.

## **Charges: da reflexão à persuasão, uma arma ideológica poderosa**

Historicamente, a charge tem sido pensada e referida sob o amplo conceito de caricatura. Segundo Gurgel (2004, p. 2), essa confusão é explicada pela generalização, ou seja, pelo que há de comum entre esses textos, seus traços básicos: a visualização e o humor. Tal tendência é agravada pela pequena produção acadêmica dedicada à charge, cujo potencial opinativo é visivelmente subestimado: Como destacam Barros e Vale (2002), a imagem, enquanto instrumento de opinião, tem o objetivo de influenciar um público maior do que aquele dedicado à leitura atenta dos gêneros opinativos

convencionais, constituindo assim um instrumento eficaz de persuasão. Nesse sentido, a charge é, talvez, o formato com maior poder de influência junto ao público.

Ao explicar o conceito de charge em obra dedicada ao jornalismo opinativo, Marques de Melo (2003) destaca que:

Sua variedade humorística advém do real, da apreensão de facetas ou instantes que traduzem o ritmo de vida da sociedade, que flagram as expressões mais hilariantes do cotidiano. Sua intenção é representar o real criticando-o. A caricatura reproduz a imagem isolada dos personagens vivos da cena noticiosa. A charge contém a expressão de uma opinião sobre determinado acontecimento. Ambas as espécies só adquirem sentido no espaço jornalístico, porque se nutrem dos símbolos e valores que fluem permanentemente e estão sintonizados com o comportamento coletivo. (Marques de Melo, 2003, p. 168).

Dessa forma, a charge diferencia-se da caricatura porque, além de entreter e fazer rir, incentiva a reflexão. Por meio do humor, crítica ou ironia, chama a atenção do leitor, conduzindo-o à compreensão dos fatos e a interpretação dos acontecimentos cotidianos. Enquanto isso, a caricatura normalmente se configura apenas como um retrato humano, cuja ênfase é promover uma síntese do retratado a partir da junção de traços físicos e mortais (Gawryszewski, 2008). Por sua vez, a charge não precisa necessariamente retratar alguma figura conhecida: o foco deste desenho é lançar um olhar crítico a situações particulares e para isso utiliza-se do humor para alcançá-lo. Segundo Marques de Melo (2003, p. 167), trata-se da “crítica humorística de um fato ou acontecimento específico” que “tanto pode se apresentar somente através de imagens, quanto combinando imagem e texto (títulos e diálogos)”.

Sua intenção primordial é promover a reflexão e, para isso, explora tanto elementos da caricatura como, por vezes, do estereótipo. Segundo Goodwin (2011, p. 535), os “estereótipos são ferramentas essenciais” para o humor e por isso, inevitavelmente, estarão presentes nos traços dos chargistas. Para o autor, estereótipos funcionam como “parâmetros simplificados que transformam detalhes (calcados na observação da realidade ou tornados reais por insistências repetitivas) no todo”.

É importante ressaltar que em função de suas características enquanto gênero opinativo do jornalismo contemporâneo, a análise das charges é extremamente dependente do contexto histórico, da notícia (o referente, por assim dizer) que inspira a charge, da linha editorial do veículo e, naturalmente, de suas posições ideológicas (Barthes, 2009). Gombrich em “Os Usos das Imagens” nota que

Ele [o cartunista] aplica uma narrativa ou mito conhecido pelo público a um evento novo, e, por conseguinte, associa o familiar ao não familiar. Trata os incidentes de hoje como se todos fizessem parte da narrativa antiga, como se nunca houvesse nada de realmente novo na Terra. [...] Portanto o mais característico da sátira pictórica é seu conservadorismo, ou seja, a tendência a se basear no velho estoque de motivos e

estereótipos. Esses motivos podem ocupar o lugar do mito comunitário, servindo para nos reassegurar a forma de uma explicação. (Gombrich, 2012, p. 199).

De fato, o “velho estoque de motivos e estereótipos” citado por Gombrich (e o inevitável conservadorismo das charges em geral) já tinha sido sinalizado por Walter Lippmann em seu clássico estudo sobre a opinião pública. Como salientou, numa frase clássica, o autor de *Public Opinion*, os estereótipos estão em nossa mente: “Na confusão brilhante, ruidosa do mundo exterior, pegamos o que nossa cultura já definiu para nós, e tendemos a perceber aquilo que captamos na forma estereotipada para nós por nossa cultura” (Lippmann, [1922] 2010, p. 85).

A imagem tem o poder de ativar nossa memória social, nos remetendo a outro lugar, a outro momento da história, evocando por meio da repetição seu reconhecimento. Segundo Cagnin (s/d), cabe à charge expor uma ideia, dissertar sobre um tema. Para o autor, sua preocupação não é propriamente o acontecimento, mas o conceito que se faz dele, ou mais comumente a crítica, a denúncia do fato, quando não procura aliciar o leitor para os seus arrazoados, princípios, programas ou ideologia.

