



O Leitor do Super Notícia e as Charges Políticas:

Pensamento Crítico pelas Vias do Humor¹

Letícia Milene de CASTRO²

Faculdade Pitágoras, Belo Horizonte, MG

RESUMO

O presente artigo propõe a investigação do diálogo entre a charge de cunho político e o leitor do jornal popular massivo *Super Notícia*. A partir da perspectiva relacional da comunicação, busca-se avaliar no âmbito da recepção, qual é a compreensão compartilhada pelos leitores pertencentes às classes C e D a respeito das charges e como estas podem contribuir para a formação de cidadãos mais críticos diante do atual cenário político brasileiro.

PALAVRAS-CHAVE: Charge, Jornal Impresso, Super Notícia, Política e Opinião.

Introdução

A charge tem a função de interagir e satirizar notícias factuais, usando o humor como estratégia discursiva para a abordagem dos principais temas de destaque na mídia. Por meio do trabalho dos chargistas, pode-se perceber uma visão particular sobre o país, pois, a ilustração é carregada pelo olhar crítico do profissional e do veículo de comunicação no qual está inserido. Dessa forma, tem-se a constituição de uma arena de debate a respeito das principais questões que tangem a sociedade de um dado espaço e tempo.

De acordo com Discini (2005, p. 100) chama-se charge um texto predominantemente figurativo, que parodisticamente retoma notícias veiculadas pela própria mídia e ao fazê-lo, não apenas brinca com as figuras caricaturadas e com a própria notícia, mas também imprime à voz do enunciador do veículo de comunicação em que se insere um tom relativizador, já que lúdico.

Este trabalho propõe a investigação da charge política presente no jornal popular massivo *Super Notícia*, que tem como meta se destacar no mercado editorial utilizando uma linguagem clara e objetiva, de fácil compreensão, e assim conquistar novos leitores. O tablóide surgiu no início de 2002 e é editado em Belo Horizonte pela *Sempre*

¹ Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 13 a 15 de maio de 2010. O artigo em questão é fruto do trabalho de conclusão de curso desenvolvido sob a orientação da professora Ms. Nicoli Glória De Tassis Guedes (Faculdade Pitágoras / MG).

² Graduanda do 8º período do Curso de Jornalismo da Faculdade Pitágoras de Belo Horizonte - MG, email: lepink32@yahoo.com.br.



*Editora*³. Tem a pretensão de se tornar um meio de comunicação acessível aos leitores das classes C e D.

O *Super Notícia* se tornou um dos jornais impressos mais populares do país, sendo o mais vendido no Brasil, conforme dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC). O ponto principal é o valor. Cada exemplar é vendido a R\$ 0,25. A linha editorial gira em torno de esportes, serviços à comunidade, noticiários de polícia e cidades, além do destaque sobre o mundo das celebridades. Vitório Medioli é empresário e proprietário do jornal, além de ser ex-deputado federal pelo PSDB e pelo Partido Verde.

Praticamente todos os jornais impressos contemporâneos possuem profissionais chargistas. Alguns dos profissionais mais conhecidos em Belo Horizonte são: Nilson, atuante no jornal *Chave-geral* da Sindieletrô⁴ (Sindicato Intermunicipal dos Trabalhadores na Indústria Energética / MG); Son Salvador, Quinho, Marcelo Lelis, Melado e ED do *Estado de Minas*; no jornal *Aqui* - concorrente direto do *Super Notícia*, editado pelo Grupo dos Diários Associados - tem-se o Son Salvador, mais uma vez; no *Hoje em Dia*, encontra-se o desenhista Lute; e, finalmente, Duke, que atualmente trabalha no jornal *O Tempo* e no próprio *Super Notícias*.

Neste trabalho, busca-se identificar o nível de compreensão compartilhado pelos leitores do *Super Notícia* diante das charges políticas publicadas no periódico e até que ponto estas podem contribuir para a construção social de uma visão mais crítica diante do cenário político vivenciado atualmente no Brasil.

