
Subterfúgio no riso: O modo como produções humorísticas brasileiras têm se aproximado do Jornalismo para tratar sobre a pandemia da Covid-19¹

Aliny Maria Agostinho da SILVA²

Carina Barros LINS³

Adriana Maria Andrade de SANTANA⁴

Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, Recife, PE

RESUMO

Este trabalho busca entender como as produções humorísticas brasileiras se aproximaram do jornalismo para tratar sobre a pandemia da Covid-19. Para isso, buscamos referências históricas na filosofia, como Bakhtin, (1987), Bergson, (1978), Saliba, (2002), Geier, (2011), e entre outros pensadores que pesquisaram como o riso e o humor surgiram na Academia. Percebemos que ao longo do tempo esses elementos foram fundamentais na história da humanidade e decidimos analisar de que modo os programas com formatos humorísticos, como os Sensacionalistas e Porta dos Fundos, estão utilizando aspectos semelhantes aos encontrados no jornalismo para retratar o cenário da pandemia da Covid-19.

Palavras-chave: Covid-19; humor; jornalismo

Introdução

O riso é inerente ao homem enquanto ser social, sendo, portanto, universal. Ao longo do tempo teve incontáveis contribuições para a humanidade. Mas, o que significa o riso? O que há no fundo do risível? Aristóteles enfatizava que o homem é o único animal que ri (GEIER, 2011). Se algum outro animal aparenta ter o ato do riso é por estabelecer semelhanças com o homem. Além de rir, faz rir, através de símbolos sociais. A partir da análise do riso no decorrer da História, podemos entender como ele vem se aproximando dos

¹ Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XVIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UFPE, e-mail: aliny.agostinho@ufpe.br

³ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UFPE, e-mail: carina.lins@ufpe.br

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Departamento de Comunicação da UFPE, e-mail: adriana.masantana@ufpe.br.

conteúdos jornalísticos, destacadamente ao longo da cobertura sobre a pandemia do Coronavírus. Nesse cenário, observa-se que as produções humorísticas brasileiras têm utilizado a linguagem jornalística até em seus editoriais, questionando o comportamento da sociedade e das autoridades públicas em meio à crise sanitária. Mas antes de entender esse impacto da utilização do humor é preciso nos questionarmos que se o riso é um fenômeno social tão presente, como não tem sido levado a sério pela Academia?

Para entender mais sobre esse gênero, que por muito tempo foi considerado ‘menor’ no universo das artes, é preciso analisar suas manifestações em alguns períodos marcantes da história, como a Grécia Antiga e Idade Média, até alcançar o Brasil, na República Velha, Ditadura Militar e chegar à contemporaneidade. Nos séculos V e IV a.C., Demócrito, o “filósofo que ri”, natural da cidade de Abdera, escreveu sobre temas variados, como a ética, física, literatura e música (CAMPOS; LIMA, 2021. p 4, apud LAÊRTIOS, 2008, p. 263). O filósofo, conhecido por muitos apenas por ter proposto a existência dos átomos juntamente com Leucipo, tem uma relação estreita com o humor. Geier (2011) o descreve como um pensador que, diferentemente de Platão, não abominava o riso como forma legítima de produção de conhecimento, mas sim o tinha como natural, mesmo dentro de seu exercício da filosofia:

Este não era apenas um philo-sophos, um amante da sabedoria, mas também um *philo-gelos*, amigo do riso e do humor. Seu pensamento era regido pelo signo do *gelos* divino, do riso diante das tolices do gênero humano. Para ele, a natureza humana não se distingue apenas por saber rir. Está também condenada ao ridículo. E só a conjunção desses dois aspectos permite esclarecer o encanto singular do Demócrito que ri, cujo riso a um tempo sereno e alegre diante da vida e, por outro lado, zombeteiramente superior. (GEIER, 2011, p. 9)

Esse gênero que permitia Demócrito rir e provocar um certo desconforto nos círculos filosóficos sempre esteve, em maior ou menor grau, presente nos modos de ver e se relacionar com o mundo. Da Antiguidade Clássica ao Medievo, outra época em que o humor era mesmo um modo de pensar e sentir, de forma que se manifestou ao longo da História Ocidental Europeia, nas festas e ritos populares (que viria a ser denominado carnaval), cujos ambientes eram informais e as festividades aconteciam em praças públicas, na presença de bufões. Essas eram as únicas oportunidades para a população aproveitar a cultura cômica, se divertir e fazer a subversão de valores, através das trocas dos papéis sociais (BAKHTIN, 1987).