## **As charges do Correio do Povo e Zero Hora sobre a Copa do Mundo**

A Copa do Mundo é um evento que se caracteriza não só pela capacidade de envolver diferentes nações em torno da competição como também pelo grande alcance comercial. Segundo Marivoet (2012, p. 78), “o futebol é o desporto que mais galvaniza os sentidos identitários, mobilizando por isso um alargado número de adeptos que engrossam as audiências ou o público-alvo dos *média* [...]”. Logo, implicitamente, o torcedor não vê o futebol apenas como uma competição, mas sim como a representação da sua identidade, o que será particularmente verdadeiro na análise das charges e na observação dos estereótipos por elas endossadas. Existe, portanto, atrelado, especialmente a esse esporte, um forte sentimento de pertencimento.

Devido à magnitude do evento e sua realização em solo brasileiro, houve um forte agendamento da Copa pela mídia brasileira. No Rio Grande do Sul, as páginas dos jornais Correio do Povo (CP) e Zero Hora (ZH) foram inflamadas com a realização do evento e dominaram a produção chargística dos dois veículos. Dentre o universo de 96 charges produzidas durante os 32 dias de evento, 92 delas abordaram de forma direta ou indireta o Mundial. Devido à amplitude do material empírico, foram criadas duas categorias de análise: uma relativa aos acontecimentos ligados à Copa (*Esporte*) e outra com caráter mais crítico em que despontam os fatos ligados ao governo (*Política*).

No Correio do Povo, 100% das 32 charges veiculadas no período fizeram menção ao evento. Já em Zero Hora, 60 das 64 peças publicadas no período - ou seja, 94% da totalidade da amostra - atenderam ao mesmo critério. Ainda, quando somadas as charges

de CP e ZH em suas respectivas categorias, os números mostram que os dois principais jornais gaúchos dedicaram 58% do seu espaço exclusivamente ao evento esportivo. Os 42% de espaço restante, utilizou a competição para chamar a atenção aos impasses sociais e/ou políticos do contexto brasileiro.

Contudo, é na distribuição das charges de *Tacho* do *Correio do Povo* e *Marco Aurélio e Iotti* de *Zero Hora*, em suas devidas categorias, que podemos observar uma forte diferença entre os dois jornais. Enquanto a maioria das peças de ZH (53%) enquadra-se na categoria *Política*, o contrário ocorre com o CP, que tem 79% das suas charges vinculadas à categoria *Esporte*. Diante disso, inevitavelmente percebe-se uma preocupação de ZH em utilizar o evento para tematizar outros pontos de seu interesse, com destaque para conotações políticas ou ideológicas.

Figura 1: Charge ZH - 12.06.2014



Fonte: Edição do dia 12.06.2014 de Zero Hora

Das 60 charges de ZH analisadas, 32 delas buscaram atrelar fatos, acontecimentos, entidades ou personagens ligados à Copa do Mundo com questões de ordem política. Para isso, os chargistas do jornal da família Sirotsky, em muitos momentos, se valeram da duplicidade de temas para associar fatos esportivos às críticas, principalmente, ao governo do Partido dos Trabalhadores (PT). A presidente Dilma Rousseff, por exemplo, aparece já na primeira charge do material empírico coletado (Fig.1). Publicada no dia 12 de junho, data do início da Copa do Mundo no Brasil, o chargista Iotti optou por ilustrar a caricatura da presidente e ironizar o seu discurso dito no dia anterior à cerimônia de abertura do evento. A presença de Dilma, ainda, é um importante ponto a ser evidenciado, uma vez que ZH utiliza-se diretamente dela em cinco charges distintas, enquanto o CP não faz nenhuma menção direta ou indireta à presidente.

Além da caricatura da chefe de estado e outros políticos vinculados ao governo petista, as charges de ZH também fizeram grande uso de texto (diálogos e legendas) para veicular suas críticas e posições. Esse recurso foi constantemente utilizado por *Marco Aurélio*, responsável por 20 das 32 charges políticas do jornal. Como já demonstrado em pesquisas anteriores, as charges de Marco Aurélio<sup>1</sup> em ZH foram notórias em expressar uma opinião que nem sempre pode ser explicitada nos formatos informativos e mesmo nos editoriais, sob pena de comprometer um discurso de imparcialidade que ainda tentava se manter na época e confrontar a parcela do público que não comungava com o ideário político ou ideológico do Grupo RBS e de seu principal veículo impresso.

Figura 2: Charge ZH - 10.07.2014



Fonte: Edição do dia 10.07.2014 de Zero Hora

Assim, o chargista buscou no texto uma forma de afirmar questões pertinentes ao seu mote crítico. Na charge do dia 10 de julho (Fig. 2), por exemplo, a frase “A Copa dos Copos: depois de tantas viradas nos resultados, prorrogações, decisões por pênaltis, de gols nos últimos minutos, não houve brasileiro ou estrangeiro que não tomasse suas doses de uísque, de vodka ou suas cervejinhas durante os jogos...”, serviu de apoio/acompanhamento à caricatura de um índio e de outros dois homens, provavelmente jogadores, em um campo de futebol. Na charge, portanto, é evidente a presença da duplicidade de temas, onde a representação gráfica serve de crítica à construção da Arena Amazônia e o texto uma referência evidente à liberação do consumo de bebidas alcoólicas nos estádios, condição que fez parte do pacote de exigências da FIFA, contrariando legislação do país.