Parte-se do pressuposto de que o *Super Notícia*, como um veículo de comunicação popular massivo, tem como objetivo se constituir no jornal daqueles que anteriormente não tinham a cultura de leitura. Sendo assim, é um objeto exemplar para a análise do papel da charge política na formação de uma nova geração de leitores. A importância desse trabalho reside justamente no esforço de identificar a contribuição que as charges publicadas nesse periódico têm para o debate coletivo em torno de questões políticas, que apesar de serem vistas na maioria das vezes com ressalvas por grande parte da sociedade, fazem parte do cotidiano de todos os cidadãos.

³ Criada em 1996, pelo empresário Vittorio Medioli, o parque gráfico da Sempre Editora está localizado na cidade de Contagem. Atualmente a editora publica os jornais O TEMPO, Super Notícia, Pampulha, O Tempo Betim e o Tempo Contagem. Está entre as principais gráficas de jornal do país.

⁴ Anteriormente editado na versão boletim, hoje, o *Chave-geral* é um jornal de quatro páginas, com periodicidade semanal. Foi criado em 1987 com intuito de discutir assuntos ligados aos profissionais eletricitários de Minas Gerais e tem como principal fonte a Companhia Energética de Minas Gerais (CEMIG).



Para situar tal discussão, faz-se necessário o levantamento da trajetória da charge política no jornalismo brasileiro; o mapeamento do espaço dedicado pelo *Super Notícia* para a publicação de charges de teor político; e uma pesquisa de recepção para analisar a percepção dos leitores sobre as charges de cunho político publicadas no jornal estudado.

A charge política no jornal impresso

A Ditadura Militar, implantada no Brasil no período de 1964 a 1985, foi marcada pelo cerceamento da liberdade de expressão, especialmente no campo das artes e da comunicação. Segundo Hollanda e Gonçalves (2005), as marcas do sistema repressor foram bastante evidentes no jornalismo impresso, uma vez que foi um dos meios que mais sofreu com a censura prévia de tudo o que se propunha para publicação.

Nesse sentido, Guedes (2007, p. 54) destaca que três documentos foram especialmente marcantes para a validação do sistema repressor no Brasil: “a Lei 5.250 (09/02/1967), mais conhecida como Lei de Imprensa; a Lei de Segurança Nacional (13/03/1967); e o Decreto-Lei 1077 (26/01/1970), que instituía a censura prévia, regulamentada posteriormente pela Portaria 11-B (06/02/1970)”. Tais documentos se constituem nas bases para a intervenção governamental de poderes irrestritos sobre os produtos culturais e jornalísticos, o que levou vários jornalistas e humoristas a deixarem os periódicos tradicionais e apostarem em meios alternativos de comunicação.

Foi na chamada imprensa alternativa ou nanica que tais profissionais descobriram uma forma de expor as histórias censuradas no Brasil naquela época, tais como torturas, crimes e prisões de cunho político, entre outros fatos de interesse público. Nesse período, foram lançadas várias revistas que buscavam retratar temas polêmicos sob as vias do humor, tradição que resgata a estética dos trabalhos do século XIX.

De acordo com Pimentel (2004, p. 13), o humor gráfico ou de texto na imprensa brasileira está presente no Brasil desde o lançamento de *A Mutuca Picante* (1834), tradição seguida por *Lanterna Mágica* (1844), *O Diabo Coxo* (1864), *Comedia Social* (1871), *Binóculo* (1881), *Revista Ilustrada* (1876), *Semana Ilustrada* (1860), *O Malho* (1930), *O Tagarela* (1902), *Careta* (1908), *A Rolha* (1918), *o cruzeiro* (1928) e *A Noite Ilustrada* (1930). Circulando entre as décadas de 1910 a 1950, *A Cigarra* popularizou o



uso do desenho e da caricatura na imprensa. A *Careta* conquistou grande força e prestígio durante os anos de 1930.