Tendo esse mote, a cultura do riso atravessou territórios e alcançou o Brasil, sendo retratada nas festas carnavalescas. Mas, é nas primeiras décadas do século XX que se percebe uma abertura para a representação humorística na imprensa brasileira, com as produções ligadas à desilusão republicana que passou pela Abolição e República; nesse momento o riso é levado a sério no país. O período conhecido como *Belle Époque* era conduzido por muitas expectativas sociais e o humor aparece como uma espécie de consolo.

No entanto, existia o dilema: o Brasil era um país sem graça ou o chamado ‘país da piada pronta?’. “Para Fradique, o humor era impossível no Brasil pela ausência de contraste entre o que é e o que deverá ser; para Aparício Torelly, se não há contraste, é porque o humor está para o brasileiro assim como o camelo estava para Maomé: faz parte da vida, portanto é indistinguível” (SALIBA, 2002, p. 32-33). Assim, havia um grupo de humoristas, formado por grandes nomes do jornalismo e literatura brasileiros - como Artur Azevedo, Guimarães Passos e Olavo Bilac -, que revelavam o dilema histórico da República brasileira, questionando em anedotas se o Brasil era uma nação ou não. Tal período conduziu o surgimento de revistas, teatros, produções cinematográficas e publicidades, que traziam o humor na representação da formação histórica brasileira.

Um marco da utilização do humor na História brasileira foi durante o período da ditadura civil-militar (1964-1985). O regime protagonizou pautas que repercutiam no cotidiano de forma violenta, como a censura, perseguições, prisões e torturas. A intervenção dos militares em jornais e revistas ocorria inicialmente através de telefonemas ou bilhetes destinados aos proprietários dos veículos de comunicação. Apesar de uma sociedade visivelmente marcada pelas sombras do poderio militar, o humor e o riso agiram por cima do medo, se sobressaindo, ganhando destaque nos jornais e nas revistas, com o intuito de transformar a realidade em forma de denúncia e resistência. Os textos censurados tinham seus espaços substituídos por receitas de bolo e por poemas, como trechos da epopeia “Os Lusíadas”, por exemplo (MEMORIAL DA DEMOCRACIA, 2015-2017). Tais práticas surpreendiam a sociedade, visto que era algo incomum encontrar esses gêneros nos jornais. Essa ação inesperada provocava uma espécie de ‘riso nervoso’, era um alerta de que algo tinha sido censurado, o feito também servia como refrigerio. Para Bauman, esse tipo de riso “livrava as pessoas do medo, aproximando-as do mundo” (BAUMAN, 2000, p. 60). Desse modo, o mecanismo do humor representava a indignação da sociedade brasileira e mostrava, através

de charges, cartoons e matérias, o embate de um povo que era oprimido pelo governo ditatorial.

Já no século XXI o humor ganha novas formas, aparecendo, por exemplo, na linguagem de memes nas redes sociais (Facebook, Instagram e Twitter), além, é claro, em programas humorísticos. Especificamente no começo da pandemia, em 2020, percebemos que os veículos de comunicação brasileiros, como o noticiário satírico “Sensacionalista” e o programa humorístico “Porta dos Fundos”, este veiculado no YouTube, utilizaram-se da linguagem jornalística não só para entreter, como também para passar uma informação reflexiva e de boa qualidade, mesmo diante da seriedade de informar o descaso com a crise sanitária que nos assola até hoje. Tendo esses programas como objeto, tentaremos entender, neste artigo, como o humor criou diálogos na sociedade entre fatos e momentos históricos e tem sido um bom aliado no combate à Covid-19.

Para analisar de que modo o discurso jornalístico foi incorporado à linguagem do humor, este trabalho parte da revisão de literatura (à luz das teorias do Jornalismo) e análise de conteúdo, e está inserido no âmbito do Grupo de Pesquisa Jornalismo & Humor, da Universidade Federal de Pernambuco.