Em contraponto está o Correio do Povo, que se destaca por evidenciar fatos ou comentários sobre os acontecimentos esportivos, além de apostar em um forte apelo regional e o uso constante de estereótipos. Em números, isso significa que 25 das 32 charges do jornal dedicaram-se exclusivamente ao universo esportivo. Nesse sentido, o chargista Tacho é pontual. Seu trabalho, em termos gerais, limita-se a um tema específico e busca reproduzir essencialmente um episódio do cenário noticioso esportivo através da representação gráfica. A presença do humor ilustrado na categoria *Esporte*, em sua

maioria, tematizou a seleção brasileira e a *performance* de seus jogadores e do técnico Luiz Felipe Scolari (Felipão). Ao todo, nada menos de 10 charges (quase a metade das 25 já citadas) ironizaram diretamente o desempenho da equipe durante os jogos na Copa.

Destaca-se, ainda, o uso da caricatura do gaúcho, que aparece oito vezes nas charges do CP. Nessa representação, o chargista traz o sul-rio-grandense na sua forma mais rústica e tradicionalista, explorando o estereótipo cultural do Estado, onde os personagens aparecem caracterizados com indumentárias “gaudérias”, como chapéu, lenço, botas, guaiaca e bombacha, além do tradicional chimarrão. De certa forma, isso mostra a preocupação do chargista em aproximar o seu trabalho do público leitor. No entanto, esse recurso é também utilizado para postular a crítica que aparece de forma suave nos diálogos apresentados. Nas charges, Tacho explora, ironiza e critica o egocentrismo do gaúcho e o bairrismo característico do Estado, o qual insiste em argumentar sua superioridade frente ao restante do país. Isso pode ser visto implicitamente na charge do dia 16 de junho, quando em um diálogo sobre a falha no áudio do estádio Beira-Rio (em Porto Alegre) durante a execução do hino nacional, um dos personagens indaga: “Capaz... Nem o ‘Deus’ é gaúcho?”

Figura 3: Charge CP - 11.07.2014



Fonte: Edição do dia 11.07.2014 do Correio do Povo

Da mesma forma, o chargista do Correio do Povo aborda a histórica rivalidade com a Argentina, em grande parte criada justamente pela imprensa esportiva brasileira. Acerca da “invasão” de torcedores do país vizinho a Porto Alegre, em virtude do jogo contra a seleção da Nigéria e posteriormente a classificação da seleção albiceleste para a final da competição, o chargista aproveita para criticar e ironizar essa rixa. Dentre as peças, uma publicada no dia 11 de julho (Fig. 3) coloca um argentino questionando um gaúcho sobre a sua torcida na final da Copa entre Argentina e Alemanha. A resposta do gaúcho é dita na língua alemã: “– *Jawohl!*”, que significa “*com certeza*”. Contudo, o tom da charge faz o leitor duvidar sobre a veracidade da afirmação.

Em menor número, mas não menos importantes, estão as charges de ZH identificadas e distribuídas na categoria *Esporte* e as charges de CP enquadradas na categoria *Política*. Em Zero Hora, a produção chargística ligada ao universo esportivo representa 47% do total, isto é, 28 das 60 peças publicadas no jornal. Assim como fez seu concorrente, a crítica também é depositada na fraca atuação da seleção brasileira, com forte menção ao técnico Felipão, que aparece representado de forma caricata em cinco charges distintas. ZH também explora o estereótipo cultural do gaúcho e se vale da crença religiosa do técnico brasileiro em Nossa Senhora de Caravaggio para embasar sua opinião e ironizar a capacidade de Felipão no comando do time.

Figura 4: Charge CP - 12.06.2014



Fonte: Edição do dia 12.06.2014 do Correio do Povo

No que se refere à categoria *Política* do Correio do Povo, ela é composta por sete charges. Apesar de não ser uma constante nas peças de Tacho durante o período analisado, seu trabalho não deixa de cumprir o papel do formato: entreter, fazer rir e incentivar a reflexão. Contudo, é impossível negar que, quando comparada ao jornal Zero Hora, a crítica política do ‘Correio’ se mostra bem mais branda e sutil.

Há que se notar que a charge do Correio do Povo publicada no dia de abertura da Copa do Mundo (Fig. 4), assim como a peça de ZH já mostrada (Fig. 1), também pode ser considerada *Política*. Mas ao contrário de Zero Hora, que optou por direcionar sua crítica à presidente Dilma, o jornal do Grupo Record ironizou a agenda negativa que manifestantes prometiam para o período de realização do evento. A charge acima é sintomática: o manifestante deixa seu cartaz de lado e acomoda-se em frente à televisão, pronto para assistir ao espetáculo, com direito a pipocas. Como mostra Tacho, as promessas (ou ameaças) quanto a não realização da Copa no Brasil não tiveram força suficiente para barrar o envolvimento emocional da população com a competição.

Se considerarmos a observação de Gawryszewski (2008, p. 14) sobre a capacidade da charge em “esclarecer seu próprio posicionamento frente aos fatos cotidianos e políticos da vida local”, conforme os interesses do editor do jornal, fica clara a opção de Tacho e do CP pela crítica à própria sociedade civil (que pode incluir, em tese, inclusive uma parcela dos leitores do jornal) que “prometeu” impedir o evento esportivo. A crítica atinge, sobretudo, os setores mais radicais (tanto à esquerda quanto à direita) daqueles genericamente intitulados “os manifestantes” das jornadas de junho de 2013. Não deixa de ser irônico o fato de que a própria imprensa, em seu agendamento, tenha dado enorme destaque para as possíveis manifestações anticopa, que afinal não ocorreram.

