

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO
CURSO DE JORNALISMO

ANA LUISA FERREIRA LOBO

O PARVO:
jornalismo humorístico como poder de resistência

Produto jornalístico

Mariana

2020

ANA LUISA FERREIRA LOBO

O PARVO:
jornalismo humorístico como poder de resistência

Memorial descritivo de produto jornalístico apresentado ao curso Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof.^a doutora Fabíola Carolina de Souza

Mariana
2020

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

L799p Lobo, Ana Luisa Ferreira .
O Parvo [manuscrito]: jornalismo humorístico como poder de
resistência. / Ana Luisa Ferreira Lobo. - 2021.
68 f.: il.: color..

Orientadora: Profa. Dra. Fabíola Carolina de Souza.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Jornalismo .

1. Fake news. 2. Humorismo . 3. Jornalismo. 4. Podcasting. 5.
Radiojornalismo. I. Souza, Fabíola Carolina de. II. Universidade Federal de
Ouro Preto. III. Título.

CDU 659.3



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
REITORIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO



FOLHA DE APROVAÇÃO

Ana Luisa Ferreira Lobo

O Parvo: jornalismo humorístico como poder de resistência

Projeto Experimental apresentado ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em jornalismo

Aprovado em 05 de fevereiro de 2021

Membros da banca

[Doutora] - Fabíola Carolina de Souza - Orientadora (Universidade Federal de Ouro Preto)
[Doutor] - Carlos Fernando Jáuregui Pinto - (Universidade Federal de Ouro Preto)
[Doutor] - Felipe Viero Kolinski Machado Mendonça - (Universidade Federal de Ouro Preto)

Fabíola Carolina de Souza, orientadora do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 15/02/2021



Documento assinado eletronicamente por **Fabiola Carolina de Souza, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 15/02/2021, às 11:12, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0135886** e o código CRC **3CF2E0B2**.

“Tendo rido Deus, nasceram os sete deuses que governam o mundo... Quando ele gargalhou, fez-se a luz... Ele gargalhou pela segunda vez: tudo era água. Na terceira gargalhada, apareceu Hermes; na quarta, a geração; na quinta, o destino; na sexta, o tempo. Depois, pouco antes do sétimo riso, Deus inspira profundamente, mas ele ri tanto que chora, e de suas lágrimas nasce a alma”.

Anônimo, “Papiro de Leyde”

RESUMO

Neste memorial, apresentamos os eixos teóricos que fundamentaram a produção do podcast “O Parvo”. Buscando compreender as potencialidades da inserção do humor na prática jornalística, desenvolvemos um episódio piloto abordando as Fake News a partir do humor e da crítica. Este trabalho propõe a discussão sobre as finalidades do humor e como ele pode ser adotado na prática jornalística. Iniciamos este trabalho com uma breve contextualização das manifestações do humor na história e, em seguida, voltamos nosso olhar para a imprensa brasileira, abordando os limites do humor. Finalizamos com a contextualização do humor no rádio e discutindo sobre rádio expandido e os *podcasts*, temática que dialoga com a proposta do produto desenvolvido

Palavras-chave: fake news; humor; jornalismo; rádio expandido; podcast.

ABSTRACT

This work presents the theoretical axis that substantiated the production of “O Parvo” podcast. By trying to understand the potentials of humour in journalism, we developed a pilot episode on the subject of fake news, from a humorous and critical perspective. This work discusses the purposes of humour and how it can be used in journalism. We start by narrating briefly the contexts of many of the demonstrations of humor throughout history and then, we turn our attention to the brazilian press, addressing the limits to comedy. We conclude by portraying humour on the radio, and after, describing radio convergence and podcasts, subject that resonates with the product proposal we originally developed.

Keywords: fake news, humour, journalism, radio convergence, podcast.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Boris Vyatkin e sua cadela Maniúnetchka. (Moscow, 1960)	12
Figura 2: “The Festival of Fools”. A festa dos Bobos.	15
Figura 3: Charge "A Campainha e o Cujo". (Manuel de Araújo 1837)	20
Figura 4: Logo <i>O Diabinho</i> . (27 de março de 1886).....	22
Figura 5: Jornal “A Manhã”. (1930. Edição 28. p. 1 e 8).....	23
Figura 6: Revista Pif-Paf nº 3 (p.8-9, 1964).....	25
Figura 7: Jornal “O Pasquim” nº 8. (p. 1 e 13, 1969).....	26
Figura 8: 100 chibatadas, se você não morrer de rir. (“100 coups de fouet si vous n’êtes pas morts de rire”).....	27
Figura 9: Ameaça Comunista.....	45
Figura 10: Cloroquina	45
Figura 11: Beleza Americana.....	46
Figura 12: Primeira postagem no instagram	47
Figura 13: Primeira charge do instagram	48
Figura 14: Segunda charge do instagram	49
Figura 15: Terceira charge do instagram.....	50
Figura 16: Quarta charge do instagram	51
Figura 17: Quinta charge do instagram	52
Figura 18: Sexta publicação do instagram	53
Figura 19: Panorama do perfil do Instagram.....	53
Figura 20: Panorama do perfil do podcast no <i>Spotify</i>	54

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
1 O HUMOR NA HISTÓRIA	10
1.1 Riso	11
1.2 O humor	13
1.3 A crítica.....	16
1.4 Humor e crítica	18
2 JORNALISMO E HUMOR	20
2.1 Jornalismo e humor em tempos de censura	22
2.2 Limites para o humor	26
2.3 As potencialidades da adoção do humor pelo jornalismo.....	31
3 HUMOR NO RÁDIO	34
3.1 Rádio expandido	38
3.2 <i>Podcasting</i>	40
4 MEMORIAL DESCRITIVO	43
5 REFERÊNCIAS	55
6 APÊNDICE	59
I. Roteiro Do Podcast	59

INTRODUÇÃO

Desde os primórdios, o ser humano lida com o humor de diversas maneiras, inclusive utilizando-o como instrumento de crítica da sociedade e suas condutas. Podemos pensar que o exercício do jornalismo atua de forma semelhante, pois apoiado ao ideário de guardião da sociedade, ele se configura como crítico e disseminador da verdade.

Entendemos o rádio como um importante veículo de propagação do humor. Desde a sua criação até os dias atuais, o rádio disponibiliza conteúdos humorísticos que tiveram grande relevância na construção crítica da sociedade. Hoje, ele continua exercendo esse papel também por meio dos podcasts.

É da combinação do humor radiofônico com o jornalismo, que nasceu a motivação para criar um podcast de conteúdo jornalístico-humorístico. O tema parte de uma vontade antiga de desenvolver um blog satírico para comentar sobre as principais notícias políticas do Brasil. No entanto, durante a minha trajetória acadêmica, ao conhecer mais sobre podcasts e a história do rádio, a ideia inicial do blog foi redirecionada para o formato radiofônico. Os acontecimentos relevantes na história política do Brasil foram, e permanecem sendo desagradáveis de digerir. Contudo, a alienação não pode ser uma opção no cenário em que vivemos. Por isso, o conteúdo jornalístico de qualidade e com bom humor é cada vez mais necessário.

Portanto, o objetivo deste estudo é discutir a relação entre humor e jornalismo, buscando compreender o papel do humor como mecanismo de resistência e crítica social e o jornalismo como instrumento da descontração.

No primeiro capítulo apresentamos uma breve contextualização sobre o humor na história, demonstrando como o riso e a crítica são características frequentemente relacionadas ao discurso humorístico. Também abordamos os subgêneros do humor, como a comparação, a ridicularização, o exagero e o alogismo e, adentrando questões sobre a crítica, explicamos os gêneros da paródia, sátira e ironia.

No segundo capítulo, relacionamos humor e jornalismo. Iniciamos com um apanhado histórico sobre essas manifestações na imprensa, voltado especificamente para o cenário brasileiro. Em seguida, discutimos os limites do humor, contrastando opiniões de diferentes humoristas sobre humor livre e censura.

Como nosso interesse sobre a relação entre humor e jornalismo se dá especificamente na produção radiofônica, no terceiro capítulo, descrevemos o fenômeno da radiodifusão no

Brasil, recordando algumas das programações jornalísticas mais relevantes. Também evidenciamos novas tendências do rádio a partir da discussão de rádio expandido e podcast.

Por fim, descrevemos passo a passo da elaboração do nosso podcast piloto, no qual abordamos o tema das *fake news*. Partindo da ideia de rádio expandido também criamos uma conta de *instagram* para promover o lançamento de nosso primeiro episódio de “O Parvo”. Na rede social, produzimos outros conteúdos de humor, como charges e desenhos para agregarem a experiência do humor jornalístico como um todo.

1 O HUMOR NA HISTÓRIA

São inúmeras as tentativas de definir o humor no decorrer da história. Desde a antiguidade, autores como Platão e Aristóteles tentaram categorizar o humor através da distinção entre os gêneros teatrais da Comédia e da Tragédia. Nessa busca, muitos revelaram a complexidade de firmá-lo sob um conceito concreto. Segundo Minois (2003, p. 79 apud BASSOLI; 2017, p. 41), “a primeira qualidade do humor é precisamente escapar a todas as definições e ser inapreensível, como um espírito que passa”.

Posteriormente, outros teóricos buscaram o mesmo feito a partir dos estudos de suas manifestações como a paródia, a ironia, o sarcasmo, os alogismos, o exagero; ou sob a forma de gêneros textuais como as anedotas, as tiras, os cartuns e as charges. Alguns optaram por analisar sua ocorrência nos teatros, no circo, e mais recentemente, no rádio, na televisão e na internet.

Em adição, o humor passou a ser estudado com base na sua finalidade. Em sua origem, “o discurso humorístico” se manifesta como mecanismo de mudança e de “viés combativo, de escárnio e de acidez” (GRUDA, 2011, p.6). Portanto, uma de suas finalidades se encontra na crítica. Em segunda instância, o humor, principalmente o contemporâneo, parece não conseguir se desassociar do riso. Assim, partimos para a finalidade de suscitar o riso.

Por mais evidente que seja a alternativa de que o humor é “aquilo capaz de fazer rir”, há um determinado esforço em pensar o que provoca o riso. O estudo do riso pode ser igualmente complexo, dado que ele é subjetivo. Ou seja, o que provoca o riso em um indivíduo, pode não ter efeito nenhum sob outro.

[...] pode-se dar a causa do riso, porém é possível existirem pessoas que não riem e que é impossível fazer rir. A dificuldade está no fato de que o nexos entre o objeto cômico e a pessoa não é obrigatório nem natural. Lá, onde um ri, outro não ri. (PROPP, 1992, p.31, apud VALE, 2015, p. 432)

Levando este pensamento em consideração, em nossa pesquisa trabalharemos com ambas as concepções: o humor como sinônimo de comicidade; e como um instrumento da crítica. Por esse motivo, vamos contextualizar a história do humor juntamente com a do riso.

1.1 Riso

O ato de rir é estritamente humano. Ou seja, o riso pode ser provocado apenas dentro de interferências ou comportamentos humanos. Portanto, é lógico relacioná-lo diretamente ao racional, à inteligência (GUIMARÃES, 2016). Para explicar esse pensamento, seria prudente refletir sobre a maneira como acontece a risada, como ela é provocada. Sendo o riso uma característica humana, podemos pensar que ele depende de um sujeito, aquele que irá provocar o riso. Seguindo uma lógica comunicacional, o riso é interpretado por um receptor, o sujeito que ri. Contudo, ainda temos, muitas vezes, um terceiro sujeito envolvido no processo, aquele de quem se ri.

Além de uma prática social, o riso também é cultural, pois apresenta especificidades e sofre mudanças dentro de diferentes contextos (JÚNIOR, 2017). Desde as civilizações antigas até a contemporaneidade, o riso sofreu mutações, utilizando o humor como um de seus principais métodos de propagação. Outros métodos empregados para provocar o riso são a comparação, a ridicularização, o exagero e o alogismo.

A comparação se realiza na medida em que um ser humano é equiparado a um objeto ou outro indivíduo. Dessa maneira, a risada é proveniente de uma substituição de sentido resultante da comparação. Na grande maioria das vezes, esse método irá evidenciar uma característica humana e lhe atribuir um novo sentido. Já a ridicularização é o processo de tornar ridículo o objeto tratado, sendo um recurso muito utilizado nas Comédias Gregas.

Tomemos como exemplo a ridicularização de profissões. Algumas delas podem ser representadas de formas risíveis na mesma ótica da substituição de sentido acima assinalada. Nesse caso, as atividades são representadas apenas do ponto de vista de suas manifestações exteriores, mais aparentes, privando-as de um sentido mais profundo relativo ao que verdadeiramente a profissão significa. O leitor ou telespectador vê apenas o prisma oferecido pelo humorista e, dessa forma, cria-se um conceito estereotipado e engraçado do profissional. (GUIMARÃES, 2016, p.51).

Outra forma de provocar o riso é o exagero, que consiste em retratar algo disforme, com as características próprias de sua imperfeição, colocadas em realce. O exagero pode ser definido a partir de três formas: caricatura, hipérbole e grotesco. Proveniente da arte, a caricatura, volta a sua atenção a um detalhe específico e o enfatiza em excesso. Como explica Guimarães (2016, p.51),

Propp (1992) refina o conceito ao dizer que o traço exagerado é um pormenor, um detalhe que é exagerado de modo a “atrair para si uma atenção exclusiva, enquanto todas as demais características de quem ou daquilo que é submetido à caricaturização são canceladas e deixam de existir.

Diferente da caricatura, que foca em um detalhe específico, a hipérbole enfatiza o todo, sendo ao mesmo tempo, um exagero e uma ridicularização. Já o grotesco ocorre quando há o exagero máximo, quando aquilo do que se trata se torna fantástico, irreal. Ele é definido por Guimarães como “uma construção artificial composta por conexões que não são encontradas na natureza e na sociedade” (2016, p.52). O método restante é o alogismo, que se manifesta como a ausência de sentido ou da lógica. É uma forma comum de suscitar o riso, principalmente no humor encontrado nos dias atuais. Propp exemplifica o método com base nos esquetes de palhaços Russos. Segundo o autor,

Boris Viátkin entrava no picadeiro com sua cadelinha Maniúnetchka, segurando-a com uma corda curta e grossa, fato que provocava imediatamente uma alegre risada dos espectadores. Este exemplo parece confirmar diretamente a teoria de Hegel: "Cômico [...] pode tornar-se qualquer contraste [...] do fim e dos meios". Uma cordona é um meio absolutamente inadequado para conduzir um cachorrinho. O contraste entre meio e finalidade suscita o riso. (PROPP, 1992, p. 110)



Figura 1: Boris Vyatkin e sua cadela Maniúnetchka. (Moscow, 1960)
Fonte: <http://www.loc.gov/pictures/item/2003654882/>

No exemplo acima, o riso é decorrido da quebra de expectativa pela ação tola e sem sentido da personagem. Entretanto, devido ao caráter subjetivo do riso, não é sempre que uma estratégia irá resultar em uma risada. Por isso, as definições de conceitos relacionados ao humor são, muitas vezes, incompletas e frequentemente, revisadas.

1.2 O humor

A origem etimológica da palavra “humor” é proveniente do latim, que a traduz como “líquido” e remete à medicina humoral da Grécia Antiga, na qual os “humores” eram tidos como fluidos que supervisionavam a saúde emocional humana. A pessoa que constituísse um conjunto equilibrado de humores seria identificada como um “bem-humorado”.

Atualmente, atribuímos ao humor o significado de estado ou característica de um indivíduo – por exemplo quando dizemos que alguém está ou não de “bom humor” (BASSOLI, 2017). Para além desse sentido, o humor contemporâneo pode ser definido como uma veia cômica, ou capacidade de fazer uso do cômico.

Contudo, para entendermos o humor contemporâneo é importante explicar a sua trajetória e as modificações que transcorreram sobre o seu conceito ao longo da história. A consciência de um humor intencional se forma somente a partir do teatro de Molière, no século XVII e é apenas no século seguinte que ele ganha forças como objeto de estudo.

O humor se encontra presente desde a Antiguidade nas discussões de Sócrates, Platão e Aristóteles sobre o riso. Diferentemente do período medieval, na Grécia antiga ainda não se atribuía o caráter completamente negativo ao riso, apesar de vigorar o pensamento de que a risada deveria ser limitada. A comicidade estava presente nos teatros por meio das comédias gregas, sendo o cômico, dentro deste contexto, um artifício de crítica social (JÚNIOR, 2017).

A comédia foi criada a partir das festividades aos Deuses Gregos. Posteriormente, ela atinge outras finalidades, como a de fazer refletir sobre a sociedade da pólis.

