

Apresentação

Esta coletânea de textos sobre Humor na Mídia busca discutir e aprofundar os vários aspectos que o humor pode assumir quando veiculado

pelos meios de comunicação de massa. Propositadamente, tenta abranger todas as formas de mídias, desde as mais tradicionais, impressas, até as mais recentes, como a Internet. Em todas elas, o humor é uma presença constante, obrigatória mesmo, que adquire características próprias dependendo da mídia em que surge.

Por suas características mais amplas, abre o volume o artigo de Manuel Barrero, professor da Universidad de Sevilla, que se debruça sobre os reflexos do humor gráfico no século XXI e busca traçar um modelo de compreensão geral

da sátira gráfica, analisando seus componentes básicos e visando uma aplicação internacional.

Também exclusivamente sobre humor gráfico tratam os dois artigos seguintes, ambos com enfoques temporais. O da pesquisadora argentina Mara Burkhart centra-se no humor gráfico apresentado nos jornais argentinos do século XX e apresenta um panorama da produção nesse país, enquanto o de Waldomiro Vergueiro enfoca três artistas que considera essenciais para a formação e caracterização do humor gráfico no Brasil, que atuaram, respectivamente, na segunda metade do século XIX, e primeira e segunda metades do século XX.

Já o artigo de Paulo Ramos faz a relação entre um tipo específico de humor gráfico, a tira em quadrinhos, e as piadas, estas últimas em geral orais. Baseando-se nos estudos dos gêneros, seu artigo identifica várias similaridades entre o humor das tiras e as piadas, ajudando a firmar o conhecimento na área. Contribuição similar é trazida por Gêisa Fernandes D'Oliveira, que em seu artigo enfoca o humor de dois quadrinistas brasileiros, Laerte Coutinho e Maurício de Sousa, relacionando traços de brasilidade em cada um deles. A autora, no entanto, afasta-se dos estudos de gênero e mergulha na teoria bakhtiniana como fundamentação de seu texto.

WALDOMIRO VERGUEIRO
é professor titular da ECA-USP.

Com Theophilo Augusto Pinto amplia-se a visão da mídia na coletânea, na medida em que nos afastamos do humor gráfico e entramos no humor radiofônico, área sobre a qual o autor tem dedicado seus esforços de pesquisa nos últimos anos. No artigo, ele dedica-se a um recorte temporal específico, a época do pós-guerra, que considera essencial para a constituição do rádio como “o mais importante veículo de comunicação de massa no Brasil”.

O artigo de Talvani Lange envereda para a discussão sobre as formas de humor na publicidade, centrando-se na publicidade impressa, fundamentada em pesquisa bibliográfico-documental e entrevistas. Destaca-se, em seu texto, a análise aprofundada de publicidade veiculada pela revista *Veja*, em 1994, que é utilizada como exemplo dos desdobramentos que o humor apresenta quando aplicado ao ambiente publicitário. Já Chantal Herskovic vai buscar num tipo de humor televisivo, o dos desenhos animados, a sua temática principal. Com base em sua pesquisa de mestrado, seu artigo enfoca as inovações trazidas pelo seriado norte-americano *Os Simpsons*, a mais longa série de animação produzida na história da televisão mundial, identificando, no seu objetivo de crítica e sátira da sociedade ocidental, as razões de seu continuado sucesso.

A coletânea encerra-se com dois artigos que poderiam ser conceituados como provocativos. O de Octavio Aragão, sobre o humor na Internet, por seu caráter inovador e ambicioso, buscando caracterizar uma produção humorística ainda cercada por imprecisões e questionamentos. E o de Gêisa Fernandes D’Oliveira e Waldomiro Vergueiro, único texto a quatro mãos do volume, por ousar analisar o trabalho do grupo humorístico Os Trapalhões, caracterizado por um humor que hoje, em tempos de correção política, encontraria talvez muitas dificuldades para ser aceito.

O balanço dos dez textos que escolhemos para constituir o presente número da *Revista USP* deixa-nos satisfeitos por atingir a diversidade proposta, oferecendo aos leitores da revista um amplo panorama sobre como o humor surge e se desenvolve nas diversas produções midiáticas. Por outro lado, não podemos deixar de salientar que eles representam apenas a ponta de um grande *iceberg*. Muito mais ainda resta a ser discutido, aprofundado, proposto no que tange às relações entre humor e mídia. Vamos esperar, então, que estes textos possam representar um desafio para que outros mais sejam desenvolvidos sobre a mesma temática. O avanço do conhecimento certamente vai nos agradecer por isso.