Como a charge é um formato de opinião que obedece à linha editorial da empresa e como a mídia não costuma ser vítima da sua própria crítica, o Correio do Povo preferiu ironizar os manifestantes que, afinal, não se apresentaram no cenário público para cumprir as suas promessas ameaçadoras. Tacho nos oferece um cidadão passivo (ainda que com traços bem caricatos), sentado numa poltrona revestida com uma estampa florida, pedindo à mãe que providencie a pipoca. Assim, os manifestantes ganham uma conotação infantilizada nos traços do cartunista.

### **Categoria Esporte (sobre estereótipos, identidades e religião)**

O conjunto de charges vinculadas à categoria *Esporte* caracteriza-se fundamentalmente pela abordagem direta dos fatos e jogos da Copa do Mundo no Brasil. Em suma, os jornais Correio do Povo e Zero Hora destacaram tanto o resultado de uma partida, o desempenho de uma seleção ou de um jogador, um episódio polêmico dentro

ou fora de campo quanto a movimentação dos torcedores. Como recurso, os chargistas usaram e abusaram dos estereótipos e caricaturas.

Desde a clássica obra de Lippmann (1922), o estereótipo aparece como um elemento-chave para a formação e manutenção da opinião pública. Para o autor, esse recurso consiste em um meio de comportamento e conhecimento sobre a realidade social, construído e cristalizado pela imprensa. Portanto, está presente na memória das pessoas e acaba facilitando a compreensão da ideia pretendida pelo chargista. Nesse contexto, o estereótipo do gaúcho inevitavelmente esteve representado com destaque tanto nas charges do Correio do Povo como nas de Zero Hora. E, uma vez que a imprensa do Rio Grande do Sul caracteriza-se fortemente por trabalhar a cultura local e suas tradições, é natural que durante a cobertura da Copa do Mundo essa prerrogativa se confirmasse.

Em uma provável busca por aproximar o leitor de sua produção, as charges a seguir (Fig. 5 e Fig. 6), trazem o desenho estereotipado de dois gaúchos devidamente caracterizados em suas típicas indumentárias tradicionalistas. Na figura 5, o tema é a falha no áudio do estádio Beira-Rio no primeiro jogo da Copa em Porto Alegre que impediu a execução dos hinos nacionais das seleções da França e Honduras. Na segunda, o destaque é para a “invasão” e a comemoração dos argentinos após a vitória contra a Nigéria, em jogo disputado na capital gaúcha. Nas duas peças, a crítica é posta através do diálogo e refere-se à fama bairrista do Estado.

Figura 5: Charge CP - 16.06.2014



Fonte: Edição do dia 16.06.2014 do Correio do Povo

Figura 6: Charge ZH - 26.06.2014



Fonte: Edição do dia 12.06.2014 de Zero Hora

Na charge do CP (Fig. 5), a indagação “Capaz... nem o Deus é gaúcho?” ironiza o argumento de que o Rio Grande do Sul é um Estado privilegiado e superior. A expressão ganha sentido em virtude da música “Querência Amada” que enaltece a cultura do RS, pois, conforme cantou o tradicionalista Teixeira, *Deus é gaúcho, de espora e mango*. Já o uso do “nem” na frase faz referência à decisão do Vaticano por eleger um argentino

para liderar a religião Católica quando o Papa Bento XVI renunciou ao cargo. É bom lembrar que em 2013, um gaúcho esteve entre os principais nomes cotados para assumir o pontificado, mas Jorge Mario Bergoglio, o Papa Francisco, acabaria escolhido. Dessa forma, a charge do CP utiliza informações já conhecidas pelo leitor e costura-as de forma a postular sua crítica voltada principalmente ao gaúcho.

O Papa Francisco, inclusive, pode ser visto representado na charge de ZH (Fig. 6), na qual sua caricatura aparece junto com a de torcedores argentinos. O chargista Iotti é direto em sua crítica. Ao retratar a postura argentina em Porto Alegre, faz uma comparação entre o egocentrismo gaúcho e o dos ‘hermanos’ argentinos. Ao criticar a personalidade dos torcedores do país vizinho, afirmando ver neles “um ego maior do que o nosso”, aproveita para ironizar a fama que também atinge os sul-rio-grandenses.

As duas charges analisadas representam uma parcela das peças de ambos os jornais que usaram o gaúcho como elemento de sua crítica. A diferença é que no Correio do Povo, esse estereótipo permeia diferentes situações e é mais constante que em Zero Hora. Todavia, é necessário destacar que a representação do gaúcho é vista nos dois jornais apenas na categoria *Esporte*.