Nessa mesma época, também surgem os bufões, figuras tidas como os bobos da corte, que cumprem com a função de fazer rir, entretendo festas em troca de hospedagem e refeições. (BASSOLI, 2017). A partir daí a figura do bobo se consolida por muitos séculos.

Nas monarquias, o bobo apresenta uma outra função além da de fazer rir. Ele é o elo entre o rei e a sociedade, o comunicador da “verdade”. Segundo Minois (2003, *apud* Bassoli,

2017, p.63), “excluído da realidade por lisonjas, temores, mentiras, intrigas dos que o cercam, o soberano só conhece a verdade por meio de seu bobo – sobretudo a verdade penosa, aquela que fere, aquela que um homem sensato e atento à situação não ousaria revelar”. Por isso, o bobo é o único a ter a permissão de ser franco sem sofrer penalidades.

Com o bufão, o riso também toma forma de sensatez, já que ele é o responsável por relembrar ao rei a sua condição humana, limitada, para que este não se perca entre seu poder de comando. Diante das suas competências como conselheiro do rei, o personagem do bobo se transforma em uma ameaça aos outros membros da corte e do clero, que temiam serem expostos ao ridículo.

Adentrando a Idade Média, processa-se a desconstrução do significado do riso. O clero, instituição de maior poder nesse tempo, subverte os valores do riso - até então tidos como de entretenimento, crítica e reflexão - negativando-os. O objetivo da Igreja Católica era conter o riso, entendido como ameaça por contestar seus princípios e crenças. Uma das estratégias para combatê-lo foi associá-lo ao diabo¹. (GUIMARÃES, 2016).

Ainda que o clero tentasse controlar o riso, manifestações populares cômicas continuaram a existir no período medieval, sendo o carnaval, a maior de todas. As festas das classes populares representavam a desconstrução das regras e do modo de viver da sociedade. Durante o carnaval, se extinguiam as classes sociais, a seriedade, e se concedia apenas lugar ao cômico, no qual se manifestavam as verdadeiras faces da natureza humana. Segundo Souza, “diferentemente da festa oficial, onde as pessoas são identificadas por seus títulos, o Carnaval torna todos iguais, reinando ali um contato livre e familiar entre os indivíduos, normalmente separados na vida cotidiana por suas condições sociais e econômicas”. (2018, p. 33-34).

¹ Na obra de Umberto Eco “O Nome da Rosa” (1980) encontramos referências sobre o posicionamento da Igreja diante do humor. O enredo da obra narra a história de um monge franciscano que desvenda uma série de assassinatos ocorridos em um mosteiro, no qual se sucede a história. Em suma, os crimes foram cometidos em virtude da leitura de um livro, no qual era proibido. As vítimas morriam por envenenamento, pois a determinada obra continha veneno em suas páginas. Ao final, após a solução dos assassinatos, é revelado que o livro, era a poética de Aristóteles, sobre a comédia e o riso. O crime cometido em nome da Igreja era realizado para proteger seus servos das leituras “profanas” e da expressão do humor considerada perigosa para o clero.



Figura 2: “The Festival of Fools”. A festa dos Bobos.

Fonte: Museu Metropolitano de Arte (Metropolitam Museum of Art). Artista: Pieter van der Heyden. (1570).

Outras festas notáveis imperaram nesse período, como a Festa dos Bobos, sendo nessa festividade comum a participação dos membros do clero (BASSOLI, 2017, p. 62). A festa do Asno (ou festa dos loucos, ou dos inocentes) é descrita por Bassoli:

Na ocasião da festa dos Inocentes, em dezembro, grupos de crianças, ligados às catedrais, ganham maior liberdade do que o comumente exigido pela rígida hierarquia. Cônegos seculares, encarregados de celebrar os ofícios da catedral (jovens de, no mínimo, 14 anos), crianças do coro, jovens cantores, pensionistas da escola episcopal; todos eles têm o direito de participar de um ritual burlesco no interior da catedral e de uma cavalgada (regada a vinho) pela cidade. Tudo é muito codificado: desde as paródias (a eleição do “bispo ou papa dos bobos”, as canções da missa), até mesmo o trajeto da cavalgada. Por ser um momento ambíguo, de caos sob controle, as autoridades eclesiásticas o permitem, regulamentam e até abençoam a ocasião. Quando o ritual começa a ser perseguido, várias são as justificativas para a sua manutenção: é necessário um momento de “alívio” para, em seguida, cumprir-se o dever. A inversão da hierarquia momentânea demonstrava a força da sociedade medieval, que podia voltar ao seu curso “natural” imediatamente após a festa. O riso apenas ajudava a lidar com o medo (do diabo, do inferno), agregando aqueles sujeitos. (BASSOLI, 2017, p. 62)

A partir do século XVI, o carnaval assume um papel mais político, no qual se ironizava as práticas religiosas e comportamentos sociais. Conseqüentemente, as instituições da época passam a enxergar as festas populares como uma ameaça à ordem social.

Nos séculos seguintes, com o surgimento do Renascimento e, posteriormente, o Iluminismo, o riso permanece proibido e não somente pela Igreja. As festas carnavalescas não representavam mais uma sociedade “organizada” e estável. Aos poucos, a cultura do povo, juntamente com o riso, perde força. A Igreja mantinha seu domínio sobre os fiéis, e a elite da

época, antipopular e autodeclarada culta, se distanciava de tudo aquilo que ia contra a ideologia iluminista; pensamento racional, lógico e ponderado.

As razões para o “abandono” da cultura popular são diversas. No caso do clero, a retirada fez parte da Reforma Protestante e da Contra Reforma. Os reformadores queriam um clero culto; com isso os padres começaram a ser formados nos seminários e foram se distanciando cada vez mais dos paroquianos, assumindo uma postura mais séria e educada, referente a pessoas de status social superior. O distanciamento da nobreza e burguesia foi mais influenciado pela Renascença do que pela Reforma. À medida que o papel militar da nobreza declinou era preciso encontrar outras maneiras de justificar seus privilégios. O nobre então aprendeu a falar e ler segundo as regras formais, distanciando-se dos dialetos locais, investiu nas boas maneiras, em um estilo novo e mais autoconsciente de comportamento. A dança da corte isolou-se da dança do campo e os nobres passaram a adotar um senso de estilo diferenciado. Querendo assemelhar-se ao estilo de vida dos nobres, também a burguesia afastou-se da cultura popular e passou a imitar as maneiras polidas da nobreza. (SOUZA, 2018, p. 39)

Como resultado, toda a cultura popular foi colocada em um patamar de desordem (balbúrdia), com anseios imorais e profanos e as festas, que constituíam uma cultura popular imperada pelo humor, foram perdendo força durante o século XVIII.

1.3 A crítica

Vimos anteriormente que o riso se apresenta muitas vezes como produto do humor. No entanto, o riso não se encerra como finalidade única. Sobre isso, Vale nos orienta “o risco de se adentrar numa problemática psicológica ao tratar o riso como garantia para os fatos humorísticos” (2015, p.432). A qualidade máxima do humor é expressa por meio da crítica, que atua como instrumento de reflexão da esfera política e social.

O discurso produzido pelo humor, desde os tempos medievais, ou até em tempos mais remotos, [...] tem um caráter sarcástico, crítico, caricatural, ácido, corrosivo, etc., podendo se converter em um dispositivo para reflexão acerca do mundo e da sociedade já que, em sua essência, é “[...] uma forma de linguagem construída especialmente para a comunicação daquilo que se encontra vigiado e aprisionado no plano psicológico, social ou político.” (JUSTO, 2011, p. 108). (GRUDA, 2011, p.754)

A crítica é formalmente definida como uma análise avaliativa de alguma coisa, ou ação de julgar ou de criticar, cuja função principal é valorar ou fazer um juízo de valor. Como destacam Soares e Serelle (2013, p. 175-176),

O termo valor evoca, em sua origem, os sentidos de avaliação e validação, por reconhecimento do vigor, mérito ou importância de um determinado objeto. Valores são constituídos por traços diversos, de aspectos culturais, ideológicos, institucionais, relacionados à tradição de um repertório e/ou ancorados em contextos em que determinadas performances adquirem importância aumentada.

No século XVII, observamos as primeiras impressões da crítica a partir da concepção do profissional, o crítico especializado. De acordo com Bassoli (2017, p. 50), “começam a se instituir ‘padrões de juízo’, a partir da confiança na profissão”. O processo da crítica se desenvolve, e, durante o século XVIII ou Século das Luzes, o humor é usado como instrumento intelectual crítico. Os filósofos da época distinguiam o humor, entre falso e verdadeiro, sendo considerado verdadeiro a forma de humor atrelada a percepção de crítica, enquanto o humor falso remetia ao lúdico.

Assim como diversos setores e movimentos da sociedade, o riso acompanhou o desenvolvimento de uma consciência social coletiva cada vez mais reflexiva e crítica. O século XVII foi palco de conflitos que, por rogar o retorno do equilíbrio e o fim das indecências carnavalescas, provocaram intensas e complexas reflexões sobre o riso e uma tomada de consciência acerca de seus usos e funções. A elite intelectual do século XVIII absorveu tais reflexões e, então, passou a adotar posturas que substituíssem o riso escrachado por um humor mais refinado e a serviço da crítica social, política e religiosa. Enquanto no início do período renascentista o riso era burlesco e grotesco, isto é, meramente debochado, no século XVIII houve uma mudança de postura, de modo que o riso se transformou em uma ferramenta para fazer diferença em um mundo que estava prestes a sofrer mudanças profundas. (GUIMARÃES, 2016, p. 56)

Devido essa crença do refinamento do risível, o humor perde as características de comicidade pitoresca e se organiza através de mecanismos, como a sátira, a paródia e a ironia, conferindo um novo humor, intelectual e a serviço da razão.

Proveniente da literatura antiga (greco-latina), a sátira é um gênero que se constitui a partir das comédias gregas, com o intuito de tornar os cidadãos mais críticos. A sátira latina apresentava traços similares, pois incorporava através da literatura, discussões acerca dos problemas da sociedade romana. O conceito do gênero literário satírico pode ser explicado pelo termo grego “*spoudaiogeloion*”, que é traduzido como uma ligação entre o cômico e o sério. Dessa forma, podemos entender que a sátira tem como finalidade suscitar o riso por meio da crítica, sobretudo dos valores sociais, comportamentos e da moral (GUIMARÃES, 2016). A respeito das características da sátira, Guimarães explica que,

(i) todas as obras de sátira possuem um caráter moralizador no sentido lato do termo, isto é, o autor satírico assume e expõe determinado posicionamento considerado por ele como correto e virtuoso e o compartilha com o leitor a fim de criticar com veemência o vício contrário a tal virtude. Interessante notar que raras vezes o autor de uma sátira explicita a atitude considerada por ele como correta. Essa resposta fica implícita, e é no ato do riso que a identificamos. Portanto, dizemos que a crítica da sátira é sempre uma crítica negativa, uma vez que denuncia vícios sem apontar claramente a virtude. A segunda característica do gênero satírico: (ii) apresenta, juntamente ao caráter moralizador, uma vertente de entretenimento. Com isso, a sátira une ética com estética. Salientamos que essa característica não é exclusiva do gênero literário satírico, pois vários outros gêneros também possuem um viés de entretenimento agregado. O que confere à estética satírica uma característica única é que esse entretenimento ocorre, na maior parte, mediante a utilização do humor. (GUIMARÃES, 2016, p. 67).

Já a paródia é um recurso que utiliza da reformulação de um produto, retirado de seu contexto para ser introduzido em um novo. Ela também surge na Antiguidade, se fazendo presente nas comédias. Em sua origem, a paródia apresenta um caráter exclusivamente literário. Contudo, ao longo da história, ela passa a ser incorporada pela sátira, descaracterizando sua exclusividade. Segundo Guimarães,

Não são necessárias análises complexas para identificarmos que a comicidade é constantemente pautada no recurso da paródia, realizada em locais extraliterários por natureza [por exemplo, na internet]. Ademais, a questão da transcontextualização é forte diante do anseio crítico e contestatório do humor contemporâneo, o que nos faz previamente entender que estamos tratando de um humor que trabalha a sátira e algumas características do recurso paródico de uma forma em que ambos se unem em prol de um fim comum. (GUIMARÃES, 2016, p. 69)

Por último, a ironia é definida pela compreensão do não dito por meio do que foi dito. Ou seja, um indivíduo tece um comentário irônico, visto que, na realidade, ele queria dizer outra coisa e espera que as pessoas entendam o sentido daquilo que ele gostaria de ter dito, mas disse o contrário. O discurso irônico humorístico, é, portanto, realizado através do riso provocado diante de um contexto específico. “Atentemo-nos, todavia, para o fato de que nem toda ironia é divertida, assim como nem todo humor é irônico. No entanto, ambos envolvem relações de poder e dependem de contextos e conjunturas específicas para existir” (GUIMARÃES, 2016, p. 69).

A concepção de humor concebida no período renascentista propõe o funcionamento de uma comicidade mais analítica e reflexiva. Assim sendo, entendemos que o humor crítico apresenta intenso potencial de transformação, pois ele não se encerra no intento de apenas provocar risadas. Em vista disso, se torna necessário pensarmos as potencialidades da junção entre humor e crítica (com e sem a decorrência da risada).

1.4 Humor e crítica

Em frente ao breve contexto histórico apresentado sobre o humor e suas configurações, é possível notar a relevância da crítica como uma estratégia de comunicação. Neste cenário, emerge o termo “humor crítico”, que se baseia no entendimento de criticar através do humor. Isto posto, observamos que a crítica aponta a função de fazer uma correção social daquilo que apresenta uma “rigidez mecânica”, daquilo que é repetitivo, automatizado. Sobre isso, Guimarães acredita que “todo grupo social que quer se desprender valorativamente de uma

sociedade mais ampla, imersa em um sistema de normas institucionalizadas, é levado, por assim dizer, a criar modos de questionamentos e abrandamentos da rigidez” (2016, p. 49). É nesse contexto que se insere o humor crítico, formador de novas opiniões. Ademais, podemos partir da ideia contrária, de se fazer rir pela crítica. Nesta situação, o riso torna-se uma consequência natural.

Independente da abordagem escolhida, o propósito entre o humor e a crítica é quebrar as expectativas sobre noções antes tidas como irrefutáveis.

Ou seja, consideramos o discurso humorístico de alguns meios, por carregar em seu bojo o questionamento e a crítica às práticas e costumes sérios e oficiais da sociedade, das instituições, etc e assim conseguir virar isto tudo do avesso, como um discurso que pode provocar reflexões. (GRUDA, 2011 p. 757)

É importante destacar que a comunicação crítico-humorística não reforça nenhuma verdade. Ao contrário, ela possibilita um panorama sobre todas as perspectivas e expõe as fragilidades e as consistências de todos os discursos. A viabilidade do humor crítico sobrevém precisamente, porque ele é escrachado. Conforme Pereira (1997, apud Júnior, 2017, p. 05),

[..] o prazer do cômico não depende tão somente de um princípio estético puro, desligado do mundo, mas está a este sutilmente relacionado, como que possuindo uma ‘segunda intenção’, segunda intenção essa que está relacionada à necessidade de humilhar, de corrigir, ao menos externamente.

Quando falamos sobre as segundas intenções do humor, nos referimos as finalidades externas ao riso, nas quais realizam uma correção social a partir da formação de opiniões e do exercício da reflexão. Na sociedade moderna, o papel de correção social é relacionado ao trabalho jornalístico, que desde as suas origens, se coloca como vigilante e a serviço do povo. Diante disso, vamos voltar nossa atenção para a prática jornalística atrelada a uma função crítica, contestadora da realidade e importante para o desempenho da democracia.

2 JORNALISMO E HUMOR

Podemos perceber traços de humor desde os primórdios do jornalismo. Como visto anteriormente, o humor exercia função relevante de crítica social contribuindo para o equilíbrio da sociedade. No jornalismo, ele adentra com a mesma finalidade.

Com o advento da imprensa no século XVIII, os registros de humor migraram também para a mídia impressa. Foi a partir desse momento que as produções gráficas humorísticas, como a charge, o cartum e as histórias em quadrinhos se concretizaram. As primeiras charges surgiram no início do século XIX com o intuito de fazer uma interpretação das notícias recentes. Elas são caracterizadas por Guimarães como “de forte cunho crítico e político e de viés satírico-caricatural”. (2016, p. 73). Como explica Castro

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. (CASTRO, 2010, p. 1)



Figura 3: Charge "A Campanha e o Cujo". (Manuel de Araújo 1837)

Fonte: <http://bdib.bn.gov.br/acervo/handle/20.500.12156.3/47060>

Já o cartum carrega consigo a técnica do exagero e muitas vezes vinha acompanhado de legendas. Diferentemente da charge, ele aborda assuntos atemporais. Dessa forma, os cartuns apresentam tempo de vida prolongada.