A desordem sanitária e o início da Covid-19 no Brasil

“A OMS reconhece que o mundo enfrenta uma pandemia de coronavírus”. Essas foram as primeiras palavras da jornalista Renata Vasconcellos ao anunciar, no dia 11 de março de 2020 (no ao vivo do Jornal Nacional, da Rede Globo), a disseminação da Covid-19 no Brasil (GLOBOPLAY, 2020). Tal data oficializada pela Organização Mundial da Saúde foi um ponto de partida para a era da descredibilização da ciência, pois boa parte da população passou a não considerar a gravidade da doença, sobre a qual a mídia já vinha noticiando desde o registro dos primeiros casos de contaminação na China, em outubro e novembro de 2019 (CNN, 2019, informação eletrônica).

Por essa razão, assim que foi anunciada a chegada do coronavírus ao país e o avanço da doença, a imprensa produziu uma avalanche de informações sobre a letalidade do vírus, mas não se poderia imaginar que teria que travar uma luta entre a negligência da doença por parte de segmentos da população e dos setores públicos, incluindo o Presidente da República, Jair Messias Bolsonaro, que tratou, em um pronunciamento em rede nacional, a contaminação da covid, como uma "gripezinha" ou "resfriadinho" (BBC BRASIL, 2021).

A declaração do representante político abriu brechas para a ignorância e o obscurantismo diante de uma crise sanitária que o Brasil estava prestes a enfrentar. Mas para entender essa falta de consciência quando se trata de um surto epidêmico que eclodiu no mundo, é necessário citar que tal fenômeno já vinha sendo registrado desde pandemias anteriores. A gripe espanhola, por exemplo, entre 1918 a 1919 matou mais de 50 a 100 milhões de pessoas no Brasil (SANTANA, 2020). Uma das causas desses números de óbitos diz respeito à falta de confiança da população na ciência, que não acreditava no vírus e já cultivava uma onda de negacionismo, dando preferência ao desrespeito às medidas de restrições e às receitas caseiras, atrelados ao senso comum, que supostamente “preveniriam” ou “curariam” a gripe espanhola. Esses ‘tratamentos’ eram uma forma de evidenciar uma falsa sensação de que havia uma maneira de enfrentar a epidemia, sem a existência da vacina.

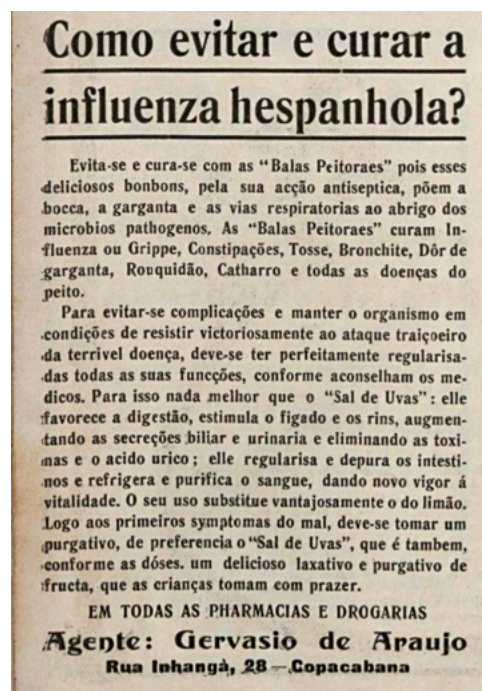


Figura 1: Imagem retirada do artigo Entre o quinino e a cloroquina: ecos da gripe espanhola na cobertura jornalística sobre a pandemia no Brasil. de 02/11/18. Fonte: catalogação do Grupo de Pesquisa Jornalismo e Humor nos arquivos digitais da Biblioteca Nacional.

A propaganda acima, veiculada na Revista *FonFon!*, na edição de 1918, apresenta orientações sobre o uso de medicamentos sem comprovação científica. As “Balas Peitorais de Sal e Uvas” eram recomendadas pelos editoriais da revista. Tais sugestões, ligadas ao senso comum, ganhavam destaque nos jornais daquela época e mesmo com o noticiário lidando

com as informações de caráter íntegro, o jornalismo não teve força para impedir o avanço da doença que levou à morte mais da metade da população. Além disso, quando a influenza surgiu no país, não havia um sistema de saúde público e universal, e nem um bom planejamento sanitário nas cidades e nos centros urbanos. Também é válido citar que não existia uma vacina que fosse capaz de neutralizar o vírus, visto que o imunizante só foi fabricado em 1944, vinte e seis anos depois da descoberta da influenza, colaborando negativamente para a proliferação da doença (SANTANA, 2020).