Medina (1988) propõe a divisão sistemática da evolução da reportagem em dois períodos consecutivos: os decênios de 1935 a 1945 e de 1945 a 1955. O primeiro é caracterizado pelo domínio do Estado Novo⁵, o que devido à forte censura do Departamento de Imprensa e Propaganda – mais conhecido como DIP⁶ – Trouxe “a total decadência do jornalismo de militância política” (Medina, 1988, p. 64). Contudo, mesmo que o governo vigiasse os passos da imprensa ainda assim alguns jornalistas sempre encontravam alternativas para driblar o controle imposto.

Pimentel (2004, p.15) destaca ainda o jornal *A Manhã*, do jornalista gaúcho Aparício Torelly (1895-1971), autodenominado Barão de Itararé. O jornal e os almanaques editados pelo Barão foram precursores de toda uma imprensa de humor e alternativa surgidos a partir dos anos de 1960. O surgimento de grandes cronistas, chargistas e cartunistas acontecem nos anos de 1950 e 1960. Entre eles, Millôr Fernandes, Ziraldo, Jaguar e Fortuna. Em 1952, circulou pela primeira vez *O Binômio*, jornal que tratava de política e economia, mas o seu forte era o humor. Após o golpe militar de 1964, o jornal parou de circular.

Segundo Sússekind (1985), nos primeiros quatro anos do regime, as atenções estavam voltadas para questões de ordem política e controle militar. Por isso, ainda não havia uma visão clara sobre a censura no campo estético e temático dos produtos culturais e jornalísticos. Apenas as produções explicitamente contra ao novo sistema eram combatidas. Contudo, a edição do AI-5, seguida pela censura prévia, em 1970, iria apontar um novo foco do governo ditador: o cerceamento da liberdade de expressão. Nesse contexto, Guedes (2007) aponta que os veículos de comunicação jornalística se

⁵ Regime político centralizado e autoritário brasileiro fundado por Getúlio Vargas em 1937, que durou até 1945.

⁶ Segundo Mattos (2005), o DIP foi criado por decreto presidencial em Dezembro de 1939, com o objetivo de difundir a ideologia do Estado Novo junto às camadas populares. Contudo, sua origem advém de um período anterior. Em 1931, foi criado o Departamento Oficial de Publicidade, e em 1934 o Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC). Já no Estado Novo, no início de 1938, o DPDC transformou – se no Departamento Nacional de Propaganda (DNP), que finalmente deu lugar a DIP. Comandava os setores de divulgação, radiodifusão, teatro, cinema, turismo e imprensa. Cabia – lhe coordenar, orientar e centralizar a propaganda interna e externa; fazer censura ao teatro, cinema, funções esportivas e recreativas; organizar manifestações cívicas, festas patrióticas, exposições, concertos, conferências; dirigir o programa de radiodifusão oficial do governo. Essa estrutura altamente centralizada permitia ao governo exercer o controle da informação, assegurando - lhe o domínio da vida cultural do país. Na imprensa a uniformização da notícia era garantida pela Agência Nacional. Contando com uma equipe numerosa e altamente qualificada, a AN praticamente monopolizava o noticiário.



tornariam um dos seus principais alvos de vigilância. Com a pressão cada vez maior sobre a grande imprensa, intensifica-se o aparecimento de diversas publicações alternativas. Estas, por sua vez, também seriam amplamente perseguidas.

De acordo com Sodré (1977), os jornais e revistas são submetidos nesse período a condicionamentos dos mais diversos: ao poder público, financiamentos, às isenções de impostos, aos favores cambiais, fiscais, censura e interesses políticos. “A imprensa, realmente, torna-se o contrário do que era, e particularmente do que deveria ser, na medida em que se desenvolve, na sociedade capitalista” (Sodré, 1977, p. 515).

Muitos jornalistas que trabalhavam nos veículos de comunicação que eram fechados pelo governo, migravam para outros sucessivamente, numa tentativa de continuar os mesmos objetivos de denúncia social através de novas publicações. Esses veículos, denominados alternativos por atuarem paralelamente à imprensa tradicional, eram sociedades anônimas ou cooperativas, e sobreviviam principalmente pelas vendas avulsas e assinaturas, uma vez que o investimento por parte de anunciantes era praticamente nulo.