O início da prática dos cartuns em produções gráficas remete ao ano de 1841, data em que a revista inglesa “Punch”, periódico de humor mais antigo do mundo ainda em circulação, publicou a primeira imagem. No Brasil, a prática de publicar cartuns começou em 1964 na revista “Pererê”, assinada por Ziraldo. (GUIMARÃES, 2016, p.73)

As histórias em quadrinhos foram originalmente criadas fora do contexto do humor. No entanto, a partir do aperfeiçoamento dos desenhos, os quadrinhos passaram a incorporar o humor como estratégia para a execução de críticas políticas que burlassem a censura.

No século XIX, as HQs se popularizaram definitivamente. A inspiração satírica dos ilustradores europeus fez com que as publicações se voltassem cada vez mais para o humor em periódicos próprios do gênero, como os franceses “La Caricature” (1830) e “Journal pour Rire” (1848) e as revistas inglesas “Punch” (1841) e “Judy” (1867). O primeiro personagem cômico das HQs foi o “vagabundo” [mendigo], publicado no fim do século XIX em jornais ingleses e início do século XX em periódicos norte-americanos. O tratamento marginal dado à figura do mendigo conferiu aos ilustradores liberdade para tratar de forma satírica e irônica a sociedade burguesa e o governo. Dessa maneira, as HQs denunciavam o autoritarismo, a repressão da sociedade e, em especial, o abuso de autoridades. (GUIMARÃES, 2016, p.74)

No Brasil, o humor adentra a imprensa no início do século XIX, tanto na perspectiva gráfica quanto na textual. Nessa mesma época, a história da imprensa brasileira é marcada fortemente pelo jornalismo humorístico, que se consolidou até os dias atuais. A primeira publicação caricatural no jornalismo ocorreu em 1837, no *Jornal do Commercio*. De acordo com Lobato (2018, p.22), “a caricatura foi a escolhida pelos desenhistas para começar a subverter a lógica séria e/ou austera das publicações. A escolha não foi ao acaso, já que havia no país grande número de analfabetos”.

Alguns jornais comunicavam assuntos políticos por meio do humor e da crítica. Como exemplo, “*O Diabinho*”, jornal veiculado na cidade de Ouro Preto, Minas Gerais nos anos finais da monarquia,

Usando do estilo literário sátira, O Diabinho cria referências da ação ali descrita por meio da linguagem em curso, produzindo informações sobre personagens e instituições e sua relação com o contexto em que estão inscritos. Os textos em seus aspectos de organização interna misturam frases em português com sentenças latinas e francesas, também como recurso para evidenciar e reforçar a argumentação crítica. Há também a inserção de lendas dentro da narrativa como forma de atenuar o dito. [...] Com predominância textual, sendo a questão imagética marcante na composição do nome do jornal nas primeiras páginas, as edições se destacavam pelo uso do humor satírico para criticar e também revelar as questões sociais, principalmente o modo de fazer política na cidade de Ouro Preto dos oitocentos. (SILVA, 2019, p. 41)



Figura 4: Logo *O Diabinho*. (27 de março de 1886)

Fonte: Franciele M. da Silva. Biblioteca Pública Estadual Luiz de Bessa.

Assim como no jornal “*O Diabinho*”, os recursos literários da Sátira, Paródia e Ironia se farão presentes em todo o percurso da história do humor no impresso. Além deles, a construção da imagem por meio de charges, cartuns e ilustrações também disporão de marcações fortes no jornalismo humorístico brasileiro.

Outras publicações jornalísticas que trouxeram o humor foram o jornal *Folha da Noite* - precursor na veiculação de cartuns - , “*A Mutuca Picante* (1834), *Lanterna Mágica* (1844), *O Diabo Coxo* (1864), *Semana Ilustrada* (1860), *Comedia Social* (1871), *Revista Ilustrada* (1876), *Binoculo* (1881), *O Malho*, *O Tagarela* (1902), *Fon Fon* (1907), *Careta* (1908), *A Rolha* (1918) e *A Noite Ilustrada* (1930).” (SEQUEIRA, 2011, p. 10)

Como no início do século XX, a história do Brasil é marcada por governos autoritários e, conseqüentemente, pela censura da imprensa, o humor exerce no jornalismo um importante papel de crítica. O jornalismo humorístico adquire nova roupagem, fundamentada em uma linguagem que possibilitasse burlar a censura e com ele, novos profissionais fazem o seu nome. Essa estratégia do jornalismo de humor no século XX ficou conhecida no Brasil como, jornalismo alternativo.

2.1 Jornalismo e humor em tempos de censura

A Era Vargas (1930-1945), período no qual governou Getúlio Vargas, foi o período do surgimento do jornalismo alternativo. O pioneiro dessa estratégia e também do jornalismo de humor foi Aparício Torelly, mais conhecido como o Barão de Itararé. Seu maior sucesso foi o jornal *A Manhã* (1926) (Figura 5), no qual fazia uma apologia ao principal jornal Diário da cidade do Rio de Janeiro, *A Manhã*, de Mário Rodrigues (pai de Nelson Rodrigues). Em 1930, a produção do seu jornal foi interrompida devido a ditadura de Vargas. Em 1934, Torelly dirigiu

o Jornal do Povo, que também foi interrompido, sendo ele capturado e espancado. Em 1935, A Manha é novamente aberto.

[...] em 1935, o Barão de Itararé resolveu investir novamente em A Manha, relançando o jornal e, como uma ironia aos ataques sofridos, colocando na porta da redação um letreiro que dizia "Entre sem bater". O pedido não foi atendido: o jornalista foi levado para o presídio de Ilha Grande, onde permaneceu durante um ano e meio e conheceu diversos integrantes do Partido Comunista e o escritor Graciliano Ramos (e chegou a se tornar personagem da obra Memórias do Cárcere). Quando saiu da cadeia, em 1937, tentou reabrir o jornal, mas foi impedido pelo Estado Novo. Bastou o fim da ditadura, entretanto, para que Torelly devolvesse vida à publicação, conseguindo relançá-la em 1945 e, novamente, obtendo grande sucesso – tanto que, em 1947, foi eleito vereador da então capital da República pelo momentaneamente "legal" Partido Comunista Brasileiro. Em 1948, o Barão foi obrigado a pôr um fim em A Manha, motivado por dificuldades financeiras e debilidade física – já que havia sofrido dois derrames. O humor, no entanto, o impelia a continuar e, entre 1949 e 1955, ele publicou três Almanques d'A Manha, como se fossem homenagens – e, quem sabe, uma forma de continuar dando vida – ao jornal que fez história. (SEQUEIRA, 2011, p.13)



Figura 5: Jornal "A Manha". (1930. Edição 28. p. 1 e 8)
Fonte: <http://bndigital.bn.br/acervo-digital/manha/720984>

A Ditadura Militar no Brasil também é lembrada como um período marcado pelas censuras. Como explica Sequeira, entre 1964 e 1985 aconteceram vários episódios de fechamento e destruição de redações e também registro de desaparecimento, tortura e morte de muitos jornalistas.

Diante do autoritarismo do Estado, foi necessário que a imprensa e os modos de fazer notícia se reinventassem. Essas novas configurações do jornalismo que ocasionaram a consolidação do jornalismo alternativo.

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. (CASTRO, 2010, p.03)

Em 1968, após a implantação do AI-5 e o decreto de Lei que fortificava a censura prévia, se tornou mais difícil a liberdade de expressão na prática jornalística. Os jornais de tablóides e as revistas, que configuravam os principais meios de comunicação da imprensa alternativa recorreram mais fortemente ao humor, como instrumento principal de confronto à censura. Durante este caos ditatorial nascem a revista Pif-Paf (Figura 6) e o jornal O Pasquim.

Originalmente, Pif-Paf era uma seção publicada no semanário O Cruzeiro, lançado por Assis Chateaubriand e que circulou de 1928 a 1982. Criada por Millôr Fernandes – que assinava sob o pseudônimo de Emmanuel Vão Gôgo –, a seção estava calcada no humor para desenvolver interpretações críticas “sobre o imaginário do universo político do populismo”. [...] A seção foi publicada até 1963, quando os setores religiosos mais conservadores da sociedade (como as Ligas Católicas – que apoiaram o golpe de 1964) pressionaram O Cruzeiro pelo fim de Pif-Paf devido à produção de uma fábula, encomendada pela própria direção da revista a Millôr, intitulada de A Verdadeira História do Paraíso, em que se questionava a condição humana e personagens bíblicos. Depois do conflito gerado e como protesto à sua demissão do semanário, Millôr Fernandes se aventurou e lançou uma revista autônoma de circulação quinzenal, que levava o mesmo nome de sua antiga seção. Pif-Paf foi publicada pela primeira vez no dia 21 de maio de 1964, trazendo a seguinte frase editorial: “Não temos prós nem contras, nem sagrados nem profanos”. Encabeçada por Millôr, a produção da revista contou com a participação de jornalistas como Jaguar, Claudius, Ziraldo, Fortuna e Sérgio Porto – que, alguns anos depois, lançariam O Pasquim. (SEQUEIRA, 2011, p. 15-16)



Figura 7: Jornal “O Pasquim” nº 8. (p. 1 e 13, 1969)

Fonte: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=124745&pagfis=22596>

O jornalismo no Brasil viveu durante muitos anos a censura, mas apesar disso, sobreviveu por meio de tantos nomes que surgiram para defrontar a violência e criticar a barbárie. O humor foi o mecanismo essencial para que a crítica se realizasse.

2.2 Limites para o humor

Os anos de censura no Brasil ainda são lembrados nas discussões sobre o cerceamento da imprensa. Deslocando a polêmica para o humor, adentramos em um debate que compreende os limites do humor. Esse debate geralmente ocorre sob dois vieses. O primeiro irá defender toda a forma de liberdade, inclusive no humor, alegando a seriedade da censura. O outro irá defender supostos limites para o humor, por meio de uma pauta branda, não agressiva.

Exemplificando, um acontecimento recente na história, suscitou grande comoção e recordou as discussões sobre os limites do humor. Em janeiro de 2015, houve o atentado ao jornal satírico francês, Charlie Hebdo. Os acusados do massacre, que resultou na morte de 12 pessoas, disseram ter cometido o crime devido as publicações desrespeitosas do jornal, especificamente, caricaturas de Maomé, profeta Islâmico (Figura 8).

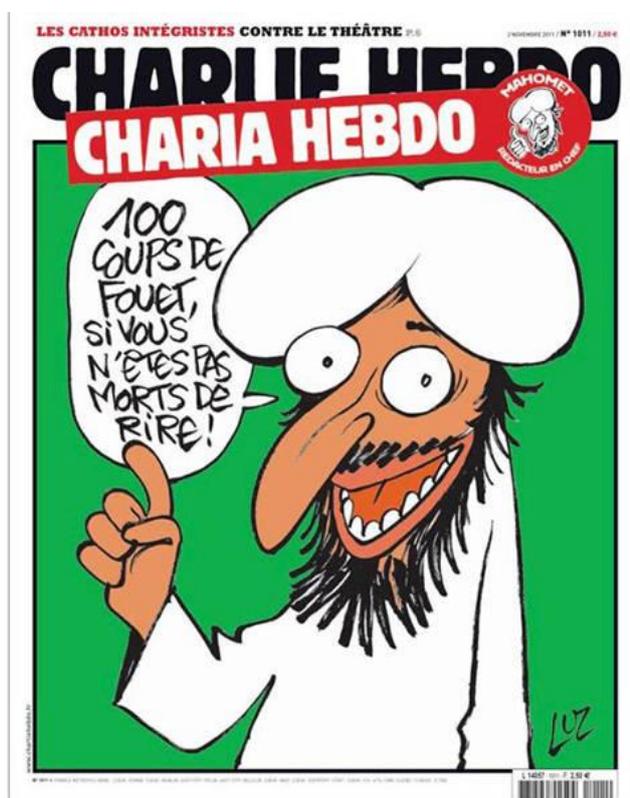


Figura 8: 100 chibatadas, se você não morrer de rir. (“100 coups de fouet si vous n’êtes pas morts de rire”)
Fonte: Capa da revista Charlie Hebdo de 2015

A polêmica sobre o atentado ocasionou pontos de vistas distintos. Alguns defendiam o jornal, pois acreditavam que a liberdade de expressão era válida sob qualquer circunstância. Outros lamentaram o ocorrido, mas perceberam que o conteúdo veiculado pelo jornal era impróprio e possivelmente, instigou o próprio atentado.

A discussão sobre os limites do humor permeia campos diversos, sendo o jornal Charlie Hebdo um exemplo extremo das repercussões que o assunto pode ocasionar. Apesar disso, são comuns os acontecimentos de processos judiciais contra programas televisivos de humor, revistas e até mesmo humoristas. Alguns sofrem processos devido aos conteúdos veiculados,

como é o caso do canal do Youtube “Porta dos Fundos”², do humorista Rafinha Bastos³ e do *sitcom* “Casseta & Planeta, Urgente!”⁴

Diante dessas questões se torna indispensável discutirmos os limites, principalmente, na esfera da ética. Serão estes veículos de humor apenas injustiçados, ou estarão eles ultrapassando barreiras desnecessárias?

Um termo que se popularizou no Brasil para se referir às piadas antiéticas, encobertas de preconceitos foi o “politicamente incorreto”. Para alguns comediantes, como Danilo Gentili e Rafinha Bastos, toda piada é válida e eles justificam seu posicionamento dizendo que “é só uma piada”⁵ e que não deve ser levada a sério. Contudo, numa perspectiva ética, é necessário o cuidado para não estereotipar ou ferir determinados grupos e pessoas. Lery discorre em seu artigo sobre um episódio do programa *The Noite de Gentili*, no qual o humor ultrapassa a ética, incitando à violência.

Danilo Gentili entrevista a jornalista Rachel Sheherazade, companheira de emissora que, na época, estava sendo acusada de incitação à violência por ter legitimado a ação de um justiceiro que havia amarrado pelo pescoço, nu, em um poste, um menino negro acusado de ser um ladrão. Gentili dá à entrevistada a oportunidade de se explicar, e ela esclarece que compreendia a atitude do justiceiro, mas que não a estimulava. O apresentador pergunta cnicamente: “então você não acha que eu posso prender no poste se eu não fui com a cara de alguém?”, e, frente a negativa de Sheherazade, continua: “então solta, Juliana”. A câmera se desloca para um canto do estúdio no qual a assistente de palco mostra, preso a um mastro, o humorista Murilo Couto, parte do elenco do programa, seminu, gritando. Apesar da negação verbal da incitação à violência, a piada com o tema ameniza claramente o conflito. A imagem do humorista preso ao poste estabelece uma relação de sátira com o ocorrido, mas essa abordagem cria uma aparência de falsa simetria. O cômico que ridiculariza a situação de Murilo Couto preso ao poste no estúdio de *The Noite* silencia questões mais profundas sobre o adolescente preso ao poste no Aterro do Flamengo: o fato de o garoto ter sido espancado e levado uma facada na orelha, de ser adolescente, de ser negro, da cena remeter a um pelourinho de menos de dois séculos atrás, nada disso teve espaço nessa piada. A sátira, neste caso, fornece o quadro narrativo necessário para que essas práticas aconteçam. (LERY, 2015, p.14-15)

Em outro artigo, Lery (2018) discorre sobre o papel que o cinismo apresenta nos programas de entretenimento e na construção da informação na cultura midiática. Para a autora, esse recurso do humor serve como autoafirmação de uma ideologia hegemônica e das relações de poder na sociedade. Analisando os Talk Shows *Agora é Tarde* e *The Noite*, Lery afirma que os modelos de crítica estão ameaçados.

² Porta dos Fundos é uma produtora de audiovisual que contém o canal de humor de mesmo nome no Youtube. Alguns de seus filmes produziram bastante discussão, pois foram acusados de possuírem conteúdo de intolerância religiosa.

³ Rafinha bastos é um humorista, apresentador de *stand-up comedy* e youtuber brasileiro.

⁴ Casseta & Planeta, Urgente! é um programa de televisão satírico em formato *sitcom*, veiculado pela rede Globo durante 1992 até 2010.

⁵ Fala do documentário “O Riso dos Outros” de Pedro Arantes.

