



**Informação não precisa ser chata:
jornalismo e humor na revista O Pavio¹**

Ivan Carlo Andrade de Oliveira²

Resumo

Em 2007 foi lançada em Macapá a revista O Pavio, com patrocínio da Lei de incentivo estadual. Voltada para o público universitário, a revista revolucionou o jornalismo local inserindo a linguagem do humor e um novo tratamento gráfico, privilegiando elementos dos quadrinhos e da charge mesmo nas matérias, inserindo-se, portanto, nas inovações definidas pelo termo infotainment. O objetivo deste texto é analisar a publicação do ponto de vista da junção entre humor e informação.

Palavras-chave: Jornalismo, humor, infotainment

1 Introdução

Em 2007 surgiu em Macapá uma revista que abalou o jornalismo local. Em formato 32 x 28 cm ela se destacava nas bancas não só pelo formato enorme, mas também pelo conteúdo pouco convencional. Com o lema “Informação não precisa ser chata”, ele trazia um novo tratamento editorial que privilegiava o humor, os quadrinhos e os fanzines. Até mesmo fotos convencionais eram trabalhadas para parecerem ilustrações. As matérias tinham toque de humor, fosse nos títulos, nas ilustrações ou no próprio texto.

Depois de uma rejeição inicial, a publicação acabou caindo no gosto popular, chamando atenção de jornalistas convencionais e até hoje é citada em aulas de comunicação como exemplo de jornalismo diferenciado.

O Pavio inseria-se no conceito de infotainment, um neologismo que une informação com entretenimento e flertava com propostas discordantes do jornalismo, como o gonzo.

O objetivo deste texto é realizar um resgate histórico da revista, seu processo de criação e impacto, assim como analisar de como se deu essa junção do humor com jornalismo e qual o possível impacto dessa proposta.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte realizado de 17 a 19 de maio de 2012.

² Professor da Universidade Federal do Amapá



2 Humor

O humor, a anedota, a comédia são muito antigas e igualmente antigas são as tentativas de analisá-las. Uma das primeiras tentativas de entender o gênero foi feita pelo filósofo Platão. Segundo Camilo e Panke (2011), “Platão refere-se ao humor numa perspectiva interpessoal (...), no sentido de refletir os contextos sociais, sobretudo os que são objeto de reprovação”.

Já Aristóteles (1996, p. 35) defendia que a comédia é a “imitação de pessoas inferiores; não porém com relação a todo vício, mas sim por ser o cômico uma espécie de feio. A comicidade, com efeito, é um defeito e uma feiúra sem dor nem destruição; um exemplo óbvio é a máscara cômica, feia e contorcida, mas sem expressão de dor”.

A análise tanto das idéias de Platão quanto de Aristóteles mostra que o humor tem um sentido de crítica social, de reprovação a comportamentos ou pessoas vistos como nocivos, feios do ponto de vista social. O riso traz em si, portanto, um sentido de reprovação.

A discussão sobre o riso e o humor é parte central do romance *O nome da Rosa*, de Umberto Eco e nos revela um outro aspecto da comédia: o subversivo. Guilherme, o protagonista está no *Scriptorium* e tem uma conversa esclarecedora com o velho cego Jorge sobre o assunto.

Jorge argumenta que o riso deforma o rosto, tornando o homem semelhante ao macaco. Guilherme responde que macacos não riem. Só o homem ri, pois o riso é sinal de sua racionalidade. Jorge implica com o riso porque o mesmo leva à dúvida. Guilherme responde que a muitas vezes é justo duvidar: "Para minar a falsa autoridade duma proposição absurda, que repugna a razão, também o riso pode ser um instrumento justo. O riso serve amiúde também para confundir os maus e fazer refulgir sua estultice". (ECO, 1986, p. 160)

O riso, portanto, suscita a dúvida e serve para contrapor a autoridade que tenta se impor com argumentos não racionais, razão pela qual tem sido temido pelas autoridades em muitos momentos da história. Puckin dizia a Gógol: Faça-os rir, quem ri não tem medo.