A principal diferença entre os dois veículos, no entanto, surge em relação ao uso de elementos e personagens do âmbito religioso. Com exceção da expressão “*Deus*” vista na charge de Tacho do dia 16 de junho (Fig.5), em nenhum outro momento questões vinculadas à crença religiosa, principalmente à Igreja Católica, são referidas na produção chargística do Correio do Povo. Conforme Acum (2009), essa postura acentuou-se a partir de 2007 quando o jornal foi incorporado ao Grupo Record e conseqüentemente passou a manter um vínculo direto com a Igreja Universal do Reino de Deus, ligada à corrente evangélica. Assim, a presença do Papa Francisco (talvez o mais famoso torcedor da seleção argentina) e de Nossa Senhora de Caravaggio nas peças de ZH e sua ausência nas charges do CP constituem a mais gritante diferença entre os dois veículos gaúchos na abordagem eminentemente esportiva do evento da FIFA no Brasil.

### **Categoria Política (ou o laboratório das lutas ideológicas)**

A disparidade entre o conjunto de charges do Correio do Povo e Zero Hora enquadrada com teor político é a principal evidência analisada nesta categoria. Num primeiro momento esse desequilíbrio exacerbado é explicado porque o Correio conta somente com a publicação de uma charge por dia, enquanto ZH veiculava duas. Dessa forma, o montante de charges de ZH enquadradas na categoria *Política* é exatamente a totalidade de charges publicadas por CP no período de realização do evento, ou seja, 32 peças. Enquanto isso, o jornal do Grupo Record aparece com apenas sete.

Contudo, é preciso evidenciar que cabe a cada veículo correlacionar ou não um tema primário, neste caso a Copa do Mundo com a crítica política. Segundo Cinara

Augusto (s/ data, p. 01), o engajamento ideológico é uma das principais características da charge, sendo capaz de traduzir e/ou reforçar o pensamento do jornal que a publica. Nesse sentido, a opção de ZH por veicular diariamente ao menos uma charge a assuntos políticos de seu interesse, resultando em uma amostra de 53% do total veiculado no período de 12 de junho a 13 de julho, expõe uma preocupação do jornal em utilizar a competição para chamar a atenção aos impasses políticos e reforçar suas posições ideológicas.

Para a mesma autora, o caráter “brincalhão” do formato – que têm o humor como característica principal – permite ao gênero cumprir requisitos básicos da propaganda: chamar a atenção e despertar o “interesse, estimulando emocionalmente o público para a aceitação da mensagem”. Isto é, as charges podem evocar o imaginário do leitor, auxiliar na interpretação dos fatos e recontar, a seu modo, a história de um acontecimento.

A Copa do Mundo de 2014 certamente propiciou esse tipo de abordagem, uma vez que o evento esportivo ocorreu em meio a um clima político fortemente marcado pela herança do fenômeno das manifestações sociais de junho de 2013 e antecedeu a disputa eleitoral pela presidência do país, em meio a um pano de fundo no qual o anti-petismo já prenunciava o posterior processo de *impeachment* da presidente Dilma. Em vista disso, a competição teve até o seu início a ameaça de uma agenda – negativa ou, no mínimo, conflituosa – de manifestantes e grupos dispostos a atrair a atenção para as incongruências do país.

No dia 12 de junho, abertura do evento, a ação de grupos de manifestantes espalhados pelo país foi notícia nos principais jornais e sites do Brasil. Em São Paulo, onde ocorreu o jogo do Brasil contra a Croácia, foram contabilizados pela Polícia Militar cerca de 730 manifestantes. Já em Porto Alegre, os protestos movimentaram aproximadamente 500 pessoas. Os números mostram uma participação muito menor do que o esperado, evidenciando certo fracasso na tentativa de ofuscar a realização do evento. Em vista disso, as charges do CP e de ZH não deixaram de ironizar o fato.

Figura 7: Charge CP - 22.06.2014



Fonte: Edição do dia 22.06.2014 do Correio do Povo

Figura 8: Charge ZH - 16.06.2014



Fonte: Edição do dia 16.06.2014 de Zero Hora

Nas charges acima (Fig. 7 e Fig. 8), os jornais se valeram da representação de figuras isoladas para identificar a insignificância que se tornou as promessas de novas manifestações durante a Copa do Mundo no Brasil e que vinham sendo sustentadas desde os movimentos de junho de 2013. Em ambas as peças, percebe-se o uso da expressão “*Não vai ter Copa*” – símbolo do movimento – para ironizar o fato de a competição não ter sucumbido a qualquer tipo de manifestação e sequer ter sentido o reflexo das ameaças que dominaram o período anterior a sua realização.

Na charge do CP o manifestante aparece ilhado, enquanto que em ZH ele é literalmente atropelado pelo ufanismo da torcida brasileira. Em uma primeira análise, não há evidências que diferencie a crítica dos dois jornais, uma vez que ambos ironizam o insucesso das manifestações. Contudo, fica uma dúvida: porque a representação do manifestante aparece tão distinta nos traços de Tacho e de Iotti?

No Correio do Povo, a condição do homem sozinho e abandonado em uma ilha faz alusão à ideia de que as manifestações literalmente ‘naufragaram’ durante o evento. Por isso, as roupas rasgadas, o chinelo, a barba e o cabelo comprido. Dessa forma, o Correio do Povo trabalha com a ideia de um naufrago solitário: nada sabemos sobre quem foi este homem – rico, pobre, trabalhador ou não – e seu contexto social. Ao tornar essa representação um “ninguém”, o CP evita identificar de alguma forma os manifestantes. ZH não tem o mesmo cuidado.