A responsabilidade do apresentador do talk show é para com a piada, e não com o posicionamento político que ela expressa. [...] As regras deste jogo passam pela ideia de humor como finalidade, e não envolvem uma tomada de responsabilidade para o que está além do riso, ou seja, a maneira como as piadas se posicionam em relação a discursos hegemônicos na sociedade. Este é, ao menos, o discurso afirmado. (LERY, 2015, p 18)

De forma semelhante, Gruda defende o esvaziamento do humor moderno. Para o autor, a contemporaneidade pode ser considerada uma sociedade humorística, pois o discurso do humor se fez presente em diversas instâncias e nas relações dos indivíduos. Contudo, segundo ele, o humor que era antes possuía efeito “combativo e contestador” é enfraquecido pela utilização do cinismo e pelo propósito do divertimento,

Nesta esteira de ideias é possível depreender que anteriormente vivíamos em uma sociedade do conflito, onde as diferenças eram acirradas e os antagonismos sociais podiam e geravam embates, desordem e revoluções e na qual o humor crítico e agressivo, embora combatido pelos poderes e normatizações instituídas, tinha seu espaço e funções. Porém, ao passarmos para uma sociedade do consenso (e humorística), dominada pelo respeito exacerbado a diferença e por um discurso ético moralizante extremista, o humor para poder ser aceito deve, de fato, ter reios, regras e parâmetros de “boa conduta” estabelecidos a priori e, tal qual a maioria das coisas no e do mundo atual, a comicidade também tem de estar adequada, fundamentada sintonizada ao discurso do politicamente correto. (GRUDA, 2011 p. 4)

Como pudemos perceber, a discussão que permeia o politicamente correto apresenta diferentes vieses. Segundo Soares (1998, apud SOUZA, 2017, p. 60),

Politicamente correto não é uma coisa, uma substância, uma gramática autoritária e rígida, passível de descrição abstrata, ou uma nova ética. É o nome vago e controverso de um processo aberto, em construção, tenso e incerto, que funciona como uma gravitação sociológica, impelindo os indivíduos a constantes negociações e renegociações de sentidos e valores.

O autor acrescenta dizendo que "o humor mais correto, politicamente, é aquele em que não há restrições à fala, mas sofisticação na escuta." (SOARES, 1998, apud SOUZA, 2017, p. 60). Esse posicionamento é o mesmo defendido por alguns humoristas brasileiros no documentário “O Riso dos Outros”⁶ de Pedro Arantes. No longa, diversos profissionais da área do humor e outras personalidades opinam sobre questões relacionadas ao humor. Alguns discorrem sobre o inerente viés maldoso e preconceituoso que o humor carrega consigo, como na fala da cartunista Laerte e do cartunista André Dahmer:

“O humor dialoga com o preconceito das pessoas. O humor, para se realizar, ele precisa falar a mesma linguagem de todos ali que estão partilhando. Seja o comediante ou o contador de piada, ele precisa partilhar com sua plateia de um repertório de conceitos. Enfim, são pré-conceitos, conceitos prévios. Sem essa partilha, não se realiza o humor. Agora, que sempre vai haver alguém ofendido, sim. A negociação dessa ofensa é que depende do momento histórico. Em alguns momentos históricos, essas ofensas são, sim, passíveis de processo”. (LAERTE)

⁶ O Documentário produzido pela TV Câmara e lançado em 1 de dezembro de 2012. https://www.youtube.com/watch?v=uVyKY_qgd54&t=256s

“O ataque às minorias é uma regra do humor. Parece que não é possível fazer coisa melhor”. (ANDRÉ DAHMER)

Em sua análise sobre o documentário, Souza afirma que,

O posicionamento resume, ao mesmo tempo, a justificativa para a utilização de temas variados e, sobretudo, os que envolvem grupos historicamente desprestigiados (mulheres, gays, negros, deficientes etc.), mas também a compreensão de que a aceitação do público em torno desses temas é uma prova de que o problema não está no tema das piadas, mas no modo como a sociedade partilha e aceita tais temáticas no dia a dia. O problema é, segundo esses humoristas, o cúmplice: a sociedade. (SOUZA, 2017, p.54)

Souza completa dizendo que a discussão sobre os limites do humor e o politicamente correto são de fato contraditórias, pois “para um lado, o humor pode se valer da moral em um ato humorístico, para outro, a ‘escuta’ deve se valer da moral para avaliar um ato em uma sociedade” (2017, p. 60-61)

Outros entrevistados são contrários a esse posicionamento e tecem argumentos em torno da noção de um humor inteligente. A partir da fala de alguns deles, podemos inferir que o humor considerado, "não inteligente", é este carregado de preconceitos.

“As piadas preconceituosas são o primeiro nível do humor. É um humor mais baixo, mais fácil e mais raso. [...] Você derrubar a autoridade, é você revelar o seu próprio ridículo. Isso é mais difícil e quando você consegue, a piada é melhor”. (ANTÔNIO PRATA, Cronista e escritor)

“A piada preconceituosa se ancora em determinados valores, por definição preconceitos solidificados na sociedade. Então é fácil fazer piada com esses estereótipos, porque eles estão prontos para você. Desmontá-los é muito mais difícil”. (IDELBER AVELAR, Ensaísta e professor de literatura)

“É curioso que a piada homofóbica, que coloca o homossexual como subalterno seja encontrado só por heterossexuais. Então essa piada não é neutra. Em nome da liberdade do humor, a gente não pode achar que toda piada é válida, que tudo é humor. Existem outras formas de fazer humor. Existem outras maneiras de fazer rir sem humilhar os outros. Alguém de talento de verdade consegue fazer isso e mesmo quando você traz essas minorias para a piada, ela não precisa ser, necessariamente, humilhando a pessoa” (JEAN WYLLYS, Ex-deputado Federal).

Em um episódio do programa “Café Filosófico”⁷, veiculado em 23 de outubro de 2016 com o tema “Pode rir? o humor e a insanidade do politicamente correto”, o jornalista e humorista convidado, Marcelo Tas afirma não acreditar que o humor possua limites e diz que “para os poderosos é muito importante que não existam humoristas. Os poderosos estão loucos para que existam limites para o humor” e completa dizendo que “tudo é melhor do que censura” Em uma de suas falas ele justifica o humor "não inteligente" como um erro do comediante, ou

⁷ O programa de televisão “Café Filosófico” é transmitido pela TV Cultura em parceria com o Instituto CPFL Energia. O programa foi ao ar pela primeira vez em abril de 2003 e ainda continua sendo veiculado.

uma piada mal feita. Segundo Tas, vários casos em que se discute os limites do humor é, simplesmente, porque a piada não tinha graça.

“O cara errou a mão na piada. Muitos humoristas encontram dificuldade em expressar uma ideia numa piada e erram a piada. Isso acontece muito. Ele erra o alvo da piada”.
(MARCELO TAS)

Após 21 anos sob regime ditatorial, e, portanto, do cerceamento da imprensa, se torna compreensível a postura negacionista de humoristas diante os limites do humor. Contudo, existem aspectos a serem considerados. Como exemplo, o que distingue uma piada de uma visão supremacista?

De acordo com Gruda, algumas das conclusões que podemos adquirir sobre as controvérsias dos limites do humor e o politicamente correto são:

Pensando o humorismo e o discurso do politicamente incorreto, na pós-modernidade [no contemporâneo], pode-se chegar a uma bifurcação contraditória aonde, no entanto, caminhos diferentes apontam leituras possíveis, seriam elas: (a) o cinismo e a superficialidade como marcas da contemporaneidade (b) o discurso politicamente correto e do respeito à diferença que também permeia a sociedade atual. Ambos os pontos de vista são possíveis, pois se por um lado a pós-modernidade implodiu qualquer projeto coletivo e, portanto, fez com que os sujeitos se individualizassem mais e o humor fosse banalizado, vilipendiando até mesmo “[...] os problemas mais cruéis da humanidade como a violência, a fome a miséria.” por outro, o policiamento social do “respeito” às diferenças, expressado através do discurso politicamente correto, impede, muitas vezes, a catarse e as possíveis reflexões que o humor ácido, crítico e escrachado proporcionaria envolvendo temas que tangem a estas (mas, não só) questões. (GRUDA, 2011, p.6)

Na discussão sobre os limites do humor, destacamos que a censura não deve ser uma alternativa, uma vez que ela impossibilita a liberdade de expressão do humorista. Além disso, durante o regime ditatorial, no qual não se podia ir contra ao Estado, o humor foi instrumento essencial de resistência, pois era capaz de informar a população, criticar as atrocidades e manter a estabilidade, através do riso do próprio infortúnio. Ou seja, com limites impostos ao humor, a crítica não seria capaz de se realizar inteiramente. Ao mesmo tempo, porém, se faz necessário o compromisso com a ética e o afastamento de piadas ofensivas, que ao reforçarem estereótipos e preconceitos, na verdade podem atuar como estratégias políticas para a desinformação e opressão de minorias. Por isso a primordialidade do humor é questionar, se fazendo contrário a toda forma de preconceito e desrespeito.

2.3 As potencialidades da adoção do humor pelo jornalismo

Vimos que na história, o jornalismo tenta se aproximar do cômico, para fazer seu trabalho como formador crítico. No entanto, a base do jornalismo e de suas fundamentações deontológicas esbarram, constantemente, na busca da eficácia a partir de uma abordagem neutra, objetiva e séria, ou seja, contrária ao humor.

Enquanto programas humorísticos são valorizados justamente pelo uso de estratégias jornalísticas, o jornalismo é questionado e perde sua credibilidade, quando se apropria do humor.

De modo geral, a imprensa tradicional ainda relaciona emotividade (e o humor) como ameaça a seriedade e, portanto, a credibilidade do veículo. No entanto, como destaca Pinto, as emoções no campo jornalístico são inegáveis e deveriam ser consideradas, uma vez que elas não estão desassociadas da razão. O mesmo pode ser verdade com relação ao humor.

Por um lado, as paixões seguiriam as lógicas construídas por códigos morais, sociais e culturais. Por outro, a razão comportaria sempre uma parcela de emoção, pois todo homem que pensa não apenas avalia os acontecimentos de forma mecânica e automática, mas também os vivencia e é afetado por eles. (PINTO, 2014, pg. 182)

A partir disso é possível pensarmos em uma reconstrução da prática jornalística, orientada para o humor. Na obra “A cultura popular na Idade Média e no Renascimento”, Bakhtin ressalta as potencialidades do riso.

[...] tem um profundo valor de concepção do mundo, é uma das formas capitais pelas quais se exprime a verdade sobre o mundo na sua totalidade, sobre a história, sobre o homem; é um ponto de vista particular e universal sobre o mundo, que percebe de forma diferente embora não menos importante (talvez mais) do que o sério; por isso a grande literatura (que coloca por outro lado problemas universais) deve admiti-lo da mesma forma que ao sério; somente o riso; com efeito, pode ter acesso a certos aspectos extremamente importantes do mundo. (BAKHTIN, 2002, p. 57)

Dado que na história, o humor se fez presente em vista de diversas finalidades, como suscitar novas interpretações, trazer a experiência reflexiva, causar o riso através das piadas inócuas e também fortalecer a democracia, suas propriedades seriam extremamente relevantes no jornalismo. Além disso, como destaca Júnior,

A inovação na forma de se transmitir a notícia pode fazer com que o receptor a receba de forma reflexiva. Ao colocar o fazer jornalístico em xeque, o que se propõe é justamente mostrar uma nova forma possível de se fazer jornalismo, que possa vir ao encontro do real objetivo dessa profissão, que é informar e formar opinião. (JÚNIOR, 2017, p. 6-7)

Silva (2002) dialoga sobre qual seria o objetivo da informação, se não a formação crítica. Ela explica que “convencionalmente, notícia é definida como um relato verbal” (p.08), mas contrapõe exemplificando a fotografia jornalística como um recurso visual, que constantemente conversa mais com o leitor do que a própria matéria escrita. Dessa forma, ela conclui o porquê

de o mesmo não ocorrer com as charges e cartuns, na medida em que também são conteúdos reflexivos e eficazes.

No caso de cronistas, colunistas e chargistas, é possível uma melhor utilização dessa condição catalizadora do comunicador. Ao assinar seus trabalhos, o articulista goza de maior autonomia para emissão clara da sua opinião podendo, inclusive, distanciar-se um pouco mais do prumo ditado pela linha editorialística do jornal. Nesses espaços, é mais fácil encontrar o exercício do humor de maior significação política, gerador de todo um potencial contra-hegemônico, ou seja, capaz de contraposição e resistência ao processo de verticalização das relações no âmbito da comunicação social. (SILVA, 2002, p. 10)

Acreditamos que as produções jornalísticas humorísticas, principalmente aquelas que exploram os gêneros como a sátira, paródia e ironia, são cobertas de significados e se bem articulados dentro de uma narrativa possuem o poder de mudança.

[...] a política de um discurso irônico pode ser usada [e de fato tem sido, como veremos mais adiante] para minar posições conservadoras e reforçar pontos de vistas liberais, ou vice-versa. Alguns autores avançam ainda mais nessas discussões e afirmam que a ironia não apenas trabalha para apontar complexidades de determinada sociedade ou realidade, como também tem o poder de mudá-las, mesmo que apenas por um curto período de tempo. São de Hutcheon (2000) as considerações mais assertivas acerca da capacidade que a ironia possui de contestar ideologias. A autora argumenta que a ironia é algo que surge de um reconhecimento de que o eu socialmente construído é arbitrário e demanda revisão de valores e convenções constantemente (GUIMARÃES, 2016, p.71).

Sendo um dos compromissos do jornalismo fazer refletir, a adoção do humor em seu exercício, eficácia é uma importante estratégia que se aplicada com perspicácia, pode contribuir para função do jornalismo de promoção do interesse público e fortalecimento da democracia. Como ressalta Silva,

O humor dentro do jornalismo poderia ser, deveria ser o impulso que leva a realizar um esforço de imaginação na tentativa de descobrir o que está certo através de uma coisa que parece errada, e como esta coisa deveria ser. Ou o que está errado na coisa aparentemente certa, procurando inclusive as razões daquela coisa errada. Isso significa admitir, conscientemente e com responsabilidade política, a participação mais ampla do receptor na construção da mensagem. Na verdade, essa deveria ser a tônica da prática jornalística como um todo, e se não é, é insuficiente apenas lamentar o fato. (SILVA, 2002, p. 07)

Como argumenta Lobato, “o fato de o jornalismo estar ligado a algo sério, pelo menos no senso comum, não significa que nele não haja espaço para o riso” (2018, p. 21). Sendo assim, faz-se importante refletirmos sobre as consequências das funções e procedimentos (enraizados) da prática jornalística e a potencialidade de adoção de novas estratégias, como, por exemplo, o jornalismo de humor.

3 HUMOR NO RÁDIO

Em 07 de setembro de 1922, no Centenário da Independência Brasileira, foi realizada a primeira transmissão oficial de rádio no Brasil. Através dos alto-falantes, membros da sociedade carioca puderam ouvir o discurso do Presidente Epitácio Pessoa e trechos da ópera “O Guarani” de Carlos Gomes. “O mesmo som chegava a receptores espalhados em outros pontos da Capital Federal, além de Niterói, Petrópolis e São Paulo”. (JUNG, 2004, p. 21)

Hoje em dia sabemos que a primeira rádio brasileira foi de fato a Rádio Clube de Pernambuco, com registros de atividades desde 06 de abril de 1919. (FILHO, 2019)

Posteriormente, foi inaugurada, por Roquete Pinto, a primeira emissora de rádio no Sudeste, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, cujo foco era a programação cultural e educativa. Pouco tempo depois, também surgem emissoras nos estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Paraná e Ceará. (ORTRIWANO, 2003)

Desde o período de sua implantação até o início da década de 1930, o rádio teve uma programação seleta, sendo seu público restrito a uma pequena parcela da população, a elite. Segundo Dias, o que se escutava nas rádios eram “músicas clássicas, operetas, palestras e recitais de poesia” (2011, p. 13) Contudo, essas especificidades prejudicaram a popularização desse meio de comunicação, fundamental para a expansão do mesmo. (FERRARETTO, FLECK, 2018).

As primeiras emissoras funcionavam como rádio sociedades, ou seja, dependiam do financiamento de seus ouvintes e associados para continuarem no ar. De acordo com Calabre, essa era a única forma das emissoras conseguirem alguma renda, e mesmo assim, nem todos os seus associados eram financiadores da rádio.