É partindo desse pressuposto que percebemos como a história continua se repetindo e tanto no passado como no presente vemos que a imprensa permanece informando e alinhando dados com base na ciência. Segundo o biólogo Atila Iamarino, em entrevista ao programa Roda Viva, a 30 de março de 2020, “a imprensa, a mídia e a ciência são os principais elementos para compreender o contexto da pandemia de Covid-19 no Brasil.”(RODA VIVA, 2020, informação eletrônica). A recepção dos textos jornalísticos e científicos envolve expectativas do público em torno da notícia, ao passo que cria posições e entendimento da sociedade. “Abordar os contratos enunciativos jornalísticos nessa nova paisagem midiática, defende Verón (2013), é assumir a circulação como dimensão relevante para a produção do sentido e abarcar também o reposicionamento da instância de recepção.” (CARVALHO, 2021, P.208) Nesse caso, acerca da crise sanitária diante do contexto negacionista. Por isso, programas humorísticos que se utilizam da linguagem jornalística em suas produções, como o noticiário satírico “Sensacionalista” e o “Porta dos Fundos”, podem ter o potencial de despertar posicionamentos reflexivos e impulsionam o senso crítico na sociedade durante a pandemia da Covid-19.

O Humor na Imprensa: Cobertura da Covid-19

1. “Sensacionalista”

Na pandemia, o humor segue sendo utilizado por veículos de comunicação e programas humorísticos, a exemplo do site “Sensacionalista”, por exemplo, criado em 2009 pelo jornalista Nelisto Fernandes. Ele tem o objetivo de "satirizar os jornais considerados 'sérios' e mostrar, de uma maneira, por meio da estrutura tradicional de notícias (lead, fonte, imagem, entre outros), assuntos que estão na mídia, utilizando o humor como recurso crítico"(CONCEIÇÃO; DOMINGOS, 2012, p. 3).

Durante a crise sanitária o site se utilizou de frases curtas e expressões de texto do jornalismo impresso, produzindo notícias com linguajar escrachado para chamar a atenção do leitor sobre as atrocidades que aconteceram na pandemia. No exemplo abaixo, com um tom satírico, a figura do presidente Bolsonaro é colocada de forma pejorativa fazendo referência ao coronavírus, que não poderia acabar com o país antes dele.



Figura 2: Notícia de "Sensacionalista" no início da pandemia, em 11/03/20. Fonte: Sensacionalista/Instagram.

Tal conteúdo, por mais que quebre a linha da seriedade, chama atenção do leitor para a gravidade do problema, que não está apenas na Covid-19, e sim no fato de o presidente não saber lidar com a pandemia. É com essa falta de entendimento idealizada pelo representante político que boa parte da população acaba ignorando as medidas sanitárias e a existência da doença em território brasileiro. Um exemplo disso são as figuras abaixo, tratando do direito de ir e vir em contexto pandêmico e a perda do olfato (um dos sintomas da doença).



Figura 3: Notícia de "Sensacionalista" no início da pandemia, em 11/04/2020. Fonte: Sensacionalista/Instagram.



Figura 4: Aglomerações e perda de olfato no início da pandemia, em 15/04/20. Fonte: Sensacionalista/Instagram.

É utilizando-se dessa ironia fina que o jornalismo dito 'sensacionalista' atrai mais pessoas para consumir conteúdos. Como consequência, pode trazer mais lucros às empresas, reduzindo a informação a um mero produto mercadológico. “O sensacionalismo é o grau mais radical de mercantilização da informação: tudo o que se vende é aparência” (MARCONDES FILHO, 1989, p. 66.) Esse viés editorial não é uma novidade, como é observado pelo historiador e jornalista, Mitchell Stephens, em *A History of News* (1988): No século XIX o sensacionalismo era utilizado no jornalismo de forma pejorativa, a partir de narrativas literárias, conduzidas pelo entretenimento para despertar reações no público.

Assim, é possível perceber que o “Sensacionalista”, que se considera “isento da verdade” e cuja linha editorial busca o extremo do sensacionalismo, utiliza estratégias do entretenimento para prender a atenção dos telespectadores. A espetacularização da notícia apresenta diretrizes do humor, se preocupa com a maneira que conta acontecimentos chocantes e sai dos moldes de uma notícia pautada com a objetividade tradicional.