O personagem da charge de Iotti (Fig. 8) aparece com o rosto coberto por um pano, o que nos remete imediatamente à ideia de violência. Isso porque tal recurso foi constantemente utilizado por grupos de manifestantes mais exaltados ou atuantes para

evitar sua identificação durante os diversos protestos que aconteceram no país desde 2013. Dessa forma, subjetivamente, pode-se dizer que ZH, ao cobrir o rosto do manifestante, associa-a o com a visão de um “mau elemento”. Como bem disse Goodwin (2011, p. 535), embora sejam ferramentas essenciais para o humor, funcionam como “parâmetros simplificados que transformam detalhes (calcados na observação da realidade ou tornados reais por insistências repetitivas) no todo”.

Figura 9: Charge ZH - 25.06.2014



Fonte: Edição do dia 25.06.2014 de Zero Hora

Como evidenciado pioneiramente nos estudos de Berger (1990) e Fonseca (2008), a postura ideológica de Zero Hora desvela singularidades no tratamento que o jornal dedica a movimentos da sociedade organizada, políticos e a partidos de esquerda, em especial ao Partido dos Trabalhadores (PT). Na charge do dia 25 de julho, ZH retrata o diálogo do ex-presidente da República, Luiz Inácio ‘Lula’ da Silva com a sua sucessora e então chefe de estado, Dilma Rousseff, ambos do PT.

Responsável por trazer a Copa para o Brasil, o ex-presidente Lula não foi visto em nenhum dos estádios construídos ou reformados para o Mundial. Tendo em vista essa realidade, Marco Aurélio busca através da sua produção (Fig. 9) evidenciar a ausência do cofundador do PT nos jogos, sugerindo que existe uma preocupação política por trás dessa decisão. Afinal, a expressão “*é que eu odeio buutebol*”, além de ridicularizar os erros de dicção do político, é utilizada principalmente para ironizar uma possível justificativa de Lula ao questionamento de Dilma. Afinal, não é segredo a paixão que o ex-presidente tem pelo Corinthians, seu time de futebol e, por isso, uma resposta nesse sentido não teria fundamentação verídica. Ainda, pode-se levantar a hipótese de Lula estar se escondendo do público, tendo em vista as vaias que a presidente Dilma recebeu durante o discurso de abertura do evento.

O diálogo entre as caracterizações de Dilma e Lula também mostra a presidenta inconformada com a ausência do ex-presidente nas partidas do campeonato. Em sua fala, percebe-se um tom de insatisfação com os reflexos negativos que a realização do evento – conquistado durante a gestão de Lula – causaram na sua imagem. Ao utilizar a expressão “*inventaste esta Copa*”, o chargista evidencia certo desespero da presidente com as consequências que o evento já havia lhe causado e que ainda poderiam piorar. Como evidenciou Campos (2014), em nenhum momento na história do Brasil e das Copas do Mundo a política se articulou tanto com o esporte quanto neste Mundial. Inclusive, segundo o historiador, a realização do torneio no País já revelava forte reflexo no índice de popularidade de Dilma, interferindo, portanto, diretamente no processo eleitoral que se seguiu ao evento.

A presença de Dilma, inclusive, é o principal ponto a ser evidenciado nesta análise, uma vez que ZH utiliza-se diretamente dela em nada menos do que cinco charges distintas, enquanto o CP não faz nenhuma menção – mesmo que indireta - à então presidente. No Correio do Povo, com exceção de uma peça publicada no dia 27 de junho, onde José Sarney é mencionado, em nenhum outro momento qualquer político é visto em sua produção durante o período analisado. Já em ZH, além da sua figura caricaturada, Dilma é ridicularizada em todas as peças em que aparece.

Causa estranhamento que um jornal praticamente restrito ao Rio Grande do Sul e que tem no regionalismo sua principal marca, tenha dedicado tanto espaço em suas charges para a ex-presidente Dilma Rousseff, em detrimento das notícias e políticos que circundam o próprio Estado. Isso prova que o persistente foco em Dilma – que aliás não resistiria à pressão política subsequente ao período analisado - é o lado mais visível não apenas da tradição da charge como arma ideológica, mas também de seu efetivo estatuto como um instrumento eficaz de ataque a um personagem, ideário político ou ao próprio poder.

## Considerações Finais

Além do estudo do formato charge, este artigo debruçou-se sobre um dos momentos mais relevantes da cobertura jornalística esportiva mundial: a Copa do Mundo FIFA. O evento que foi sediado no Brasil dominou a cobertura midiática durante a sua realização em uma clara atuação de agendamento. Nesse cenário, a charge como um formato eminentemente opinativo torna-se, inevitavelmente, um “instrumento eficaz de persuasão”, alcançando um público maior do que aquele dedicado à leitura dos demais gêneros de opinião convencionais, conforme a já citada observação de Barros e Vale (2002).

Através da imagem e, por vezes, com o auxílio do texto escrito, o formato destaca-se pela capacidade de representação crítica de um fato atual contextualizado em tempo e espaço. E, por meio do humor e da sátira, acaba por expressar a opinião do chargista e/ou do veículo para o qual ele trabalha. No Rio Grande do Sul, os fatos ligados à Copa do Mundo no Brasil dominaram a produção chargística dos dois principais jornais gaúchos, Correio do Povo e Zero Hora.