Mesmo assim, a circulação chegava de 10 a 20 mil exemplares, com picos de 100 a 200 mil, como o exemplo do *Pasquim*, “Trazia para a rua uma política habitualmente preparada em gabinetes, introduzia o elemento popular naquilo de que ele havia sido propositadamente excluído” (Sodré, 1977, p. 180).

Segundo Pimentel (2004), essa publicação chegou às bancas no dia 26 de junho de 1969 perdurando até 1992, e é considerada uma das mais revolucionárias experiências do jornalismo brasileiro. Foi elaborado por um grupo de jornalistas composto por Jaguar, Sérgio Cabral e Claudius, entre outros. “Tal aceitação por parte do público pode ser explicada pelo papel central que a imprensa alternativa ocupou na denúncia e discussão dos problemas sociais de seu tempo” (Guedes, 2007, p. 54).

No período de 1999 a 2000, foi lançada a revista *Bundas*, distribuída no Brasil e em Portugal. A intenção da publicação era satirizar o estilo da revista *Caras*. A extinta *Bundas* foi criada por Zivaldo mais conhecido como pai do “Menino Maluquinho”. *Bundas* cedia páginas inteiras para publicações de cartuns⁷ e charges debochantes do período político do Governo FHC. A maioria dos colaboradores da revista veio do

⁷ Trata-se de uma narrativa humorística expressa por meio da caricatura, cujo objetivo é provocar o riso do espectador. Chega-se ao riso através da crítica mordaz, satírica, irônica e, principalmente, humorística do comportamento do ser humano, das suas fraquezas, dos seus hábitos e costumes. O cartunista pode recorrer às legendas ou dispensá-las. Segundo Rabaça e Barbosa (2002), a charge e a tira cômica podem ser consideradas subdivisões do Cartum.



Pasquim. Era mais uma revista de humor satírico que tentava sobreviver em uma época em que pouco ou quase espaço nenhum esse tipo de publicação tinha.

De acordo com Pimentel (2004) Minas Gerais sempre revelou grandes humoristas, alguns nomes estão até hoje atuando na imprensa, escrevendo e desenhado, tais como, Ziraldo, Borjalo, Nani, Nilson e Mário Vale, entre outros. A charge tem o poder de mobilizar por meio da linguagem, quer seja verbal (da palavra escrita) e outras não-verbais (desenho, traço, formas, cores etc).

Por isso, à charge é atribuído um caráter desafiador, pois faz com que, muitas vezes, o leitor não encontre o sentido facilmente, tendo de procurá-lo em um ou mais textos, verbais ou não, que formam o todo daquela página e/ou daquela edição do jornal.

Jornalismo Popular Massivo

O período de 1830 a 1850 marca um importante momento da imprensa no Brasil. Sodré (1977) explica que, com o Golpe da Maioridade de D. Pedro II, instaura-se uma etapa peculiar da política e economia brasileira, sendo a imprensa uma das principais instâncias a receber e fazer circular os seus reflexos. “Com as inovações técnicas que se esboçam no fim da primeira metade do século XIX e definem-se na segunda metade encerram as possibilidades da imprensa artesanal, que nos dias de hoje refugiam-se nos pequenos jornais das pequenas cidades” (Sodré, 1977, p. 208).

O autor afirma que o crescimento da imprensa no Brasil foi condicionado, como não podia deixar de ser, ao desenvolvimento nacional. Os pequenos jornais combativos que questionavam o poder das oligarquias no interior do país, aos poucos, foram perdendo a sua força, dando lugar a publicações de caráter mais mercadológico. Ao final da I Guerra Mundial (1914 a 1918), um outro horizonte é anunciado - “a liberdade de pensamento” -, mas com o tempo tornou-se perceptível que tal liberdade não seria de todo usufruída na prática. Os antagonismos políticos, no entanto, tornavam-se agudos e refletiam-se claramente nos veículos de comunicação.