2. Porta dos Fundos

Diferentemente de o “Sensacionalista”, “Porta dos Fundos” atua fortemente com produções audiovisuais na plataforma do Youtube desde 2012. O grupo produz um material dinâmico, em que subverte a ordem social, fazendo com que o conteúdo produzido passe pelo processo de transgressão e amortização que, segundo Bakhtin, consiste basicamente na ideia da inversão de papéis sociais que afrouxam os controles da sociedade (BAKHTIN, 1987).

Desse modo, nas produções humorísticas a comunicação parte do oprimido para o opressor, e o riso serve como uma válvula de escape que pode trazer reflexão, esperança e alívio. Segundo Gregório Duvivier, um dos idealizadores do projeto, o riso é sempre afetivo (G1, 2014, informação eletrônica), e por ter essa relação de proximidade, dependendo do contexto, consegue comover os indivíduos que estão envolvidos na ação.



DONA HELENA - CIENCIA

Figura 5: Vídeo “Quarentena com Dona Helena, em 01/05/2020. Fonte: Porta dos Fundos/Youtube.

No vídeo acima, a personagem criada pelo Porta dos Fundos, ‘Dona Helena’, ataca o biólogo Atila Iamarino, que no começo da pandemia usou fortemente o Twitter para explicar sobre o perigo da Covid-19. No audiovisual, o ator e comediante Fábio de Luca apresenta teorias conspiratórias acerca da doença e culpa o Partido dos Trabalhadores (PT) e a emissora Globo, através de números aleatórios e sem comprovação científica sobre a causa do vírus. É com esse toque de humor que o conteúdo chama atenção para a quantidade de fake news que surgiu durante o início da pandemia. Segundo a pesquisadora da Agência Lupa Cristina Tardáguila, no começo da crise sanitária ela contabilizou mais de mil notícias falsas no ambiente virtual (LADEIRA, 2020, informação eletrônica).

Além disso, o que mais veio à tona na pandemia foi a quantidade de dicas e receitas caseiras, relacionadas ao senso comum, de como as pessoas poderiam vencer a Covid-19. Esse contexto nos fez lembrar das teorias conspiratórias que existiam nas publicações dos jornais durante a gripe espanhola, em que havia uma forte resistência do exército brasileiro ao tratar a influenza como “o vírus benigno” que assolava o território brasileiro, (SANTANA, 2020). Tal afirmação era um despreparo físico e mental do que estava por vir no decorrer do início do século XX. Ao voltar ao passado e perceber que no momento presente essas suposições continuam persistindo, os vídeos do Porta dos Fundos vão além do imaginário

social e trazem uma profunda reflexão sobre a situação do brasileiro durante o período de isolamento.



Figura 6: Vídeo “Cura pro corona”, em 25/05/2020. Fonte: Porta dos Fundos/Youtube.

No conteúdo “Cura pro corona”, veiculado pelo grupo, uma publicitária foi responsável pela descoberta da cura para o coronavírus, através de uma "receita infalível" da crença popular, que é tomar água e ficar de cabeça para baixo durante três segundos. Por mais que seja cômica essa notícia elaborada pelo programa humorístico, na pandemia houve muitas pessoas que 'viraram' cientistas e deram dicas através das redes sociais, com vídeos e áudios no Whatsapp de como poderia vencer o vírus. A crítica que o Porta dos Fundos fez é justamente sobre a quantidade de absurdos que foram reproduzidos por parte da população brasileira, que insistia em não acreditar na doença, na vacina e em sua proliferação. É com isso que vemos como o humor reflexivo e crítico foram a ferramenta fundamental no combate à doença e talvez, para o brasileiro, rir da própria desgraça seja o melhor remédio diante desse contexto, conforme evidenciado no exemplo abaixo:

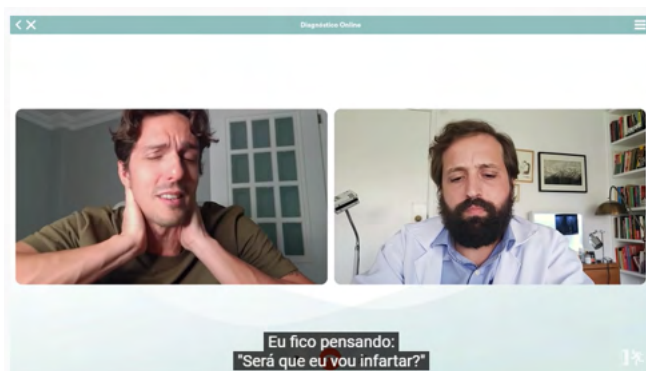


Imagem 1



Imagem 2

Figura 7: Vídeo “Doente de Brasil”, em 12/04/2021. Fonte: Porta dos Fundos/Youtube.