Dentre o universo das 96 charges veiculadas pelos dois jornais durante a competição, 92 delas trataram do evento esportivo em agendamento. O alto número de charges exigiu que fossem criadas categorias de análise: uma relativa aos acontecimentos mais estritamente ligados à Copa (*Esporte*) e outro com caráter mais crítico em que despontam os fatos ligados ao governo (*Política*). A dificuldade de encontrar núcleos que conseguissem abranger a produção dos dois veículos foi, talvez, a etapa que mais exigiu paciência e esforço, pois um dos chargistas – Marco Aurélio de Zero Hora – utiliza-se predominantemente de temáticas “casadas”, misturando esporte e política em suas charges, o que dificultou o início da criação das categorias.

As primeiras impressões acerca das diferenças entre os dois jornais deu-se logo com a distribuição das charges de *Tacho* do Correio do Povo e *Marco Aurélio e Iotti* de Zero Hora, em suas devidas categorias. Enquanto a maioria das peças de ZH (53%) enquadraram-se na categoria *Política*, o contrário ocorreu com o CP, que tem 79% das suas charges vinculadas à categoria *Esporte*. Percebe-se, então, uma preocupação de ZH em utilizar o evento para tematizar outros pontos de seu interesse.

A análise por categorias permitiu desvelar as diferenças e convergências da opinião do Correio do Povo e de Zero Hora acerca da Copa e de seus acontecimentos. Na categoria *Esporte* foi visto que ambos os jornais se valeram do mesmo recurso para apresentar suas críticas: o estereótipo. O uso desse recurso fez as principais charges dos dois jornais, bem como a ácida e constante crítica à seleção brasileira e seu comandante, o técnico Felipão. No que diz respeito ao caráter crítico do formato charge, o desempenho do Brasil na Copa do Mundo de 2014 foi duramente ironizado. Em ZH,

sistematicamente, uma das duas charges publicadas em dias de jogo da seleção “canarinho” direcionava sua crítica ao pífio desempenho da mesma.

Na categoria *Política*, as diferenças foram bem mais constantes. Mais do que a diferença entre o número de charges dos dois jornais enquadrados na categoria *Política*, percebe-se um forte distanciamento da crítica vista no Correio do Povo para aquela engendrada em Zero Hora. O primeiro evita de todas as formas uma indisposição com quem está no poder, seja o Estado ou a iniciativa privada. Já nas charges de ZH, percebe-se uma preocupação em utilizar do evento para tematizar assuntos convenientes as suas posições, com destaque para conotações políticas ou ideológicas.

A pesquisa comparativa aqui desenvolvida confirma estudos anteriores acerca de Zero Hora e sua postura ideológica notadamente conservadora e crítica no tratamento que o veículo vem dedicando nos últimos cinco anos aos movimentos da sociedade organizada, políticos e partidos de esquerda, em especial ao Partido dos Trabalhadores (PT) e suas principais figuras públicas, Lula e Dilma Rousseff. Esse viés tem sido trabalhado no âmbito das pesquisas do Núcleo de Estudos em Jornalismo (NEJOR/ESPM-Sul) que postulou a “charge ideológica” de Marco Aurélio em Zero Hora, analisou a produção chargística do mesmo veículo acerca do “mensalão” do PT e observou a própria transformação do jornal em alvo declarado das manifestações de 2013 no Rio Grande do Sul, por parte de movimentos sociais, estudantes e manifestantes descontentes (Kurtz, 2012, 2013, 2014). Soma-se a estas reflexões, pesquisa conjunta de Raupp e Kurtz (2014) sobre a representação das “jornadas de junho” de 2013 assinadas pelos já citados profissionais da opinião ilustrada de Zero Hora.

Ao comparar a produção de Zero Hora e do Correio do Povo acerca da Copa do Mundo FIFA de futebol, a mesma tendência é reafirmada. Mesmo quando desenvolveu charges de teor político, a abordagem do Correio do Povo mostra-se muito mais preocupada em ilustrar a notícia que inspira a charge do que propriamente fazer dela um ponto de partida para atingir uma instituição ou personalidade do poder. Assim, quando o CP direciona sua crítica para o universo político o faz de um modo bastante sutil em comparação com o caráter abertamente ideologizado de ZH.

Com esse estudo, fica nítido, ademais, que a Copa do Mundo sediada em 2014 no Brasil se diferencia de todas as demais já realizadas. O clima político no qual o país vivia durante o evento, estando à sombra de fortes movimentos sociais realizados em junho de 2013, antecedendo uma disputa eleitoral pela presidência do país e em meio a um claro confronto político entre forças de esquerda e conservadoras, colocam a edição de 2014 da Copa do Mundo na história do evento e também do nosso país, constituindo-se em mais um dos momentos-chave que culminariam, finalmente, com *o impeachment* de Dilma Rousseff e a ascensão de seu vice, Michel Temer. Mas este, certamente, é um tema para uma próxima pesquisa.