O riso, nos diz Bergson, é uma atividade essencialmente humana:

não existe cômico fora do que é propriamente humano. Uma paisagem poderá ser bela, graciosa, sublime, insignificante ou feia; mas nunca será risível. Poderemos rir-nos de um animal,



mas somente porque surpreendemos nele uma atitude de homem ou expressão humana (BERGSON apud SILVA, 2011)

Silva (2011) reforça o caráter subversivo do riso ao dizer que:

O cômico não é visto com bons olhos pelos poderes instituídos, sejam eles de índole religiosa, política ou econômica. O riso é uma pura perda de tempo, quando o que interessa é produzir e adquirir propriedade, na terra ou no prometido reino do além. O lema do poder que é "muito riso pouco siso", diz muito do medo que se instala ante uma sonora gargalhada

Assim, o riso se insere na categoria de código fraco. Em oposição ao código forte usado pelo dominador, que só permite um único significado para a mensagem, o código fraco trata exatamente das sutilezas do duplo sentido (a relação entre significante, significado e referente é equívoca, frágil).

Essa abordagem já era antecipada por Bergson (apud EPSTEIN, 1993, p. 125):

Uma situação será sempre cômica quando pertencer ao mesmo tempo a duas séries de fatos absolutamente independentes, e que possa ser interpretada simultaneamente em dois sentidos inteiramente diversos.

Esse sentido equívoco é usado como descarga emocional do oprimido em oposição à tirania da univocidade: “Assim, o aluno ri do professor, o subordinado do chefe e todos nós de nossos governantes”. (EPSTEIN, 1993, p. 125)

Talvez por conta do fato do jornalismo estar relacionado, muitas vezes à figura do opressor, iniciativas de introdução do humor neste sempre foram vistas com desconfiança. A imagem que os jornalistas fazem de si mesmo e passam para o público é de que são sérios e respeitáveis. Essa imagem poderia prejudicada pela introdução do humor, o que talvez explique a resistência.

Segundo Oliveira (2011), “ Tal imagem contribui para transformar o jornalismo em “discurso autorizado”. O jornal é a expressão da verdade, e não de “uma verdade”.

Entretanto, já existem iniciativas nesse sentido, no que hoje é chamado de *infotainment*:

O neologismo *infotainment*, formado, na língua inglesa, a partir da junção/superposição de duas expressões que caracterizam duas áreas até então distintas da produção cultural, a informação e o entretenimento, tem se espalhado pela produção científica da área da Comunicação, seja nos Estados Unidos e Inglaterra, seja



no Brasil e na França, onde em geral mantém-se no original inglês. No Brasil, o fenômeno é evidente tanto do ponto de vista da utilização de marcas do jornalismo por uma ampla variedade de produtos que não são reconhecidos como telejornalísticos (...), quanto pela cada vez maior utilização, no telejornalismo, de recursos narrativos, dramáticos, audiovisuais comuns às esferas do entretenimento.. (GUTMANN; SANTOS; GOMES, 2011)

Segundo os autores, a distinção entre informação e entretenimento está perdendo força como princípio organizador do campo midiático. (GUTMANN; SANTOS; GOMES, 2011)

Essa perspectiva já era vislumbrada, por exemplo, no gonzo jornalismo e hoje ganha visibilidade em programas como o CQC.

3 O Pavio

A revista O Pavio surgiu em Macapá, em março de 2007, graças à Lei estadual de incentivo à cultura. A proposta era fazer uma publicação para o público universitário que se destacasse completamente do que era publicado na época. Como forma de demarcar isso foi adotado o slogan “Informação não precisa ser chata”. Todas as edições traziam uma moldura, que mudava de cor a cada edição. Na primeira a cor escolhida foi preta. O título era vazado sobre a moldura. Feito à mão, trazia linhas cinéticas, como se o título estivesse em movimento.

A revista tinha como Diretora a jornalista Cíntia Souza e como editor Ivan Carlo. Também participavam as jornalistas Ronelli Aragão e Ana Girlene Oliveira, todos identificados no expediente com caricaturas. Elton Gomes era diretor informal e responsável pelo projeto gráfico inovador.

O primeiro número trazia como ilustração de capa um garoto sentado sobre uma lata de lixo segurando um gabarito amarrotado, emburrado, tendo algumas casas de madeira ao fundo. Abaixo, o título: “Não consigo passar na Pública, não tenho dinheiro para pagar faculdade particular O QUE FAZER?”. Tratava-se de uma chamada de uma matéria sobre formas de financiamento estudantil, um assunto sério, mas a ilustração e o título davam a tônica humorística.