Para a execução da programação musical, elas contavam com empréstimos de discos de seus ouvintes e associados (que, em troca, recebiam agradecimentos no ar) e com a apresentação ao vivo de artistas, sem nenhum tipo de remuneração financeira. As emissoras empenhavam-se na busca de soluções para superar as dificuldades econômicas. Seguindo o modelo das rádios norte-americanas, tentavam conseguir patrocinadores para seus programas. (CALABRE, 2004, p. 06)

Para além das dificuldades com os anúncios, as rádios sofriam com a baixa qualidade de recepção e o custo da aparelhagem. Conforme Pinto (2011), a baixa potência dos transmissores também interferia na obtenção de patrocínio, pois o patrocinador também era ouvinte e se incomodava com a escuta ruidosa. Na medida em que o rádio foi se aprimorando, esse cenário também se alterou. Como destaca Calabre,

Esse quadro foi sendo modificado ainda na década de 1920, quando começaram a chegar ao Brasil os rádios com alto-falantes, já montados, prontos para o

funcionamento. A possibilidade da escuta coletiva por toda a família ou por todas as pessoas presentes nos recintos onde estivessem os aparelhos de rádio aumentou o interesse pelo veículo e deu início ao processo de popularização do mesmo. [...] Ao longo de 1926 e 1927 foram se multiplicando nos jornais e revistas os anúncios de aparelhos de rádio e de firmas especializadas em instalá-los — necessárias, já que as casas não estavam preparadas para receber aquela novidade. (CALABRE, 2004, p. 09)

Foi somente em 1932, com a permissão da publicidade radiofônica, por meio do decreto 21.111 do Presidente Getúlio Vargas, que as emissoras obtiveram um real patrocínio. Dessa forma, o rádio foi se estabelecendo como principal veículo de comunicação da época (PINTO, 2011).

A transição do rádio da fase amadora para a comercial proporcionou a criação de novas emissoras. Em busca de aumentar o seu público, elas se profissionalizaram, investindo em programas populares e dinâmicos. Contudo, essa mudança foi alvo de crítica por parte da elite que defendia a produção de conteúdo radiofônico estritamente cultural e educativo.

À medida que o rádio ia se popularizando, passava a sofrer fortes críticas de uma parte da intelectualidade, que insistia em mantê-lo como um veículo com fins educativos e divulgador da produção cultural erudita. Grande parte das críticas era dirigida à programação musical, em especial os sambas, marchas e canções, que passavam a dominar as emissoras populares. Em 1933, César Ladeira afirmava que o rádio estava vencendo na sua finalidade de divertir, e que querer mantê-lo como veículo meramente educativo era um grande equívoco: o modelo de rádio bem-sucedido seria o do veículo de entretenimento. (CALABRE, 2004, p. 08)

Com o dinheiro dos patrocinadores, o rádio pôde investir em artistas contratados. O primeiro programa nesse padrão foi o “Casé” na Rádio Phillips do Rio de Janeiro. Sendo um marco da programação radiofônica do Brasil, o “Casé” foi pioneiro das radionovelas, dos radio-teatros e programas interativos. Além disso, ele também foi o primeiro na utilização de jingles - mensagem publicitária musical. (FARIAS; SOUZA, 2010)

Criado em 1932 pelo pernambucano Ademar Casé, o “Programa do Casé” foi ao ar por quase 20 anos. Famoso por ser inovador, foi o primeiro a substituir a música erudita por músicas populares brasileiras, como o samba e o chorinho. Casé também foi o primeiro a introduzir as músicas de fundo (background), inspirado nos modelos das rádios inglesas e estadunidenses. De acordo com Farias e Souza, o programa tinha exclusividade com alguns dos maiores nomes do cenário artístico brasileiro da época, como Sílvio Caldas, Vicente Celestino, Mário Reis, Orlando Silva, Francisco Alves, Heloísa Helena, Noel Rosa, Carmen Miranda, Aurora Miranda, Marília Batista e Pixinguinha.

Em 1939, durante a ditadura do Estado Novo foi instituído o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que tentava regular o funcionamento das emissoras radiofônicas, além de produzir o programa de rádio do governo “A Hora do Brasil”.

A censura da mensagem radiofônica não impediu o crescimento do rádio, sendo criadas 75 emissoras entre 1923 e 1940. (PAGANELLA, 2017).

Durante as décadas de 1940 e 1950, dentro do conjunto das emissoras cariocas, especificamente, e mesmo brasileiras em termos gerais, destacava-se a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, que criou uma espécie de modelo de programação radiofônica seguido pelo restante do país. As rádios Mayrink Veiga, Tupi e Tamoio, junto com a Nacional, eram as que obtinham os maiores índices de audiência. Em outras regiões podem ser destacadas as rádios: Clube de Pernambuco; Jornal do Comércio, de Recife; Farroupilha e Gaúcha, do Rio Grande do Sul; Inconfidência, de Belo Horizonte; e as paulistas Excelsior, Record, São Paulo e Tupi. (CALABRE, 2004, p. 5-6)

Inaugurada em 1936, a Rádio Nacional do Rio de Janeiro foi a emissora mais popular da época e serviu de modelo para outras. Segundo Calabre, a Nacional contava com artistas contratados, orquestras, aparelhagem da melhor qualidade e, posteriormente, as maiores audiências de rádios novelas e programas de auditório. Nela, surgem os primeiros programas humorísticos radiofônicos, sendo o pioneiro a dupla de caipiras, Alvarenga e Ranchinho.

A dupla surge desconstruindo o estereótipo do caipira, até então visto como uma figura, ingênua, preguiçosa, que conservava o atraso da sociedade brasileira. Através das suas performances satíricas, anedotas e músicas cheias de humor, eles criticavam os políticos e a sociedade em que viviam. Seu programa “Os Milionários do Riso” que estreou em 1947 ia ao ar todas as terças-feiras na Rádio Nacional. O sucesso de Alvarenga e Ranchinho era tanto que o cinema gravou 16 filmes com a dupla, que repetia nas telas os esquetes encenados no rádio. Um exemplo das performances da dupla se encontra na canção abaixo. Conforme Dias, a letra contém metáforas que relacionavam os políticos da época a animais.

Liga dos Bichos

Já formaro a sociedade / Protetor dos animais / Enquanto os bichos forgueti / A gente anda pa trás / Esse mundo tá virado / Tem coisa que não se atura / A gente passa apertado / E os bicho passa fartura Os bicho tem sociedade / Adonde tem protetor / Na família do seu Galo / Tem muito Pinto doutor / Já vi Leitão professor / Vi Aranha de talento / Mas o que me deixou besta / Foi ver Cavalo Sargento /

Também vi Coeio fardado / Oficiar de longo curso / E na crasse dos artistas / Tenho visto muito Urso / Pra chegar a capitão / A gente quase se mata / E os bicho sobe na vida / Tem até major Barata

Da maneira que vai indo / Tô vendo que não demora / Os burro monta na gente / E ainda chama na espora / Vou se embora pro sertão / Não vorto aqui nunca mais / Que lá num tem sociedade

Protetor dos animais. (DIAS, 2011, p. 15)

Entre outros programas radiofônicos de humor da Rádio Nacional, destaca-se o PRK-30, que foi um dos programas de maior sucesso exibido pela Rádio Nacional, permanecendo

no ar entre 1944 a 1964. Os humoristas principais eram Lauro Borges e Castro Barbosa, que interpretavam vinte personagens diferentes e parodiavam uma emissora de rádio. Conforme Martins e Silva,

A proposta era parodiar o próprio rádio. Os dois locutores fingiam fazer parte de uma rádio chamada PRK-30 onde todas as atrações eram voltadas para o humor e zombaria. Segundo Tavares (2001) Megatério Nababo do Alicerce (Castro Barbosa) e Otelo Trigueiro (Lauro Borges) eram respectivamente a figura do apresentador desinformado com sotaque português, emitindo opiniões equivocadas e o locutor sedutor, com voz sensual e um vasto repertório de clichês românticos. (2009, p. 4)

Após o término do programa PRK-30, surgiu o “Balança mas não cai” com a intenção de substituí-lo. O programa contava a história de moradores de um edifício e também foi gravado em versão para televisão. (CALABRE, 2004).

Outra emissora que disputava a audiência de programas era a Rádio Mayrink Veiga que veiculava “Levertimentos”, “Vai da Valsa” e “A Cidade”.

Para além das rádios que tiveram sucesso no cenário nacional, havia aquelas que exerciam grande influência na esfera regional, como a Ceará Rádio Clube. Na década de 1950, a emissora viveu sua era de ouro. Fundada em 28 de agosto de 1931 por João Dummar, a sua programação se apoiava nos programas de auditório e no radioteatro.

Foram os anos de grandes contratações artísticas, possivelmente o momento de maior valorização do rádio cearense, quando a emissora, que desde 1949 mudara os seus estúdios para o Edifício Pajeú, dispunha de apreciável auditório de 500 lugares, às vezes insuficiente para receber multidões que desejavam aplaudir, de preferência, os grandes cartazes internacionais que nos visitaram. [...] O público cearense teve então o privilégio de aplaudir, sem sair de Fortaleza, famosos cartazes que permaneciam como atrações nos teatros do Rio e São Paulo. (CAMPOS, 1984, p.56)

De acordo com Martins e Silva, alguns dos programas de maior sucesso do Ceará Rádio Clube eram Clube das Gargalhadas e Pensão Paraíso. O último, criado por A. G Melo Júnior narrava a história de personagens de uma pensão e “paravam a cidade” com extraordinária audiência.

Outro programa humorístico era A Carrocinha comandado por Augusto Borges. Transmitido às 11:15hs antes do programa Pensão Paraíso, era composto por dois personagens, Babau e Nôno, que se utilizavam da comicidade para criticar os problemas da cidade. [...] O programa Dona Pinóia e seus brotinhos baseava-se em uma escola onde as crianças engraçadas, interpretadas pelos radioatores, João Ramos, Augusto Borges, Francisco Brilhante, Clóvis Matias e José Júlio Barbosa, enlouqueciam a professora Maria José Braz. [...] Dentre os muitos programas ainda se destacavam Escola da Fuzarca e o Restaurante Vuco Vuco. Os programas eram todos roteirizados, até mesmo os esquetes. (MARTINS; SILVA, 2009, p. 6-7)

Com a chegada da televisão no Brasil, em 18 de setembro de 1950, o rádio atravessa uma crise. Aos poucos, ele perde a audiência para o novo meio de comunicação e precisa de reinventar. Como explica Ortriwano,

O rádio aprendeu a trocar os astros e estrelas por discos e fitas gravadas, as novelas pelas notícias e as brincadeiras de auditório pelos serviços de utilidade pública. Foi se encaminhando no sentido de atender às necessidades regionais, principalmente em nível de informação. Começa a acentuar-se a especialização das emissoras, procurando cada uma delas um público específico”. (ORTRIWANO, 2003, p. 21-22).

De modo a continuar existindo, o rádio procura nas novas tecnologias meios de sobreviver. O transistor foi um marco crucial na história do rádio, que possibilitou o funcionamento a partir de energia a pilha ou bateria.

O transistor foi a inovação tecnológica que mais revolucionou o rádio. Apresentado ao mundo em 1947, começa a se popularizar alguns anos depois, simplificando o processo e melhorando a qualidade das transmissões radiofônicas. O aparelho receptor não precisa mais estar ligado às tomadas de eletricidade, seu tamanho fica cada vez mais reduzido e seu preço mais baixo. E o ato de ouvir torna-se individualizado. Ao mesmo tempo, o rádio ganha em mobilidade, tanto de emissão como de recepção. (ORTRIWANO, 2003, p. 76)

Outra tecnologia que colaborou com a permanência do rádio foi a frequência modulada (FM) em oposição a amplitude modulada (AM). Com custo de transmissão mais acessível e melhor qualidade sonora, as FM's possibilitaram o aumento da criação de emissoras. Para Ortriwano, a frequência modulada valorizou a “agilidade do rádio e suas características, como imediatismo, simultaneidade e mobilidade” (2003, p. 76). Aos poucos, o dispositivo volta a ganhar força, desta vez se voltando para um público mais jovem e programações musicais, além do investimento em produções jornalísticas de cobertura local e utilidade pública. O surgimento da internet na década de 1990, implica em mais mudanças para o rádio. Da sua migração para a web nasce uma nova modalidade, as rádios online.

3.1 Rádio expandido

Assim como as mudanças sucedidas no rádio, sua definição também sofreu transformações. Em 2001, Meditsch definiu o rádio como sendo

[...] um meio de comunicação sonoro, invisível e que emite em tempo real. Se não for feito de som não é rádio, se tiver imagem junto não é mais rádio, se não emitir em tempo real (o tempo da vida real do ouvinte e da sociedade em que está inserido) é fonografia, também não é rádio” (2001, p. 04, apud KISCHINHEVSKY, 2016).

Hoje esse conceito não é mais empregado. Os avanços tecnológicos mudaram a produção e diversificaram o consumo das mídias, ou seja, até poucas décadas o único modelo de rádio existente era o hertziano, agora, “o rádio tornou-se plural”. Segundo Ferraretto,

A ampla gama de novidades – computação pessoal, internet, telefonia celular, TV por assinatura... – introduzidas na sociedade ao longo dos anos 1990 e 2000 obriga a uma

revisão conceitual nos termos do rádio e de suas particularidades. Sua disseminação nos mais diversos estratos sociais não significa a compreensão por todos da diversidade e da complexidade relacionadas ao termo genérico “rádio”. (2014, p. 16)

Atualmente, o termo rádio é pensado para além do rádio hertziano ou rádio de antena, como é o exemplo das rádios online, que englobam as rádios web, web rádios e os podcasts. Sendo assim, Ferraretto e Kischinhevsky reformulam o conceito de rádio rompendo com uma descrição tecnológica para descrevê-lo segundo a sua linguagem.

De início, suportes não hertzianos como web rádios ou podcasting não foram aceitos como radiofônicos [...]. No entanto, na atualidade, a tendência é aceitar o rádio como uma linguagem comunicacional específica, que usa a voz (em especial, na forma da fala), a música, os efeitos sonoros e o silêncio, independentemente do suporte tecnológico ao qual está vinculada. (FERRARETTO; KISCHINHEVSKY, 2010, p. 10).

Após o surgimento das rádios online, Eduardo Meditsch reescreve seu conceito anterior, fundamentando-se na inclusão do dispositivo no cotidiano do seu público

Há mais uma década começamos a questionar o conceito de rádio atrelado a uma determinada tecnologia, procurando demonstrar que melhor do que isso seria pensar o rádio como uma instituição social, caracterizada por uma determinada proposta de uso social para um conjunto de tecnologias, cristalizadas numa instituição. Consideramos hoje melhor ainda pensar essa instituição social como uma criação cultural, com suas leis próprias e sua forma específica de mediação sociotécnica [...] Assim como a existência de um jornal não se restringe ao calhamaço de papel impresso que foi publicado hoje [...] a existência de uma emissora de rádio em particular, e do rádio em geral como instituição, não pode mais ser atrelada à natureza dos equipamentos de transmissão e recepção utilizados para lhe dar vida, mas sim à especificidade do fluxo sonoro que proporciona e às relações socioculturais que a partir dele se estabelecem” (MEDITSCH, 2010, p. 204 apud FERRARETTO, 2014, p. 18).

Diante desta reconfiguração, Kischinhevsky estabelece a expressão “rádio expandido” para designar a difusão do rádio para o digital.

A digitalização redesenhou, a partir de fins dos anos 1990, a criação, a produção, a circulação e o consumo de conteúdos radiofônicos. Num cenário de crescente convergência midiática, o rádio foi forçado a se reinventar mais uma vez e, surpreendentemente, mostrou maior capacidade de reação do que outros meios de comunicação – notadamente, o segmento de jornais, com a acentuada erosão das tiragens dos diários de referência. Relegado a um papel de coadjuvante desde a popularização da TV, o rádio renasce amalgamando-se à rede mundial de computadores e às redes de telefonia móvel, encontrando novos e diversificados canais de distribuição (KISCHINHEVSKY, 2016, p.13).

A relação estabelecida entre o rádio e seu ouvinte desde a transistorização (viabilizando a portabilidade) foi acima de tudo, de companheirismo. Com a expansão radiofônica e a segmentação dos programas e seus conteúdos, é possível dizer que esse relacionamento se intensificou. Decorrente desta expansão do rádio para o digital, os podcasts proporcionaram

novas experiências de escuta radiofônica. Como objeto principal de nosso estudo, é a partir dele que daremos seguimento ao trabalho.

3.2 *Podcasting*

O podcast nasce em 2004, a partir da iminência da automatização dos conteúdos sonoros para a web. Até o ano do seu surgimento, a escuta de áudios ocorria apenas do download manual diretamente do site de armazenamento do conteúdo desejado. A partir disso, Adam Curry, ex-VJ da MTV estadunidense cria o software iPodder, que “permite o download de gravações da internet para o dispositivo, utilizando o formato RSS e funcionando como um agregador de conteúdo” (AVELAR, MARTINS, PRATA, 2018)

O Feed RSS (Really Simple Syndication), tecnologia já utilizada em blogs possibilitava a inscrição em um feed, com o propósito de realizar o download automático dos arquivos, sem a necessidade de entrar novamente no site. A sua utilização proporcionou a disponibilização do conteúdo de forma automática.