A criatividade/originalidade para abordar os temas, o uso da sátira e da paródia, resultam em um humor de qualidade, que é aquele que leva à reflexão crítica, gera o sentimento do contrário (PIRANDELLO, 1996). Esse humor trata de temáticas relevantes no meio social, que têm mais impacto quando são apresentadas de forma descontraída. Essa abordagem chama a atenção do público que, a partir de reflexões, se informa e se posiciona sobre o assunto. Como afirmou Gregório Duvivier, “o humor tem como uma das funções ajudar a digerir o que está acontecendo” (DUVIVIER, 2020, informação eletrônica). Com o riso é possível diminuir as angústias, tristezas e problemas pessoais que vieram à tona quando não era mais possível olhar nos olhos e conversar com conhecidos, por causa da ameaça de um vírus.

Considerações finais

Partimos de amostras de três textos de “O Sensacionalista” e três vídeos do “Porta dos Fundos” que apresentam o uso do humor para chamar atenção do público, comunicando-se de maneira diversa para promover reflexões sobre o contexto pandêmico no Brasil, para analisar a relação entre jornalismo e humor. O uso da linguagem jornalística nas produções humorísticas durante a pandemia da Covid-19 trouxe informações de qualidade e de forma reflexiva para a sociedade. Pois que “para compreender o riso, impõe-se colocá-lo no seu ambiente natural, que é a sociedade; impõe-se sobretudo determinar-lhe a função útil, que é uma função social” (BERGSON, p.9, 1978). Observamos, assim, que o humor foi utilizado como um instrumento de comunicação e conscientização diante da crise sanitária,

conseguindo informar o público num contexto de maior alcance do que muitos produtos essencialmente jornalísticos.

Os produtos analisados fazem críticas sobre o cotidiano, como no âmbito político, quando satirizam o comportamento de autoridades frente a uma pandemia que desestabilizava o país. Assim, é possível observar que os projetos humorísticos abordaram temáticas relevantes sobre a Covid-19, atravessando o negacionismo, fazendo uso do riso e de estratégias do Jornalismo para expandir a visão de mundo do público.

REFERÊNCIAS

BAKHTIN, Michail. **A cultura popular na Idade Média e Renascimento: o contexto de Rabelais**. 7.ed. São Paulo: HUCITEC, 1987.

BAUMAN, Zygmunt. **Em busca da política**. Tradução de Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

BBC BRASIL. **Em rede nacional, Bolsonaro critica fechamento de escolas e comércio e compara coronavírus a ‘resfriadinho’**. 24 de março de 2020. Disponível em <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-52028945>>. Acesso em 14 de junho de 2022.

BERGSON, H. **O riso: ensaio sobre a significação do cômico**. 2.ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

BOCCHI, Josiane; JUNTA, Augusto. **Ironia, humor e sublimação: o papel dos chistes no laço social**. Psicologia em pesquisa. Juiz de Fora. v13.28647. set./dez. 2019. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1982-12472019000300007>. Acesso em 31 de abril de 2022.

CAMPOS, Ibrahim; LIMA, Walter. **A lenda O riso de Demócrito e o pranto de Heráclito: origens e desenvolvimentos históricos**. Filos. e Educ., Campinas, SP, v.12, n.3, p.1630-1662, set./dez. 2020. Disponível em <[file:///C:/Users/Jornalismo20/Downloads/emanuel,+13.+A+LENDA+O+RISO+DE+-+F%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Jornalismo20/Downloads/emanuel,+13.+A+LENDA+O+RISO+DE+-+F%20(1).pdf)>. Acesso em 30 de junho de 2022.

CARVALHO, Claudiane. **Produção, Circulação e Recepção do Jornalismo Contemporâneo: Breve Panorama**. Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática, v. 20, n.43, p. 197-213, 2021.