O editorial era assinado por um personagem chamado Xibé Kid, supostamente formado em Biomedialogia Molecular Atômica Pós-moderna no MIT do Abacate da Pedreira³: “Caraca, véio! Até que enfim essa revista tá nas ruas. Mas, oh, pra quem pensa que foi fácil vou logo dando o papo, acender O Pavio foi flórida!”.

³ Abacate da Pedreira é uma pequena localidade do interior do Amapá.



A matéria principal, assinada por Roneli Aragão, trazia o título “Estudar de graça é um barato!”, fazendo um trocadilho com o duplo sentido da palavra barato. O mesmo jogo de palavras pode ser observado no título da matéria sobre o selo *OAB recomenda*: “Polêmica OAB: cursos fazem direito?”.

Essa primeira edição já trazia encartado o *suplemento Lanchonete tiras com fritas*, no mesmo formato da revista, mas em preto e branco. O suplemento era repleto de tiras e foi uma das partes mais elogiadas da revista e a que mais chamou a atenção da população jovem.

Embora já houvesse um tom humorístico nos títulos e nas charges que acompanhavam as matérias, a maioria dos textos ainda seguia uma linha mais séria, reflexo de os próprios jornalistas tinham dificuldade de se desvincular da imagem sisuda que os jornalistas têm de si mesmos.

O editorial do segundo número, escrito ainda pelo personagem Xibé Kid é uma resposta à principal crítica feita à revista: a de que ela não poderia se enquadrar na lei de incentivo à cultura por não ser cultural:

Vou aproveitar para responder um colega que falou que a revista O Pavio não é cultural. Acho que ele faltou na aula da professora Raimundinha, lá no Massachus Institute of Technology do Abacate da Pedreira (...) A tia falou que que o homem começou a criar cultura quando começou a alterar a natureza e que cultura é toda atividade humana não natural (...) Minha mãe vai me bater, mas até uma história em quadrinhos é cultura e se for uma história em quadrinhos sobre buraco, é cultura amapaense, pois o que mais tem aqui é buraco.

Os que diziam que a revista não era cultural (incluindo membros do conselho de cultura) implicavam exatamente com o tom humorístico da publicação e até com o uso de histórias em quadrinhos numa publicação dita jornalística. Isso reflete a imagem tradicional, já comentada anteriormente, de que jornalismo e entretenimento não podem se misturar.

Nesse segundo número, a equipe já estava mais segura da proposta, o que fica claro numa matéria sobre a política de cotas para negros. A jornalista havia iniciado o lide com uma piada. Embora o objetivo fosse exatamente criticar a anedota, o fato é que o texto poderia ser visto como racista. Mas cortar a anedota mutilaria o lead. A solução foi assumir o corte:

Sabe quando é que o preto sobe na vida? Se você respondeu quando... (censurado pelo editor), sinto dizer, mas você está



ultrapassado!!! Uma resposta mais atualizada, embora menos cômica seria: “Quando governo e sociedade se mobilizam para tentar corrigir séculos de injustiça, implementando sistemas de correção social, como as cotas raciais (...).

Os títulos continuaram com o tom humorístico. Em uma matéria que falava sobre a possibilidade de que a Universidade Federal do Amapá abrisse o curso de Medicina, o título brincava com uma expressão regional: “Curso de medicina no Amapá... mas quando já?”. A expressão “mas quando já”, na gíria local indica dúvida com relação a algo.

Essa edição teve, no encarte tiras com fritas, um especial buracos que centralizou a indignação da população com a grande quantidade de buracos na cidade. Uma das tiras mostrava uma equipe da prefeitura tapando os buracos com tabletes de sonrisal e o texto: “Azia? Má digestão? A solução para o buraco estressado! ASFALTO SONRISAL! O único que dilui na água”.

A edição caiu no gosto popular por ter sido publicada numa época de chuva, em que os buracos aumentam muito na cidade. Em consequência, as pessoas na rua começaram a contar a anedota sobre o asfalto ser feito de sonrisal.