Ainda que a história da imprensa no Brasil aponte a força que os constrangimentos empresariais, editoriais e políticos tenham no cerceamento da divulgação ampla de temas de interesse público, especialmente no campo político, a figura do jornalista em diversos momentos se destaca como responsável por tornar a sociedade visível e inteligível para si mesma. Nessa perspectiva, o fazer jornalístico – que encontra raízes no real – é também parte integrante da sociedade e atua como uma



instância de circulação de sentidos, ao compartilhar saberes e mobilizar consensos. “O jornalista político considera importantíssima a opinião pública, pois tem impacto forte e direto sobre os fatos políticos, em especial na atualidade, quando há uma maior rapidez na recepção dos fatos” (Martins, 2005, p. 35).

O jornalismo popular massivo se insere nesse contexto como forma de integração. Guedes (2009) aponta que em meio à perda de espaço entre os leitores sofrida pelos jornais de referência, tem emergido em diversas cidades brasileiras e da América Latina outro tipo de publicação, autointitulada popular. Conhecidos também como popularescos, Sodré e Paiva (2002) evidenciam que tais produtos jornalísticos se caracterizam pela transposição industrial da espontaneidade popular conduzida pelos meios de comunicação, com o objetivo de captar e alargar sua penetração na audiência urbana.

Esse segmento jornalístico tem por meta focar um público não contemplado pelo jornalismo de referência, especialmente, a partir da exploração de um conteúdo editorial baseado no que Barthes (1964) intitula de *fait divers*, ou seja, a cobertura de escândalos, curiosidades e fatos bizarros. Entretanto, Ramonet (1999) ressalva que tal conteúdo não é exclusividade dos jornais populares, uma vez que, diante do sucesso das produções audiovisuais, os produtos impressos têm adotado um novo paradigma, que privilegia matérias fácil entendimento, rápidas e divertidas. “O objetivo principal será fazer um produto que seja atrativo e, assim, cativa seu leitor. Por isso, é importante considerar as estratégias organizativas e mercadológicas da produção jornalística” (Guedes, 2009, p. 7).

Charges Políticas no *Super Notícia*

A presente pesquisa adotou uma abordagem qualitativa exploratória. O objetivo é tecer um percurso metodológico que torne possível identificar o nível de compreensão compartilhado pelos leitores do *Super Notícia* a respeito das charges políticas e até que pontos estas podem contribuir para um desenvolvimento social e uma visão mais crítica a respeito do cenário político vivido atualmente no Brasil.

O recorte empírico consiste nos jornais publicados no período de março a junho de 2009, num total de 122 edições. O principal objetivo é mapear o espaço editorial dedicado às charges de cunho político. No mês de março de 2009, foram publicadas 31 charges. Destas, 38,7% se dedicaram a temas esportivos, focados nos campeonatos de



futebol mineiro; 35,5% abordaram temas de cotidiano, com ênfase para a gripe H1N1, no auge da epidemia; 9,7% traziam questões relacionadas à crise econômica mundial; e 16,1% foram relacionadas à política brasileira, foco deste trabalho.

No mês abril, foram publicadas 30 charges, sendo 63,3% destaques para o futebol brasileiro; 3,3% abordaram a crise econômica mundial; 26,7% dedicados a assuntos relacionados a cotidiano e economia; e 6,7% compostos por temas envolvendo a política brasileira. Já no mês de maio, 31 charges foram publicadas: 67,7% de conteúdo esportivo, em torno de futebol mineiro e Fórmula 1; 22,3% envolvendo cotidiano e críticas ao serviço de telefonia; e 10% abordando a política brasileira.

Em junho, foram 30 publicações, sendo 66,7% das charges de conteúdo esportivo, como temas ligados ao futebol mineiro e críticas ao técnico da seleção brasileira; cotidiano, 26,6% centrados especialmente na epidemia da gripe H1N1; e 6,7% de conteúdo político. No balanço dos quatro meses analisados, têm-se a seguinte proporção: esportes (59%), cotidiano (25%), política nacional (18,7%) e economia mundial (3,3%).