[...] esse sistema só foi utilizado da forma como entendemos hoje como podcasting em 2004, quando Adam Curry desenvolveu uma forma de transferir o áudio disponibilizado através do RSS para o agregador iTunes a partir de um script de Kevin Marks. Essa forma de transferir o áudio criada por Curry foi chamada de RSStoIPod (já que o agregador iTunes é utilizado para sincronizar arquivos de áudio do computador com o iPod) e foi disponibilizada para que outros programadores a utilizassem livremente. A partir daí, vários outros agregadores começaram a fazer o download automatizado de arquivos de áudio. Esse sistema foi denominado podcasting. (LUIZ, ASSIS, 2010, p.3)

O nome “Podcast” é originário da junção dos termos pod (iPod, tocador portátil de MP3 da marca Apple) e cast (do inglês broadcast, que é traduzido como transmissão). A partir de sua criação, tornou-se possível a escuta de arquivos multimídia por aparelhos eletrônicos portáteis.

Embora faça referência direta ao iPod, o podcasting não ficou limitado a esse reproduzidor de mídia digital, sendo desenvolvidas posteriormente formas de associá-lo a quaisquer aparelhos. Os programas de áudio distribuídos através do podcasting passaram a ser denominados podcasts. (LUIZ, ASSIS, 2010, p.3)

O exercício do podcasting possui algumas características próprias que a distinguem de outras modalidades radiofônicas. Sob uma lógica de demanda, possui uma escuta assíncrona, o que implica em uma escuta direta, em oposição ao streaming e possível de ser ouvida posteriormente. O podcast também possibilita a escuta diferida, ou seja, “emissão e recepção em momentos diversos”, determinados pelo ouvinte. Para além dessas particularidades, ele

pode ser acessado por diversos suportes tecnológicos, como celulares, computadores, notebooks, entre outros players (FERRARETTO, 2014).

Essa característica oferece uma nova forma de interação com a mídia sonora. Um ouvinte pode estocar diversos programas em seu computador, MP3 player, celular ou handheld para escutar no momento que mais lhe convier. Em contraste com o rádio, em uma viagem de ônibus, por exemplo, não existe problema de sintonia e se pode escutar apenas o que interessa, já que o ouvinte carrega consigo todos os programas que escolheu por antecedência. Da sintonia passa-se para o estoque de programas. (PRIMO, 2005, p. 14)

O podcasting chega no Brasil no mesmo ano em que é inventado, sendo seu primeiro podcast o Digital Minds de Danilo Medeiros. Ainda em 2004, surgem “Podcast do Gui Leite”, “Perhapiness” e “Código Livre”. Segundo Luiz e Assis (2010), este último é o mais antigo programa brasileiro ainda em produção. No ano seguinte foram organizados os primeiros eventos e associações de podcasters (produtores de podcast) no país.

Em 2005 foi organizada a primeira edição da Conferência Brasileira de Podcast (PodCon Brasil), primeiro evento brasileiro dedicado exclusivamente ao assunto, nos dias 2 e 3 de dezembro em Curitiba, Paraná. O evento foi organizado por Ricardo Macari e patrocinado pelo podcaster Eddie Silva e pela cervejaria Kaiser. Hoje, ele faz parte do Fórum de Mídias Digitais e Sociais. Durante a PodCon 2005, foi organizada a Associação Brasileira de Podcast (ABPod), tendo sido indicado para presidente o podcaster Maestro Billy, aceito por unanimidade. (LUIZ, ASSIS, 2010, p. 4)

Apesar do bom começo, em 2005 ocorre o “podfade”, denominação em inglês para a extinção de inúmeros podcasts pelo mundo. Mas já no ano seguinte, o mercado irrompe com novos programas e em 2008 se reestabelece.

Após 16 anos de existência, atualmente, o Brasil é o segundo maior público consumidor dessa modalidade. A penúltima Podpesquisa de avaliação do crescimento da mídia realizada em 2018 pela ABPod demonstra que o ouvinte brasileiro é majoritariamente masculino (84,1%), com faixa etária média entre 30 a 39 anos. E a região Sudeste apresenta somado o maior percentual de escuta do país (56,7%). Sobre os assuntos de preferência do público, o gênero Humor e Comédia apresentou o maior percentual (65%) (MENEZES, COUTO, 2019).

Pode-se dizer que o gênero de humor nos podcasts brasileiros é o mais explorado pelos seus produtores. Mesmo que alguns programas se classifiquem sob outra categoria, como por exemplo “cultura pop” ou “hobby”, seus episódios são repletos de piadas e aspecto cômico. De acordo com Luiz e Assis (2010, p. 8), “mesmo podcasts brasileiros que possuem temas específicos se valem do humor e da edição e mixagem e som para desenvolver os assuntos de cada programa”. Além disso, quando não encontrados na categoria de “Humor” ou “Comédia”, muitos desses programas podem ser encontrados sob “Entretenimento”.

Um exemplo é o “Nerdcast”, em produção desde abril de 2006 e ainda reconhecido por sua popularidade. Neste podcast seus apresentadores dialogam informalmente sobre a cultura nerd, utilizando-se a todo momento do humor. Esse estilo de programação se fez de modelo para diversos outros podcasts categorizados como humorísticos.

Segundo o ranking do Spotify, os cinco podcasts de humor mais escutados no Brasil em 2020 são Filhos da Grávida de Taubaté, Não Ouvo Podcasts, Um Milkshake Chamado Wanda, Caixa Preta e Pânico. Essa mesma análise de consumo através do iTunes apresentou resultados um pouco parecidos, sendo os mais ouvidos: Pânico, Um Milkshake Chamado Wanda, Muito Risco pouco Ego, Pretinho Básico e Fala Maju.

Dos podcasts humorísticos no Brasil, são poucos que também possuem uma proposta, informativa, com uma estrutura jornalística de apuração. O programa que mais se aproxima desse padrão é o Medo e Delírio em Brasília. Apresentado por Cristiano Botafogo, que tece comentários engraçados sobre os acontecimentos mais recentes na política brasileira. No entanto predomina-se a linguagem humorística.

A grande maioria tem a sua programação voltada exclusivamente para o entretenimento ou esporte. O MilkShake Chamado Wanda é um exemplo nesse modelo. Vinculado ao site jornalístico Papelpop, o programa aborda temas de entretenimento e da cultura pop com bom humor.

Os programas que se intitulam primariamente como jornalísticos, ou informativos tem o caráter mais sério e formal, como os podcasts Café da Manhã, Durma com essa, Foro de Teresina e Xadrez Verbal. Também identificamos informativos em formato de roda de conversa, que mesmo descontraídos, não podem ser considerados humorísticos. O podcast Mamilos é um exemplo.

Além do mais, existem os podcasts com conteúdos exclusivos de humor, como o Respondendo em Voz alta, que responde às perguntas dos ouvintes fazendo o mínimo de sentido possível. Casos de jornalismo humorístico, como propomos em nosso trabalho, não foram encontrados nas plataformas de escuta.

4 MEMORIAL DESCRITIVO

O estudo precedente sobre o humor no jornalismo e, também os conceitos de rádio expandido e hipermídia culminou na elaboração de nosso produto, um piloto de podcast com o tema *fake news*, através de uma linguagem jornalística e um bom humor. A escolha para desenvolver esse produto foi baseada na constatação que podcasts com essas características não são devidamente explorados. Isto posto, a veiculação de “O Parvo” atenderia a essa particularidade.

É importante destacar que devido aos acontecimentos inesperados do ano de 2020, decorrentes da pandemia do coronavírus, algumas etapas do nosso planejamento, envolvendo a produção dos podcasts, precisaram ser modificadas. A utilização dos equipamentos e espaços como o estúdio e laboratório universitários, que seriam necessários para as gravações e edições do produto encontravam-se fechados sob ordem da Organização Mundial de Saúde (OMS). Diante disso, a produção de todo o conteúdo foi realizada “de casa”, fator que influenciou no resultado do trabalho.

Dadas as especificidades do contexto de produção, optamos pela realização de um único episódio, no qual pudéssemos trazer algumas das discussões mais relevantes sobre um único assunto, neste caso, as *fake news*.

O tema nasceu da ideia de pautar um debate em voga, que não fosse *soft news*, para que ainda tivesse relevância na data de lançamento do podcast. *Fake news* é um tema extremamente importante e um tanto complexo e por isso, mesmo com a veiculação de vídeos explicativos, matérias jornalísticas, artigos acadêmicos e até mesmo conferências “Ted Talks” sobre o tema, as pessoas ainda carregam diferentes dúvidas. Com a PL das *fake news* sendo votada no Senado neste ano, nos pareceu adequado discorrer sobre esse assunto.

Nosso primeiro passo para a produção do roteiro do podcast foi a pesquisa bibliográfica. Realizamos uma ampla seleção de artigos e matérias dos principais jornais (Carta Capital, Exame, BBC News Brasil, Folha de São Paulo, El País, Observatório da Imprensa, Politize, Brasil de Fato, Estado de Minas, G1, Brasil 247, The Intercept) sobre o tema. Em seguida, buscamos inspiração para o conteúdo humorístico por meio da escuta de diversos podcasts de humor e assimilação de conteúdo em outros formatos, como o programa da Rádio Band News, “Buemba Buemba!”, o programa de televisão da HBO Brasil, o “Greg News”, com Gregório Duvivier, o website “Sensacionalista: um jornal isento de verdade” e a revista “Mad”.

Escolhemos o título “O Parvo”, juntamente com o slogan “Jornalismo de Bom Grado” para combinar com a nossa decisão de identidade visual, a do bobo da corte. Portanto, o parvo seria uma personagem representante da figura do bufão. A identidade visual foi pensada contendo como cores principais o verde e o amarelo, uma referência às vestimentas dos bufões que representavam a desonra e as classes inferiores. A utilização dessas cores também foi proposital para satirizar a bandeira do Brasil e os valores do país, comparando com a simbologia das cores do bobo.

Primeiramente, havíamos cogitado apenas a criação de um website para disponibilizar o podcast, além de charges e ilustrações como elementos complementares. Mas após a banca de TCC1 realizada em dezembro de 2019, aderimos a sugestão do professor Carlos Jáuregui de veicular o podcast em agregadores, como o “Spotify” e utilizar a rede social Instagram para a divulgação do produto. A partir dessa sugestão, decidimos publicar as charges e ilustrações no Instagram para comunicar a revelação do primeiro episódio de O Parvo.

Como estratégia de lançamento, optamos por publicar as charges e os desenhos durante um período de seis dias anteriores à liberação do podcast. Essas ilustrações atuaram de modo semelhante a um teaser e fizeram a contagem regressiva para a veiculação do podcast no último dia da semana. Acima de cada desenho, a figura do parvo foi colocada para encenar seu papel de observador diante de alguns dos acontecimentos políticos no mundo em 2020.

Os trabalhos que mais influenciaram a criação das charges tanto em uma perspectiva estética visual quanto humorística foram os do cartunista Arnaldo Branco (Figura 9). e Gilmar – o Cartunista das Cavernas (Figura 10)., do chargista André Dahmer, da cartunista Laerte, e as ilustrações de Rapha Baggas (Figura 11).



Figura 9: Ameaça Comunista
Fonte: Instagram do Arnaldo Branco (@arnaldobranco)

O tom irônico e o formato de cartilha nas postagens de Arnaldo Branco inspiraram a criação da identidade das charges.



Figura 10: Cloroquina
Fonte: Instagram do Gilmar (@cartunistadascavernas)

O humor ácido e o estilo visual das ilustrações do Cartunista das Cavernas inspiraram o traço das charges elaboradas.



Figura 11: Beleza Americana
Fonte: Instagram do Rapha Baggas (@raphabaggas)

A ideia de utilizar referências de filmes na construção do humor, foi inspirado nessa ilustração, em que o autor relaciona a figura do ex-presidente Trump com o filme *Beleza Americana*

O episódio piloto de tema único teve um formato temático, sem entrevistas ou convidados, mas apenas uma única locução informativa, com comentários sarcásticos e irônicos (“Algumas das medidas foram bem simples/ como o bloqueio de dois tuítes de Trump/ que sugeria fraude na contagem de votos// Nada muito grave”) e algumas piadas *non-sense*, (“Porque está sendo votado no Brasil uma lei conhecida por PL das Fake News/ PL que significa Patranha Límpida”) geralmente voltadas para questões políticas. Com uma linguagem que equilibrasse o tom informal de uma conversa com o caráter jornalístico de um podcast informativo, apresentamos os fatos mais relevantes na discussão em voga sobre as fake news. Em aproximados 18 minutos de duração, o produto foi direcionado a um público brasileiro mais jovem, no início de sua formação política, atento as principais notícias do Brasil e do mundo, curioso e sempre à procura de se informar, principalmente, através de recursos multimídia como por exemplo, podcasts, youtube, fóruns e servidores online, além das redes sociais.

Todo o conteúdo sonoro produzido no podcast, desde a vinheta até as músicas de background e os efeitos sonoros foram compostos por mim no programa “GarageBand” do Iphone, desenvolvido pela Apple. O trabalho de gravação e edição dos áudios narrados foram realizados no meu computador pelo software “Adobe Audition 2018” e através de um fone de ouvido e microfone Headset comum. Já as charges e os desenhos foram feitos à mão, digitalizados pelo Smartphone no aplicativo “CamScanner” e enviados para o drive no

computador. Os arquivos de imagem foram então baixados, e posteriormente, editados e coloridos digitalmente através do software Adobe Photoshop 2018, com o uso de uma smart pen.



Figura 12: Primeira postagem no instagram
Fonte: Instagram do Parvo Podcast (o_parvo_podcast)

Para a primeira postagem foi elaborada uma arte de divulgação do podcast. A fonte da arte foi personalizada no site “Calligraphr” e foi utilizada nos balões das charges do instagram.



Figura 13: Primeira charge do instagram
Fonte: Instagram do Parvo Podcast (o_parvo_podcast)

A segunda postagem do instagram foi uma charge de Donald Trump, ironizando sua recusa em aceitar a derrota nas eleições, alegando que houve fraude. A frase escolhida brinca com a decisão dele de não deixar o cargo e uma marchinha popular de carnaval. No segundo balão, alguém fala para ele: “You’ re Fired” (Você está demitido), frase que virou sua marca no reality show “The Apprentice”, na qual ele dizia para os participantes que eram eliminados.

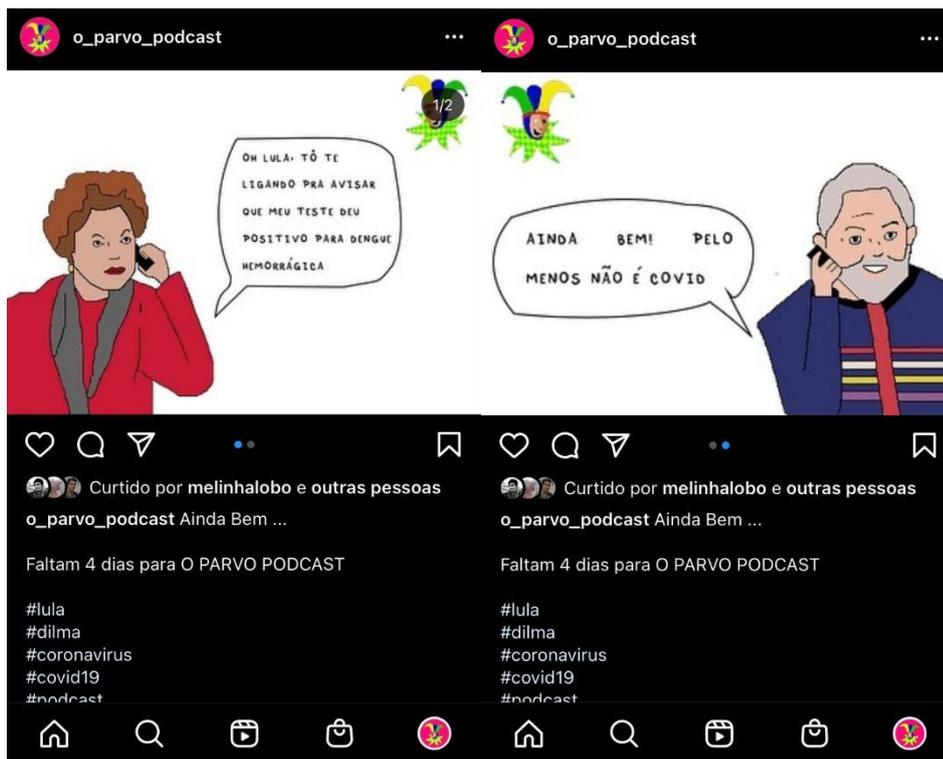


Figura 14: Segunda charge do instagram
Fonte: Instagram do Parvo Podcast (o_parvo_podcast)

A terceira postagem foi pensada para satirizar o comentário mal formulado que o ex-presidente Lula fez em maio de 2020, no qual ele dá entender que está feliz com o surgimento do coronavírus. A fala de Dilma brinca com um áudio compartilhado por whatsapp em que uma pessoa muito preocupada em ter contraído covid-19 diz “graças a Deus, é apenas dengue hemorrágica”. As roupas de ambas as personagens da charge foram pensadas para representar suas identidades: o casaco vermelho de Dilma e a jaqueta presenteadada a Lula por Evo Morales, na qual teve repercussão nas redes sociais.