## Referências

- Acauan, A. P. B. (2015). *Comunicação: Correio do Povo na gestão Ribeiro - ideologia e poder*. Recuperado de [http://tede.pucrs.br/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=2417](http://tede.pucrs.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=2417)
- Augusto, C. (s/ data). *Jornalismo - propaganda sob o alvo da censura. 20 anos de charge de J.C.Lôbo em jornal de Santos*. Recuperado de <http://www.clapublic.com.br/artigos/artigo11.pdf>.
- Barthes, R. (2009). *Mitologias* (4 edição). Rio de Janeiro: Difel.
- Berger, C. (2003). *Campos em confronto: a terra e o texto*. 2ª edição. Porto Alegre: Editora da UFRGS.
- Cruz, G. (2010). *Blog do Gutemberg: a charge*. Recuperado de <http://blogdogutemberg.blogspot.com.br/2010/09/charge.html>.
- Campos, F. (2014). Nunca uma Copa do Mundo foi tão politizada, afirma historiador. *Jornal Estadão*. Recuperado de <http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,nunca-uma-copa-do-mundo-foi-tao-politizada-afirma-historiador-imp-,1527961>.
- Correio do Povo (2014). *Charges publicadas durante a Copa do Mundo no Brasil*. Edições consultadas: 12 de junho a 13 de julho de 2014. Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Datalhofa, Instituto. (2016). *Rejeição dobra e metade dos brasileiros é contra Olimpíada, 2016*. Recuperado de <http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2016/07/1793176-rejeicao-dobra-e-metade-dos-brasileiros-e-contra-olimpiada.shtml>.
- Fonseca, V. P. da S. (2008). *Indústria de notícias: capitalismo e novas tecnologias no jornalismo contemporâneo*. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS.
- Gastaldo, E. (2010). *O futebol como um drama da vida social no Brasil, 2010*. Recuperado de [http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=3315&secao=334](http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=3315&secao=334).
- Gawryszewski, A. (2008). Conceito de caricatura. In: *Domínios da Imagem*. Londrina, Ano I, nº 2.
- Gombrich, E. H. (2012). *Os usos das imagens: Estudos sobre a função social da arte e da Comunicação Visual*. Porto Alegre: Bookman.

- Goodwin, R. (2011). A monovisão dos estereótipos no desenho de humor contemporâneo. In: Lustosa, I. (org). *Imprensa, humor e caricatura: a questão dos estereótipos culturais*. Belo Horizonte: Ed. UFMG.
- Helal, R. (2012). Futebol, Comunicação e Nação: A trajetória do campo acadêmico. In: Marques, J. C. & Morais, O. J. *Esportes na Idade Média: diversão, informação e educação*. São Paulo: Intercom.
- Kurtz, A. S. (2012). A “charge ideológica” de Marco Aurélio em Zero Hora. In: *XXI Encontro da COMPOS*. Anais do XXI Encontro da Compós. Juiz de Fora.
- Kurtz, A. S. (2013). O julgamento do mensalão nas charges de Zero Hora (ou a opinião ilustrada como componente do Agenda-Setting). In: *XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Manaus, 2013. Anais XXXVIII Intercom, 2013.
- Kurtz, A. S. (2014). Quando a mídia virou parte do acontecimento. As manifestações em Porto Alegre e a trajetória da RBS/ZH: de narradora desinteressada à alvo dos protestos e vandalismo. In: *XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, 2014, Foz do Iguaçu. Anais XXXVII Intercom.
- Lippmann, W. (2010). *Opinião Pública*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes.
- Marivoet, S. (2012). Acção dos Média na Regulação Ética do Campo Desportivo. Um estudo de caso em Portugal durante o Estado Democrático do século XX. In: Marques, J. C.; Morais, O. *Esportes na Idade Média: diversão, informação e educação*. São Paulo: Intercom.
- Marques de Melo, J. (2013). *Jornalismo Opinativo*. Campos do Jordão: Editora Mantiqueira.
- Pinto, O. L. V. (2013). Os protestos no Brasil, ou sobre como a passagem de ônibus revelou contradições. *The International Journal of Badiou Studies*. v.2. n.1. 2013. Recuperado de [http://www.academia.edu/5149440/Os\\_protestos\\_no\\_Brasil\\_ou\\_Sobre\\_como\\_a\\_passagem\\_de\\_%C3%B4nibus\\_revelou\\_contradi%C3%A7%C3%B5es](http://www.academia.edu/5149440/Os_protestos_no_Brasil_ou_Sobre_como_a_passagem_de_%C3%B4nibus_revelou_contradi%C3%A7%C3%B5es).
- Raupp, E., & Kurtz A. S. (2014). As charges de Zero Hora sobre as manifestações no Brasil: uma análise sobre a “opinião ilustrada” do jornalismo gaúcho. In: *3 Seminário de Iniciação Científica, SEMIC*, São Paulo. Anais do 3 SEMIC, São Paulo.

Zero Hora, Jornal. (2014). *Charges publicadas durante a Copa do Mundo no Brasil*.  
Edições consultadas: 12 de junho a 13 de julho de 2014. Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

## Notas

<sup>1</sup> O chargista Marco Aurélio, depois de mais de quatro décadas de serviços prestados à RBS, acabaria desligado do Jornal Zero Hora.