Apesar do predomínio já esperado das charges que têm como temática o esporte, com destaque para o futebol e os times mineiros, a política nacional (tema que geralmente não é atribuído aos jornais populares massivos) aparece em quase 1/4 das publicações do período analisado. Nesse sentido, o espaço dedicado às charges no *Super Notícia* destoa do restante do jornal, que é centrado especialmente nos conteúdos de esporte, polícia, cotidiano e entretenimento. Assim, tal seção se constitui no mais importante espaço de reflexão do cenário político contemporâneo dentro do periódico, apresentando temas relevantes, de forma crítica, pelas vias do humor.

A partir desse levantamento, elegeu-se 10 charges de assuntos políticos diretamente ligados à realidade brasileira, de alta repercussão social no período, para servir como base para a segunda parte da pesquisa. Optou-se pela entrevista em profundidade individual (método qualitativo com base em um questionário estruturado que norteia a interação entre entrevistador e entrevistado), para identificar – em caráter exploratório - o nível de compreensão compartilhado por 10 leitores assíduos do *Super Notícia* com relação à seção de charges, em especial, aquelas que tratavam de temas ligados à política brasileira.

A pesquisadora conduziu as entrevistas em abril de 2010, tendo o seguinte perfil de entrevistados: pessoas de ambos os sexos; com idades entre 25 a 55 anos; pertencentes às classes C e D; com renda familiar variando entre 510 e 1530 reais; e



nível de escolaridade ensino fundamental. As ocupações profissionais centraram-se nas áreas de serviços gerais, vigilância; recepção e jardinagem. Tais participantes foram selecionados de forma aleatória, de acordo com o critério de acessibilidade, dentro do perfil proposto para a análise.⁸

Cada entrevista durou aproximadamente 30 minutos. Composto por seis perguntas, o questionário foi construído de forma a abordar o entrevistado em três níveis, partindo de um âmbito geral para a questão específica que interessa a este trabalho, a saber: 1º) A relação entre os sujeitos e os veículos de comunicação de massa; 2º) Os assuntos/editorias de maior interesse; 3º) O contato e compreensão dos leitores em torno das charges políticas, publicadas no jornal *Super Notícia*.

No primeiro item, buscou-se identificar quais meios de comunicação o entrevistado geralmente recorre para se manter informado cotidianamente. A televisão e o jornal impresso foram apontados como os veículos de maior contato diário. A seguir, pediu-se para que o participante relatasse, espontaneamente, a sua publicação e/ou programa jornalísticos preferidos. O *Super Notícia* e o *Balanço Geral* (programa da Rede Record, apresentado pelo jornalista Mauro Tramonte) foram os principais produtos sinalizados.

Quando questionados a respeito das editorias de maior interesse, os entrevistados centraram-se nas temáticas ligadas à criminalidade e esportes, especialmente futebol. A entrevistadora perguntou, então, a respeito da área de política. Nos depoimentos, os participantes declararam não ter interesse pela cobertura de assuntos políticos, por três motivos: a) considerarem o tema cansativo (chato); b) terem pouco tempo para se manter informados e esse ser um assunto considerado de menor importância, portanto, de baixa prioridade em seu contato com os produtos jornalísticos; c) terem perdido a confiança nos políticos brasileiros, em meio a tantos escândalos (consideram a cobertura jornalística repetitiva e pouco efetiva diante da recorrente impunidade).