CONCEIÇÃO, Ana Lígia Côrrea da; DOMINGOS, Adeniu Alfeu. **Site “Sensacionalista”: Relação Jornalismo e Humor em uma Perspectiva Semiótica.** In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 17., Ouro Preto, 2012.

CNN BRASIL. **Primeiro caso Covid-19 pode ter atingido a China em outubro de 2019.** 2021. Disponível em <<https://www.cnnbrasil.com.br/saude/primeiro-caso-covid-19-pode-ter-atingido-a-china-em-outubro-de-2019-diz-estudo/>>. Acesso em 29 de março de 2022.

DUVIVIER, Gregório. **O presidente é um bufão, está no terreno do humor.** 20 de maio de 2020. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=oSRPfbuFo7I>>. Acesso em 06 de junho.

FON-FON!. **Como evitar e curar a influenza hespanhola?.** Edição 0044 publicada em 02 de novembro de 1918. Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional. Disponível em <<http://memoria.bn.br/docreader/DocReader.aspx?bib=259063&pagfis=31440>>. Acesso em 02 de março de 2022.

GEIER, **Do que riem as pessoas inteligentes?** Rio de Janeiro: Record, 2011.

GLOBOPLAY. **Jornal Nacional, Íntegra 11/03/2020.** Disponível em <<https://globoplay.globo.com/v/8392308/>> Acesso em 25 de março de 2022.

G1. **Humor aproxima Porta dos Fundos e poesia.** 2014. Disponível em <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2014/01/humor-aproxima-porta-dos-fundos-e-poesia-diz-gregorio-duvivier.html>>. Acesso em 03 de junho de 2022.

JORNAL SENSACIONALISTA. **Bolsonaro diz que não vai deixar coronavírus acabar com o país antes dele.** Disponível em <https://www.instagram.com/p/B9mI-97pyy_/> (<<https://blogs.oglobo.globo.com/sensacionalista/>> Acesso em 2 de abril de 2022.

JORNAL SENSACIONALISTA. **Perda de olfato do coronavírus inclui não sentir cheiro de tragédia.** Disponível em <

JORNAL SENSACIONALISTA. **Cidadão de bem vai às ruas pelo direito de ir e vir da UTI | Sensacionalista.** Disponível em <https://www.instagram.com/p/B_GNPeZpRME/?hl=pt-br> Acesso em 31 de maio de 2022.

LADEIRA, Francisco. **Fake news em tempos de coronavírus.** 31 de março de 2020. Disponível em <<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/coronavirus/fake-news-em-tempos-de-coronavirus/>>. Acesso em 02 de junho de 2022.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia: (jornalismo como produção social da segunda natureza)**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1989.

MEMORIAL DA DEMOCRACIA. **Notícia censurada dá lugar a camões**. Disponível em <<http://memorialdademocracia.com.br/card/noticia-censurada-da-lugar-a-camoes>>. Acesso em 03 de junho de 2022.

MITCHELL, Stephens. **A History of News**. 3. ed. Oxford University Press, 2006.

PIRANDELLO, Luigi (1996). **O Humorismo**. Trad. Davi Dion Machado. São Paulo: Experimento. (Originally published in 1908).

PORTA DOS FUNDOS. **Dona Helena - Ciencia**. Disponível em: <<https://portadosfundos.com.br/video/dona-helena-ciencia>> Acesso em 31 de maio de 2022.

PORTA DOS FUNDOS. **Doente de Brasil**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Lu39Ltm60s4>> Acesso em 31 de maio de 2022.

PORTA DOS FUNDOS. **A cura pro corona**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=I45nnoRq_h4&t=10s> Acesso em 31 de maio de 2022

RODA VIVA. **Atila Iamarino**. 30 de março de 2020. Disponível <<https://www.youtube.com/watch?v=s00BzYazxvU&t=601s>>. Acesso em 26 de março de 2022.

SALIBA, Elias Thomé. **Raízes do riso: a representação humorística na história brasileira – da Belle Époque aos primeiros tempos do rádio**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

SANTANA, Adriana. **Entre o quinino e a cloroquina: ecos da gripe espanhola na cobertura jornalística sobre a pandemia no Brasil**. Revista Pauta Geral - Estudos em Jornalismo, Ponta Grossa .v.7.e 17.061.026, p.1 - 32, 2020. Disponível em <<https://revistas2.uepg.br/index.php/pauta/article/view/17061/209209213947>>. Acesso em 19 de abril de 2022.