Figura 15: Terceira charge do instagram
Fonte: Instagram do Parvo Podcast (o_parvo_podcast)

A quarta postagem teve inspiração no tweet de Biden, no qual ele pede para as pessoas não beberem água sanitária para combater o coronavírus. Na charge ele acrescenta: “Dr. Pepper is ok!”, (Dr. Pepper pode!), incentivando a ingestão do refrigerante Dr. Pepper popular e muito consumido nos Estados Unidos, mas que assim como água sanitária, não faz bem para o organismo.

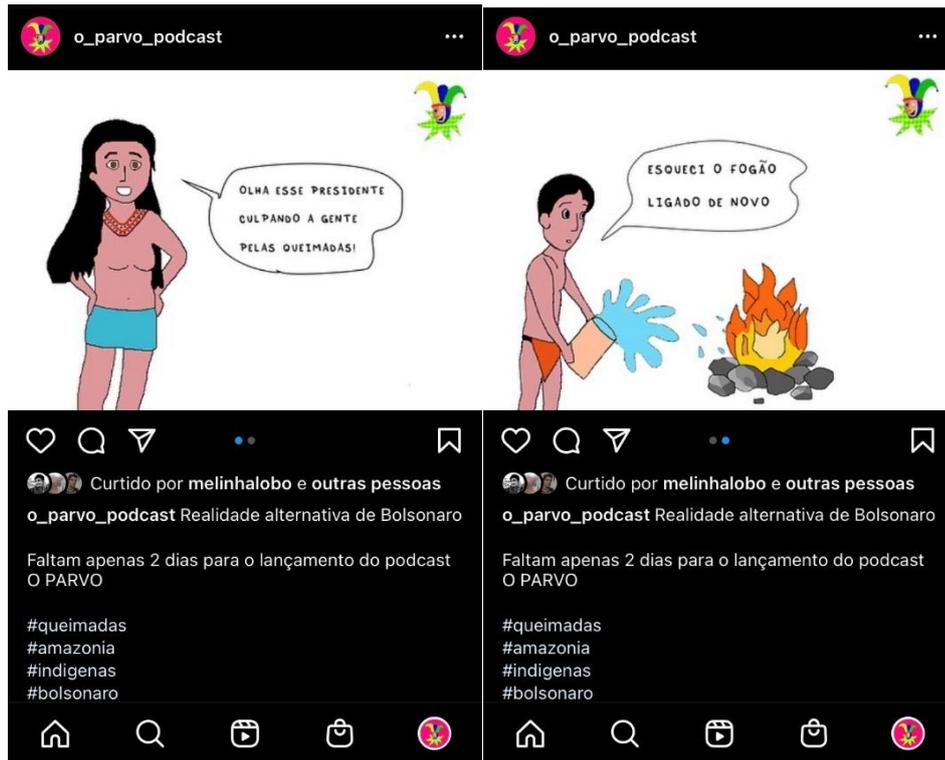


Figura 16: Quarta charge do instagram
Fonte: Instagram do Parvo Podcast (o_parvo_podcast)

A quinta postagem tem como tema as queimadas na Amazônia e no Pantanal ocorridas em 2020. A preservação do meio-ambiente é pauta importante em vários países do mundo, menos para Bolsonaro, que disse em discurso na assembleia da ONU: “os incêndios acontecem praticamente nos mesmos lugares, no entorno leste da floresta, onde o caboclo e o índio queimam seus roçados em busca de sua sobrevivência, em áreas já desmatadas”, delegando sua responsabilidade sobre o assunto e disseminando desinformação. Por isso a charge brinca com uma suposta realidade alternativa em que o Presidente estivesse certo e os índios fossem os reais responsáveis pelo fogo.



Figura 17: Quinta charge do instagram
Fonte: Instagram do Parvo Podcast (o_parvo_podcast)

A sexta postagem foi inspirado no discurso de posse de Regina Duarte, a namoradinha do Brasil, como Secretária Especial da Cultura, em que ela diz: “cultura é o pum produzido com talco espirrando do traseiro do palhaço”. Na charge há a figura do palhaço e de uma pessoa na plateia encantada com a demonstração cultural. A personagem do espectador foi inspirada no Professor Slughorn de Harry Potter, na cena do sexto filme em que ele bêbado comenta “Que Lindo” após uma história sobre a bebê Aragog.



Figura 18: Sexta publicação do Instagram
Fonte: Instagram do Parvo Podcast (o_parvo_podcast)

A última postagem do Instagram foi uma ilustração de Bolsonaro nas vestimentas do Parvo, bobo da corte que dá identidade ao podcast. Em seguida foi realizada a publicação do podcast na plataforma do Spotify.

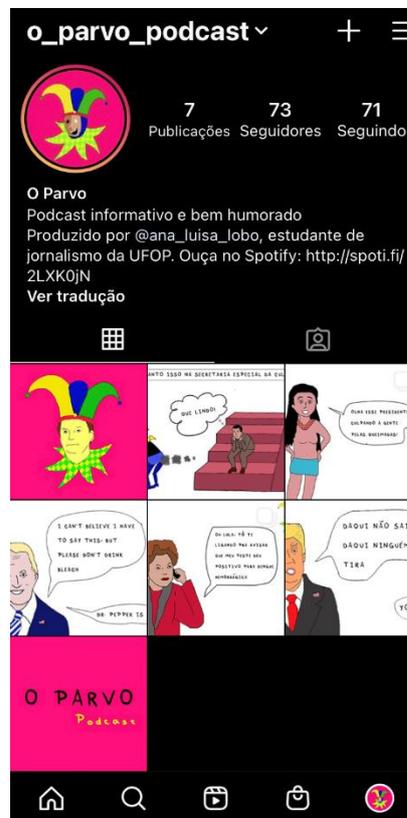


Figura 19: Panorama do perfil do Instagram
Fonte: Instagram do Parvo Podcast (o_parvo_podcast)

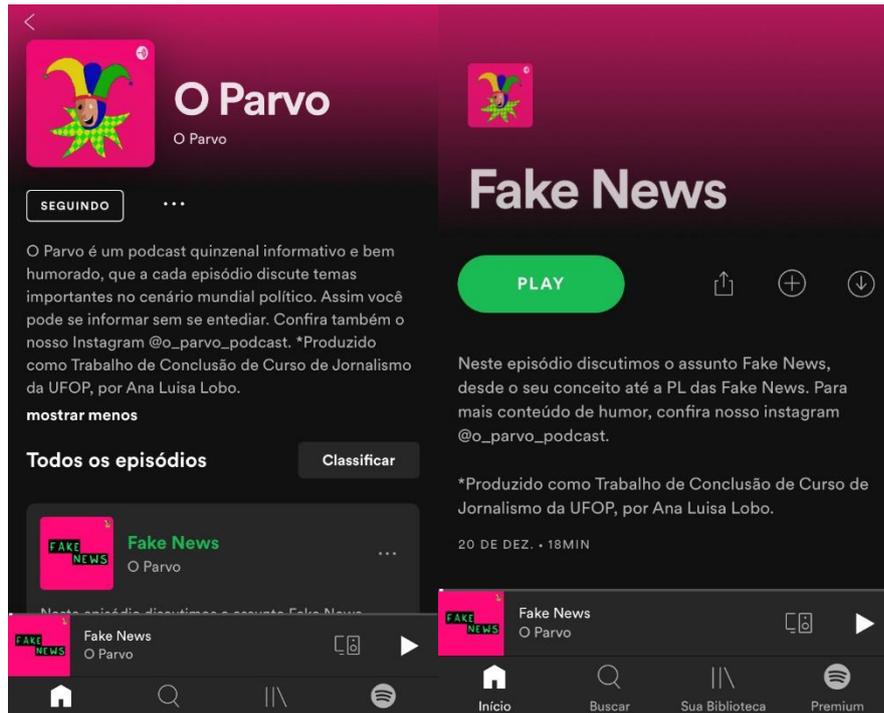


Figura 20: Panorama do perfil do podcast no *Spotify*⁸
Fonte: *Spotify* Brasil

⁸ <http://spoti.fi/2LXK0jN>

5 REFERÊNCIAS

- AVELAR, Kamilla. MARTINS, Henrique Cordeiro. PRATA, Nair. Podcast: trajetória, temas emergentes e agenda. Intercom - 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2018, Joinville. **Anais** (online). Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0147-1.pdf>. Acesso em 15 de abril de 2020
- BASSOLI, Gáudio Luiz Freddi. **Bobo da Globo, Bufão da televisão: humor e crítica no Tá no Ar: a TV na TV**. 2017. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.
- BASSOLI, Gáudio Luiz Freddi. Crítica aos Neopentecostais no Humor Televisivo: Paródias e Sátiras de Marcelo Adnet na MTV e na Globo. In: *Eclesiocom - XI Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial*, 2016, São Paulo. **Anais** (online). Disponível em: <https://portal.metodista.br/elesiocom/edicoes-anteriores/2016/arquivos/critica-aos-neopentecostais-no-humor-televisivo-parodias-e-satiras-de-marcelo-adnet-na-mtv-e-na-globo>. Acesso em 15 de abril de 2020
- CALABRE, Lia. **A Era do Rádio: Descobrindo o Brasil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- CAMPOS, Eduardo. **50 Anos de Ceará Rádio Clube**. 1934-1984. Fortaleza: Imprensa Oficial do Ceará (IOCE), [s.d.]; 1984
- CASTRO, Letícia Milene de. O Leitor do Super Notícia e as Charges Políticas: Pensamento Crítico pelas Vias do Humor. Intercom –XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2010, Vitória. **Anais** (online). Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2010/resumos/R19-0884-1.pdf>. Acesso em 15 de abril de 2020
- DIAS, Alessandro.H.C. **Música, Sátiras, Anedotas, Piadas e Risos: a desconstrução dos estereótipos caipiras nas performances artísticas de Alvarenga e Ranchinho**. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em História) - Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Estadual Paulista, São Paulo, 2011.
- FARIAS, Michele Wadja da Silva. SOUZA, Antônio Clarindo Barbosa de. Programa Casé: Rádio, inovação e cotidiano. Intercom – XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2010, Paraíba. **Anais** (online). Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-1572-1.pdf>. Acesso em 15 de abril de 2020
- FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Ed. Summus, 2014.
- FERRARETTO, Luiz Artur; FLECK, Paloma da Silveira. A Fase Inicial da Rádio Mayrink Veiga (década de 1920). Uma reconstrução histórica a partir da imprensa da época. Intercom –41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2018, Joinville. **Anais** (online). Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0274-1.pdf>. Acesso em 15 de abril de 2020

FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio (verbete). In: MELO, José Marques de (org.). **Enciclopédia Intercom de Comunicação** – Dicionário Brasileiro do Conhecimento Comunicacional. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, v. 1, pp. 1009-1010, 2010.

FILHO, Pedro Serico Vaz. A Centenária Rádio Clube de Pernambuco. Anais. XII Encontro Nacional da História da Mídia, 2019.

GRUDA, Mateus Pranzetti Paul. Os discursos do politicamente correto e do humor politicamente incorreto na atualidade. **Anais**. III Colóquio da pós-graduação em Letras, 2011.

GUIMARÃES, Bruno Menezes Andrade. **O Riso Bate à Porta**: O humor de “Porta dos Fundos” e a crítica à religiosidade cristã contemporânea. 2016. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, UFMG, Belo Horizonte, 2015.

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Contexto, 2004.

JUNIOR, Edson Francisco Leite. As Interseções entre Jornalismo e Humor no Programa Pânico na Band. Intercom – XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, 2017, Cuiabá. **Anais** (online). Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2017/resumos/R56-0100-1.pdf>. Acesso em 15 de abril de 2020

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Mídias Sociais**: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Mauad Editora Ltda. 2016

LERY, J. (Não) é só uma piada: humor e posicionamento político no talk show. **Revista Extraprensa**, 2015. 8(2), 12-18. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/extraprensa2015.85165>. Acesso em 15 de abril de 2020

LERY, J. Cinismo e Blindagem Ideológica: o humor nos talk shows The Noite e Agora é Tarde. Compós –XXVII Encontro anual da Compós, 2018, Belo Horizonte. **Anais** (online). Disponível em: http://www.compos.org.br/data/arquivos_2018/trabalhos_arquivo_6KKYDF4OVYYDRJBK M7ES_27_6283_07_02_2018_12_29_44.pdf. Acesso em 15 de abril de 2020

LOBATO, Rafael Campos Amaral. Blog **The piauí Herald**: Uma análise do jogo paródico-irônico em torno de Dilma Rousseff. 2018. Dissertação (Mestrado em Estudos Linguísticos) - Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, 2018.

LUIZ, L.; ASSIS, P. O podcast no Brasil e no mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais. Intercom – XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010, Caxias do Sul. **Anais** (online). Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0302-1.pdf>. Acesso em 15 de abril de 2020

MARTINS, Ticiania Lorena Acosta. SILVA, Erotilde Honório. O Riso No Brasil: O Caminho Para a Gargalhada Radiofônica. Alcar - VII Encontro de História da Mídia – 2009, Fortaleza.

Anais (online). Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/O%20RISO%20NO%20BRASIL.pdf>. Acesso em 15 de abril de 2020

MENEZES, P, H; COUTO, A, A. 15 Anos de podcast: passado, presente e futuro da mídia. Intercom – XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2019, Vitória. **Anais** (online). Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2019/resumos/R68-1212-1.pdf>. Acesso em 15 de abril de 2020

ORTRIWANO, G. **Radiojornalismo no Brasil: Fragmentos de História**. Revista USP, n. 56, p. 66-85, 28 fev. 2003.

PAGANELLA, Eduardo. O humor do rádio através das ondas do Facebook Live: uma análise das transmissões em vídeo dos programas Pretinho Básico e do Cafezinho. Intercom –XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, 2017, Curitiba. **Anais** (online). Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2984-1.pdf>. Acesso em 15 de abril de 2020

PINTO, Carlos Fernando Jáuregui. O jornalismo pode fazer rir ou chorar? **Para entender o Jornalismo**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2014. cap. XIV, p. 179-186.

PINTO, T. (2011). Crônicas da Mula Manca: humorismo e linguagem radiofônica no Brasil do pós-guerra. **Revista USP**, (88), 74-87. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2316-9036.v0i88p74-87>. Acesso em 15 de abril de 2020

PRIMO, A. F. T. **Para além da emissão sonora: as interações no Podcasting**. Intexto. Porto Alegre, n. 13, 2005.

PROPP, V. **Comicidade e riso**. São Paulo: Editora Ática S.A., 1992.

SEQUEIRA, Priscila Chagas Ribeiro. **Jornalismo de humor no Brasil e o programa Custe o que Custar (CQC)**. 2011. 75 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Habilitação em Jornalismo) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011

SILVA, Franciele Maria da. **O Diabinho em Ouro Preto no século XIX: imprensa e cidade no final dos oitocentos**. 2019. 135 f. Monografia (Graduação em Jornalismo) - Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2019

SILVA, Josimey Costa Da. O humor nada objetivo e um jornalismo muito sério. **Revista Comunicare**, São Paulo, v. 2, n. 2, 2002. **MÍDIA, ESTÉTICA E CULTURA**, p. 1-14. Disponível em: <https://casperlibero.edu.br/revista-communicare/communicare-volume-2-edicao-2-2o-semester-de-2002/>. Acesso em 15 de abril de 2020

SOUZA, Alan Lôbo De. **Limites do Humor: O funcionamento discursivo da polêmica**. Orientador: Prof. Dr. Sirio Possenti. 2017. Tese (Doutorado em Linguística) - Instituto de Estudos da Linguagem, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2017.

SOUZA, Fabíola Carolina de. **Marcelo Rezende, um apresentador performático: telejornalismo policial e celebração**. 2018. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais., Belo Horizonte, 2018. p. 295.

VALE, R. P. G. DO. Condições para uma análise do discurso humorístico. **Acta Scientiarum. Language and Culture**, v. 37, n. 4, p. 431-441, 1 out. 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.4025/actascilangcult.v37i4.26610>. Acesso em 15 de abril de 2020

6 APÊNDICE

I. Roteiro Do Podcast

VINHETA:

Está começando agora o primeiro episódio de O PARVO ...