A pesquisadora perguntou sobre a seção de charges do jornal. Dos 10 entrevistados, seis declararam acompanhá-las diariamente e afirmando considerá-las interessante por serem engraçadas e trazerem críticas, de forma bem-humorada, de temas importantes da realidade social. Os demais disseram que nem sempre prestam

⁸ Tal perfil de entrevistados segue o mapeamento do perfil do leitor evidenciado no trabalho *Jornalismo popular-massivo: Quem é o Leitor do Super Notícia*, apresentado por Ms. Maria da Consolação Resende Guedes (PUC/MG), no GP Teorias do Jornalismo do IX Encontro dos Grupos / Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, em setembro de 2009.

atenção nessa parte do jornal e que seu interesse depende do tema tratado. Inclusive, uma das participantes se mostrou surpresa quando informada sobre a sua inserção diária no jornal, informando nunca ter constatado isso, mesmo sendo uma leitora assídua do *Super Notícia*. Por fim, foram apresentadas as seguintes charges para nortear a última parte da entrevista:

- Escândalos no Congresso Nacional e Senado - figuras 3, 6, 9 e 10;
- Críticas à atuação de senadores e deputados - figuras 1, 2, 5 e 7;
- A polêmica sobre as passagens aéreas – figura 2;
- A falta de ética de determinados políticos – figuras 4, 5 e 8.

FIGURA 1



Fonte: Jornal *Super Notícia*, 06 março de 2009, Belo Horizonte, MG.

FIGURA 2



Fonte: Jornal *Super Notícia*, 06 maio de 2009, Belo Horizonte, MG.

FIGURA 3



Fonte: Jornal *Super Notícia*, 21 março de 2009, Belo Horizonte, MG

FIGURA 4



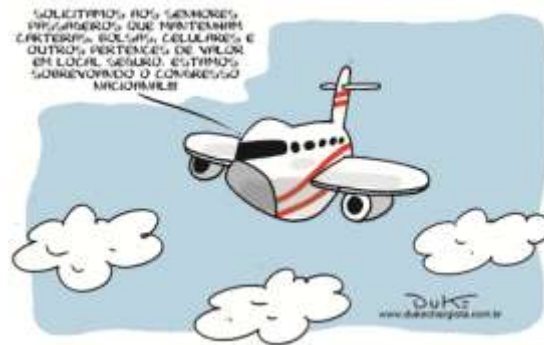
Fonte: Jornal *Super Notícia*, 20 março de 2009, Belo Horizonte, MG

FIGURA 5



Fonte: Jornal *Super Notícia*, 18 abril de 2009, Belo Horizonte, MG

FIGURA 6



Fonte: Jornal *Super Notícia*, 25 abril de 2009, Belo Horizonte, MG

FIGURA 7



Fonte: Jornal *Super Notícia*, 19 maio de 2009, Belo Horizonte, MG

FIGURA 8



Fonte: Jornal *Super Notícia*, 01 maio de 2009, Belo Horizonte, MG

FIGURA 9



Fonte: Jornal *Super Notícia*, 14 junho de 2009, Belo Horizonte, MG

FIGURA 10



Fonte: Jornal *Super Notícia*, 02 junho de 2009, Belo Horizonte, MG

A partir das charges acima, os entrevistados foram conduzidos discutir os temas evocados. A primeira charge foi a que mais chamou atenção dos participantes, por destacar abertamente o nome de políticos envolvidos em vários escândalos, como mensalão e desvio de dinheiro público. Segundo eles, o assunto está mais claro e objetivo, além de ser mais fácil a interpretação e o vocabulário. Eles entenderam que o chargista Duke em seu comentário, está comparando os senadores Sarney, Renan Calheiros e Fernando Collor de Mello e os demais deputados a um mamífero roedor e destruidor. Abaixo, a transcrição dos principais comentários, na íntegra, feitos pelos entrevistados:

O que prevalece para chamar a atenção é a ilustração.
A charge me ajuda a formar uma opinião mais crítica.
Muitas vezes o profissional fala por nós.
É através do formato e do desenho cômico que sabemos de algum fato.
Às vezes uma charge possui dois sentidos.
Adorei a comparação dos políticos com um rato
Primeira vez que vejo e leio, vou fazer isso mais vezes.



As charges de nº 5 e 7, de acordo com os entrevistados, foi a que melhor retratou o assunto envolvendo a questão da falta de ética de alguns políticos.

Ela mostra o perfil da maioria dos políticos de hoje em dia.
É uma maneira de manifestar a realidade.
A intenção é criticar.
É engraçada a maneira como o desenhista retrata a realidade.