No terceiro número o sucesso da revista fez com que muitos jornalistas, que a princípio repudiavam a publicação por seu tom humorístico, se interessassem em colaborar com a publicação, seja através de matérias ou de sugestões de pautas. Chegou a ser produzido um guia para textos, que entre outros itens aconselhava: “Ao escrever para o Pávio não se censure. Deixe que o editor censura você”.

A sessão de cartas desse exemplar teve apenas missivas de jornalistas. Exemplar é a do jornalista Evandro Luís, jornalista da TV Amapá, afiliada da rede Globo: “Caramba, vocês arreventaram... tanta criatividade que tô com inveja de não ter participado desse projeto”. O editor fictício Xibé Kid respondeu em tom humorístico: “Ei, Evandro! Inveja mata, cara! Obrigado pelos elogios, mas se quiser elogiar mesmo, e só me pagar uma broca!”⁴.

Um dos temas da terceira edição foi sugestão de um jornalista local, que sugeriu que a publicação encapasse uma campanha contra a dengue, na época um sério problema de saúde pública com muitos casos sendo relatados em Macapá. Por sua força com o público jovem (nessa época a revista estava atingindo não só os universitários,

⁴ Broca é lanche na gíria de Macapá



mas também os estudantes de nível médio e fundamental), ela poderia ter uma importante função educacional.

A capa trazia uma chamada referente ao assunto: “EXCLUSIVO! Descoberto o terrível plano para invadir Macapá”. No encarte Tiras com fritas, uma página dupla trazia o especial sobre a dengue. Sob a manchete “Descoberto terrível plano para dominar Macapá”, o texto afirmava:

Enquanto a população incauta dorme em berço esplêndido, uma invasão ameaça Macapá. A revista O Pavio descobriu um plano terrível para dominar nossa cidade. Esse plano está sendo arquitetado pelos terríveis *aedes aegyptis*, do planeta Dengue. Para invadir nossa cidade, os mosquitos contam com a colaboração da raça mais suja do universo: os perversos porcos do planeta I-mundo (...)

Abaixo, um tira de quadrinhos mostrava pessoas jogando lixo na rua, num rio e até no rosto de outra pessoa, com o texto: “Os porcos estão entre nós, disfarçados de pessoas normais. Eles jogam lixo na rua... jogam lixo na água... só não jogam lixo no lixo”.

Ao lado da tira, uma entrevista exclusiva com um dos porcos. O texto de abertura dizia que o porco havia pedido para ficar anônimo, por isso havia sido usada uma tarja preta e mudada sua voz:

O Pavio: Para quando está marcada a invasão?

Porco A: Ela já começou. Viu como a cidade está uma porcaria?

O Pavio: Qual a sua cor predileta?

Porco A: Marrom.

O Pavio: Qual a sua música preferida?

Porco A: Aquela do cozidão⁵. Que letra!

O Pavio: Como o senhor conheceu os mosquitos?

Porco A: Eles me procuraram e ofereceram trabalho. Eu estava na lama, não tinha nada a perder.

Esse especial talvez tenha sido o ponto alto de junção de humor e jornalismo, com uso de estruturas típicas do jornalismo, como a matéria sensacionalista e a entrevista para conseguir um resultado de humor.

A revista durou mais um número, o quatro, antes de encerrar suas atividades por problemas administrativos. Esse número foi o único a não ter desenho na capa: três fotos de pessoas gritando encimavam a legenda: “VIDA LOUCA – Antes de dizer pra gente dar um tempo, que você está atrasado, que nem tomou café antes de sair de casa, só uma perguntinha: você sabe organizar seu tempo?”.

⁵ Música de tecnobrega famosa por sua letra de sentido pornográfico.



Nessa edição a revista já tinha anúncios de quatro faculdades particulares, um curso de inglês e uma rádio, além do patrocínio da loja Monte Casa & Construção, pela lei de incentivo à cultural.