Jornalismo de Bom Grado + (risada)

Olá a todos! / Meu nome é Ana Luisa e tema deste episódio / é sobre algo que já tem sido muito discutido / tem alto índice de contaminação/ e já infectou milhares de brasileiros//

Você pensou no Coronavírus? / Não, é não! / São as Fake News.

(TRANSIÇÃO SONORA)

Eu sei// se isso já é tão falado/ então para quê começar um podcast sobre isso?

Porque está sendo votado no Brasil uma lei conhecida por PL das Fake News/ PL que significa Patranha Límpida //

E você tem que entender essa lei/ para caso alguém te pergunte/ você pelo menos saiba o que responder//

Bom, começando pelo mais básico/ O que significa o termo Fake News?

De modo geral/ o termo é usado para falar sobre àquelas notícias que são apresentadas como verdadeiras/ mas na realidade/ são mentiras// O conteúdo dessas notícias/ geralmente é fabricado ou modificado/ com a intenção de desinformar/ causando danos individuais/ ou coletivos.

Talvez vocês lembrem de algumas dessas fake news muito populares/ divulgadas no Brasil em 2018:

(MUDANÇA DE BG)

- Facada que atingiu Bolsonaro é falsa
- Bactérias do dinheiro comem carne humana
- Globo tem contrato com PT/ e por isso pediu aos seu atores/ para se posicionarem publicamente contra Bolsonaro
- Quíntuplos/ nascidos durante o gol do Neymar teriam nomes em homenagem ao jogador

(TRANSIÇÃO SONORA)

Mas qual tipo de dano que essas notícias como a da bactéria do dinheiro poderiam causar/ a não ser por um/ sei lá crescimento de uma fobia irracional por moedas e notas?

E a notícia dos quíntuplos? / senão/ pena / dos cinco coitados?

Fake News desse tipo/ exagerada e fantasiosa são criadas/ principalmente/ para obter vantagens para seus criadores// E por isso elas tendem a chamar mais atenção das pessoas/ que clicam na matéria/ e a compartilham: quanto mais acesso, mais lucro.

E como saber a diferença entre o que é notícia falsa e o que, não é? //

Já as postagens de sites de humor que as pessoas compartilham achando que são verdadeiras não se enquadram como notícias falsas/ pois contém ironia/ e só acredita/ quem não entende a piada//

Foi o que aconteceu com o site de humor Sensacionalista/ que teve algumas de suas notícias confundidas com verdade// O melhor é que algumas pessoas tiveram a brilhante sacada que as notícias eram mentiras/ mas ainda assim não entenderam o sarcasmo e comentavam:/

isso aí é fake news (EFEITO SONORO – DISTORÇÃO DA VOZ)

Já a manipulação de fotografias e vídeos usados para criar uma narrativa falsa são sim, Fake News//

E aqueles sites que falsificam a identidade de outros sites reais de notícias/ para publicar informação falsa// Além de serem considerados fake News também são cibercrime/ porque fazem uma fraude// Essa prática é conhecida como de *Phishing*/

Ou seja/ mesmo com tanta informação/ não é à toa que a cada dia entendemos menos//

(TRANSIÇÃO SONORA)

Ainda que o fenômeno das Fake News seja recente/ muitos boatos/ ou notícias falsas causaram bastante confusão no curso da história e mais tarde foram desmentidas//

Quem nunca ouviu que Maria Antonieta disse para o povo da França **"Se não tem pão, que comam brioches!"** (EFEITO SONORO – DISTORÇÃO DA VOZ)

A frase não passava de uma invenção e possivelmente colaborou para sua morte à guilhotina //

Em 1927 uma médica Britânica afirmou ter atravessado o Canal da Mancha a nado // Após ser celebrada pela imprensa, e receber um cheque em dinheiro pelo novo recorde/ mas depois confessou que inventou a história para provar que era necessário supervisionar as tentativas de quebras de recordes/ ou qualquer um poderia aclamar o mérito// Ela acabou levando uma multa por isso//

E que Marechal Deodoro da Fonseca/ na verdade teria proclamado a república ao saber que seu maior rival/ Gaspar de Silveira Martins/ foi nomeado o novo Primeiro-Ministro do Império// A rixa entre os dois era por uma disputa pela afeição de uma mesma mulher//

Parece bastante ridículo/ não é mesmo? // O pior é que essa história não é mentira/ ela realmente aconteceu/ e eu tenho certeza/ que se você não conhecia/ acreditou que era Fake News//

(MUDANÇA DE BG)

Agora imagina/ finalmente a vingança contra o oponente/ e a glória da Proclamação da República/ por uma dor de cotovelo// Viva a República!

E se antigamente essas mentiras eram capazes de fazerem algum estrago/ imagina hoje/ com a facilidade de acesso à informação e a rapidez de compartilhamento pela internet e pelas redes sociais//

É por esse exato motivo que as Fake News são associadas a era digital/ A situação se tornou tão alarmante/ que mesmo com a checagem de dados/ não é possível conter toda a disseminação de notícias falsas/ Porque fora o compartilhamento por usuários comuns/ temos o problema de operação dos bots ou os robôs virtuais//

Os bots são programados para realizarem tarefas na internet sem mediação de um ser humano// E apesar de serem um meio de automatização e eficiência tecnológica/ eles podem e já foram usados para disseminar Fake News com propósitos específicos/ como beneficiar uma candidatura política ou uma empresa//

Esses robôs atuam de maneira intensa nas redes sociais como o twitter/ facebook/ youtube/ whatsapp// Eles criam falsos debates a partir de hashtags/ conseguindo alcançar até mesmo os *trending topics*/ que são os tópicos mais discutidos/ ou mais populares no momento//

(TRANSIÇÃO SONORA)

Foi a partir de muitas críticas/ que esses meios de comunicação começaram a implantar medidas/ para combater os bots e as notícias falsas// Em 2018/ o Twitter removeu 1 milhão de perfis ativos de bots e usuários fake e o facebook fez parceria com agências de checagem de notícias em 14 países/ incluindo o Brasil//

Em maio de 2020/ o Twitter alertou/ pela primeira vez/ para uma incoerência em uma postagem do Presidente Donald Trump// E em outubro/ ambas as redes lançaram novas ferramentas para frear a desinformação eleitoral/ no período da eleição presidencial dos Estados Unidos//

Algumas das medidas foram bem simples/ como o bloqueio de dois tuítes de Trump/ que sugeriu fraude na contagem de votos// Nada muito grave//

(TRANSIÇÃO SONORA)

Foi a partir das Eleições presidenciais dos Estados Unidos de 2016/ que o mundo se tornou mais atento para as Fake News/ e o termo ficou tão popular// Pois foi nessa época/ que confirmaram o aumento de inúmeras contas bots e notícias falsas sobre as eleições//

Nota-se que qualquer relação com Trump é mera coincidência//

Em 2016/ uma onda de notícias falsas envolvendo o até então/ candidato Donald Trump/ resultou na descoberta de 140 sites chamativos/ com muitos acessos pelo facebook//

Essa descoberta mostrou que essas notícias vinham de uma cidade da Macedônia/ país do sudeste europeu// e que os jovens dessa cidade estavam ganhando dinheiro com o alcance e engajamento de publicações/ em outras palavras/ com o número de cliques e compartilhamento sobre as eleições estadunidenses//

A partir desse acontecimento/ outras notícias foram investigadas pelo facebook e comprovadas como Fake News// Desde então/ medidas de combate a desinformação vêm sendo implementadas com mais seriedade//

Assim como outros países/ o Brasil também é alvo de inúmeras notícias falsas na internet// A diferença é que o Brasil não somente é alvo de Fake News/ como é um dos países que mais acreditam em Fake News//

Agora tudo parece fazer sentido/ não é? Para ser sincera/ eu nem fico surpresa//

Um dos problemas é que a maior parte dos brasileiros se informa através de redes sociais/ principalmente do whatsapp// A estimativa é que do número de usuários que possuem smartphones no Brasil/ 99 por cento tem o whatsapp instalado em seu telefone e fazem uso do aplicativo//

Com 120 milhões de usuários brasileiros/ não é ao acaso que ele se tornou ferramenta principal para disseminação de conteúdo falso//

E para piorar/ não são apenas textos e imagens que são manipulados/ mas também áudios e vídeos/ o que/ certamente torna essas notícias mais fáceis ainda de serem acreditadas//

Fora isso/ o conteúdo repassado por whatsapp/ por ser de rápido acesso/ e vindo de conhecidos/ têm maior probabilidade de ser compartilhado sem a checagem dos fatos//

(TRANSIÇÃO SONORA)

Com essas informações em mente/ podemos finalmente/ falar sobre a PL das Fake News/ honestamente//

O Senador Alessandro Vieira (CIDADANIA) apresentou o projeto denominado Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet/ mais conhecida por PL das Fake News//

Desde que o projeto foi criado/ virou assunto de muito debate e / já sofreu várias modificações// porque algumas das propostas contidas nele ameaçavam a privacidade e a liberdade de expressão dos usuários brasileiros/ fora que não apresentava soluções concretas para conter a desinformação//

Com a justificativa de controlar a disseminação de Fake News/ a Lei/ já aprovada no Senado/ atribui ao Estado muitas das decisões sobre os conteúdos da internet//

E o poder de decisão concentrado só no governo é tão perigoso quanto a desinformação/ porque pode ser usado como uma arma de manipulação política e/ também/ uma ameaça ainda maior à democracia//

Além disso/ como delegar decisões tão importantes a um governo/ que utiliza dos veículos de comunicação em suas campanhas políticas e por isso/ se beneficia das Fake News?

Outras questões que precisam ser pensadas dentro desse assunto/ são:

- Então/ Quem irá definir o que é falso e o que, não é?//
- Qual seria o nosso papel diante desse fenômeno? //
- E sobre quem recai a responsabilidade sobre as Fake News?//

Será que é sobre esse público/ que compartilha a informação falsa acreditando que é verdade mensagem fazendo parte desse processo de desinformação? //

Ou será que é sobre os criadores e financiadores das notícias falsas/ por qualquer que seja a intenção deles//

Ou ainda sobre os canais de distribuição/ como as redes sociais/ que não possuem regulamentação específica sobre essas ações//

Ou será que seria culpa do governo/ que também não possui normas diante dessa atividade//

Acredito que cada uma dessas questões dá abertura a novas contestações e/ portanto/ se complicam ainda mais//

(TRANSIÇÃO SONORA)

Se pensarmos na responsabilidade que o público tem na disseminação de Fake News/ devemos falar também sobre o papel dos veículos de comunicação no empenho contra a desinformação//

A imprensa brasileira está passando por um período forte de descrédito e ataques pela população// Uma das razões para isso/ é a forte polarização política - entre direita e esquerda - que vem aumentando/ no país nos últimos anos//

O problema disso é que a falta de credibilidade do jornalismo traz consequências negativas para o combate à desinformação// porque hoje em dia/ as pessoas preferem acreditar em notícias recebidas pelo whatsapp/ até mesmo mais que os veículos jornalísticos confiáveis//

Sim! São nessas horas que eu penso: para que eu tive o esforço de formar em jornalismo mesmo? / Uma atitude no mínimo heróica//

Ao mesmo tempo/ não podemos negar que a própria estrutura falha da mídia tradicional/ em que apenas cinco famílias controlam 50 por cento dos veículos de mídia do país/ não ajudam nada nesse cenário//

A concentração das mídias/ além de prejudicar a liberdade de expressão/ compromete a democracia/ pois a pluralidade de vozes é necessária para que toda a população tenha acesso às discussões públicas // Se não, não é democracia!

Uma vez que o povo não se vê representado/ a mídia perde sua força/ abrindo espaço para a desinformação//

Não é sem mais nem menos que a globo é tachada ao mesmo tempo de fascista e comunista//

(TRANSIÇÃO SONORA)

Então/ como podemos nos informar? Em quem podemos acreditar?

Com as Fake News sendo produzidas em escala avançada/ em decorrência dos bots/ e a possibilidade de/ literalmente/ qualquer um produzir conteúdo para a internet/ nascem as Agências de Checagem de notícias/ que realizam o Fact-Checking ou verificação dos fatos de artigos na internet//

Mas mesmo entre essas agências/ a gente tem que saber escolher as mais confiáveis/ porque não são todas que possuem certificação ou especialização em fact-checking//

No Brasil/ as que possuem certificação legitimada internacionalmente/ ou seja/ precisaram completar as cinco verificações necessárias para fazer esse serviço são/ a Agência Lupa da Folha / O Projeto Truco da Agência Pública/ Aos Fatos//

A questão é que alguns grupos rejeitam essas organizações porque acreditam que elas são favoráveis à esquerda/ e acabam se informando por websites como o e-farsas/ que não possui verificação/ e ainda assim é o mais popular entre os brasileiros e o mais antigo no posto de checagem de notícias//

Esse site que pertence ao portal de notícias R7/ foca em artigos de entretenimento/ e já foi suspeito de compartilhar Fake News//

Sendo esse/ o site mais utilizado pelos brasileiros para checagem de notícias/ faz sentido/ que o Brasil seja o país mais pego pela armadilha da desinformação//

(TRANSIÇÃO SONORA)

Me parece que a polarização política criou um ambiente digital tão hostil/ que qualquer notícia divulgada na rede/ que as pessoas não gostem/ automaticamente/ elas rotulam como Fake News//

A questão é que a vulgarização do termo Fake News/ pode ser relacionada ao fato de que cada pessoa está disposta a acreditar/ mais facilmente/ naquelas notícias que vão de encontro com suas opiniões/ posicionamentos/ e valores// E por isso/ todos somos capazes de cair na armadilha da desinformação//

Até mesmo eu/ estudante quase formada em jornalismo/ defensora da contradição da imparcialidade/ protetora uterina da democracia/ devo admitir que já caí em Fake News// Quem nunca?

Há pouco tempo saiu uma notícia em que dizia/ que a boneca Anabelle havia escapado do Museu Warren/ em que ela estava nos Estados Unidos// Eu acreditei//

Detalhe para a palavra escapado/ que já pressupõe que a boneca tem vida e conscientemente/ decidiu dar uma volta para fora do Museu// Para mim era óbvio que em plena pandemia a Anabelle não tivesse mais nada o que fazer/ a não ser se tornar mais um filme de terror/

A jornalista Ucrainiana Olga Yurkova criou um macete para distinguir as notícias falsas/ Ela fala que **“Se uma história é demasiadamente emocionante ou dramática/ provavelmente não é real” (EFEITO SONORO – DISTORÇÃO DA VOZ)**

E o que ela quis dizer com isso foi que/ o mundo já é absurdo o bastante/ para a gente cair em Fake News sobre bonecas demoníacas// Já não bastasse as guerras/ a desigualdade/ as contas pra pagar/ os problemas emocionais/ as pessoas preferem viver um sonho/ no meu caso/ um pesadelo/ o que é mais estúpido ainda/ porque vai render muitas horas a mais no psicólogo//

Mas nem sempre as Fake News são tão óbvias assim/ sendo que o conteúdo falso é criado com a intenção de desinformar//

(TRANSIÇÃO SONORA)

Apesar do descaso das pessoas sobre o perigo que a desinformação apresenta/ é preciso estarmos atentos e aprender a distinguir a verdade da mentira//

Pois afinal/ existe uma grande diferença entre desinformação no entretenimento e desinformação sobre saúde ou política// Infelizmente/ a pandemia do Covid-19/ provou que tanto quanto o vírus/ a mentira e a ingenuidade também podem ser letais//

Os falsos pronunciamentos dos Presidentes Trump e Bolsonaro sobre o coronavírus/ colocaram ambos os países/ Brasil e EUA/ em posições elevadas no ranking de contaminados e óbitos pelo vírus.

Não é à toa que ambos ganharam o Prêmio Ignóbel/ por gestão de pandemia//

VINHETA (INTRODUÇÃO)

E aproveitando o contexto/ vamos encerrar o podcast com uma frase do incrível/ e famoso cantor George Orwell: **“Em tempos de embustes universais, falar a verdade é um ato revolucionário” (EFEITO SONORO – DISTORÇÃO DA VOZ)**

Obrigada por me ouvir até aqui/ e nos vemos no próximo episódio de O PARVO

VINHETA (FINAL)

Quem gostou/ nos siga no Instagram o_parvo_podcast e confira os nossos conteúdos por lá // E quem não gostou/ um abraço/ viu?

(MUDANÇA BG MELÓDICO)

Esse podcast foi produzido por Ana Luisa Lobo/ como parte da disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso em 2020/ do curso de jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto

Roteiro/ locução/ edição e músicas foram elaboradas por Ana Luisa Lobo sob orientação de Fabíola Carolina de Souza