De acordo com os entrevistados, em alguns casos a escrita pouco acrescenta aos desenhos, já em outros ela é fundamental para conferir sentido ao contexto representado. Das respostas acima, pode-se perceber que os entrevistados se sentem contemplados pelas charges quando fatos de interesse público voltados para política são criticados. É como se tal produto se constituísse na voz daqueles que, diante a tantos escândalos, se sentem à margem da sociedade.

Considerações finais

Como uma pesquisa qualitativa exploratória, este trabalho não tem a pretensão de generalizar os resultados aqui apresentados, nem tratar o tema de forma absoluta ou conclusiva. Mas, aceita o desafio de contribuir para a compreensão do espaço de reflexão e crítica que a charge política pode construir no âmbito do jornalismo popular massivo. A partir dos relatos providos pelas entrevistas, pode-se constatar o quanto os meios de comunicação e seus produtos instituem uma dupla relação com o social: ao mesmo tempo em que suas temáticas emergem da sociedade, promovendo a circulação de sentidos, eles também (re) significam tal realidade, compartilhando saberes e mobilizando consensos.

Percebe-se, ainda, o papel social que pode ser assumido pela charge na formação de cidadãos mais conscientes das questões que atravessam a política nacional e capazes de refletir sobre temáticas que, apesar de sua importância, não estão entre as mais relevantes no apontamento inicial dos entrevistados, pequena amostra dos leitores do *Super Notícia*, pertencentes às classes C e D. Os participantes que, no primeiro momento, não se mostram interessados em assuntos políticos e até mesmo parecem desconfortáveis em expressar qualquer opinião nesse sentido, mudam a sua postura diante das charges políticas, se revelando bastante confortáveis em discutir, a partir



delas, faces do atual cenário sociopolítico. A resistência inicial com o tema é quebrada pelas charges, que acionam novos sentidos e percepções do tema, pelas vias do humor.

Referências Bibliográficas

DISCINI, Norma. **Comunicação nos textos**. São Paulo: Contexto, 2005.

GUEDES, Maria da Consolação Resende. **Jornalismo Popular-massivo**. As estratégias de conquista do leitor utilizadas pelo Super Notícias. In *Anais do GP Teorias do Jornalismo do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Curitiba, setembro de 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2738-1.pdf> Acessado em: dezembro/2009.

GUEDES, Nicoli Glória De Tassis. **Nos rastros de Rota 66 e Abusado**. O livro reportagem e a tradição das narrativas realistas/naturalistas brasileiras. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCOM-UFMG) 2007. Belo Horizonte, Minas Gerais. Brasil.

HOLLANDA, Heloisa Buarque. GONÇALVES, Marcos Augusto. **A ficção da realidade brasileira**. In: *NOVAES, Adalto (org). Anos 70: Ainda sob a tempestade*. Rio de Janeiro: Aeroplano / Editora Senac Rio, 2005. (p. 97-159)

MARTINS, Franklin. **Jornalismo Político**. São Paulo: Contexto, 2005.

MATTOS, Sérgio. **Mídia Controlada: a história da censura no Brasil e no mundo**. São Paulo: Paulus, 2005.

MEDINA, Cremilda. **Notícia um Produto à Venda: Jornalismo na Sociedade Urbana e Industrial**. 2. ed. São Paulo: Summus, 1988.

MEDIOLI, Vittorio. **Super Notícia**. Editorial no jornal Pampulha, em março de 2010. Disponível em <http://www.otempo.com.br/supernoticia/colunas/?IdColunaEdicao=2499>

PIMENTEL, Luis. **Entre sem bater: O Humor na Imprensa: do Barão de Itararé ao Pasquim**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. Desenvolvido por José de Souza Castro, 2007. Super Notícia, fenômeno em comunicação. Disponível em: <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos>. Acessado em: outubro de 2009.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário de Comunicação**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1977.

SÜSSEKIND, Flora. **Literatura e vida literária**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.