A matéria de capa, assinada por Roneli Aragão, é um dos pontos altos da edição. Com o título imitando o design dos medicamentos genéricos e uma foto de um médico, o lead era totalmente não convencional, começando com um diálogo:

- Alô, queria falar com o Dr. Itabira Tabajara (pseudônimo).
- Está falando.
- Doutor, eu sou jornalista e estou escrevendo uma matéria sobre a falta de tempo. Sei que é um problema moderno e, que, dependendo da situação pode levar a problemas da psique, como depressão, frustração ou desgaste mental. Preciso entrevistar um psiquiatra. O senhor poderia me conceder uma entrevista?
- Olha, eu também sou filho de Deus e não tenho tempo! (...) Faça o seguinte então: agende uma consulta com a minha secretária. Assim, eu lhe concedo a entrevista e não perco nem tempo nem dinheiro.
- O senhor vai me cobrar uma consulta? Alô? Alô?
- Pppppp....
- Tá difícil

Ao lado da foto do médico, uma legenda: “O doutor Itabira estava tão sem tempo que não conseguimos tirar uma foto dele. Então colocamos uma foto qualquer, pois o tempo para terminar a revista já estava acabando”.

Além da brincadeira com a questão do tempo, o caso revela uma total honestidade sobre os métodos jornalísticos e uma quebra da imagem séria do jornalista. Isso aproxima o texto do gonzo jornalismo:

O gonzo também quer ir contra a imagem que os jornalistas fazem de si mesmos, de sérios e respeitáveis. Tal imagem contribui para transformar o jornalismo em “discurso autorizado”. O jornal é a expressão da verdade, e não de “uma verdade”. Em contraste, os gonzo-jornalistas não pretendem ser nem sérios nem respeitáveis. (OLIVEIRA, 2011)

Incapaz de conseguir entrevistar sua fonte, a repórter desnudou essa situação diante do leitor admitindo essa incapacidade e até permitindo que este ria da mesma e sua surpresa ao descobrir que a entrevista seria cobrada como consulta.

Conclusão

A revista O Pavio provocou grande estranhamento inicial por quebrar com a imagem jornalística de seriedade e objetividade. Ao unir jornalismo e humor e desnudar os seus métodos e defeitos, a revista flertou com propostas discordantes, como o gonzo jornalismo.



Tanto a rejeição inicial por parte da classe jornalística quanto o sucesso junto ao público jovem revelaram aspectos relevante da imagem do jornalista na sociedade e sua função e entretenimento. Aparentemente, embora a maioria dos jornalistas rejeite a ideia de que jornalismo pode ser misturado com humor, o público jovem apóia a proposta.

Bibliografia

ARISTÓTELES. **Os pensadores**. São Paulo: Nova Cultura, 1996.

CAMILO, Eduardo; PANKE, Luciana . O riso no ar! Apontamentos sobre o humor na comunicação publicitária radiofônica. In: CONGRESSO INTERCOM DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31, 2008, Natal. Anais... Disponível em:
<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1428-1.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2011.

ECO, Umberto. **O nome da rosa**. Rio de Janeiro: Record, 1986.

GUTMANN, Juliana Freire; SANTOS, Thiago E. F. dos ; GOMES, Itania Maria Mota. Eles estão à solta, mas nós estamos correndo atrás. Jornalismo e entretenimento no Custe o que Custa. Compós. Disponível em:
<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/331/286>. Acesso em: 19 fev. 2011.

EPSTEIN. **Gramática do Poder**. São Paulo: Ática, 1993.

O PAVIO. Macapá: (s.n), ano 1, n. 1, 2007. 28 p.

O PAVIO. Macapá: (s.n), ano 1, n. 2, 2007. 28 p.

O PAVIO. Macapá: (s.n), ano 1, n. 3, 2007. 28 p.

O PAVIO. Macapá: (s.n), ano 1, n. 4, 2007. 28 p.



OLIVEIRA, Ivan Carlo Andrade de. Propostas discordantes no jornalismo. In:
CONGRESSO INTERCOM DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO
NORTE, 10, 2011, Boa Vista. Anais... Disponível em:
<http://intercom.org.br/papers/regionais/norte2011/resumos/R26-0034-1.pdf>. Acesso em:
01 fev. 2012.

SILVA, José Manuel. Sem Causa Juntamente Choro e Rio: do riso como dépense
primordial. Disponível em <http://www.bocc.uff.br/pag/silva-jm-choro-riso.pdf>. Acesso
em: 20 nov. 2011.