

A paródia de notícias como jornalismo conotativo

Proposta de um conceito

JOSÉ ISMAR PETROLA

*Universidade de São Paulo, São Paulo,
São Paulo, Brasil*

ID 2622

Recebido em

09/02/2022

Aceito em

09/07/2022

As paródias de notícias, manifestação tradicional de humor no jornalismo, tornaram-se muito populares nas redes sociais, podendo se confundir com as chamadas *fake news*. Buscando um caminho para uma distinção entre essas duas manifestações, partimos da análise de exemplos históricos de paródias publicadas no jornal alternativo *O Pasquim* na década de 1970 e exemplos recentes de paródias veiculadas no site de humor *O Sensacionalista* entre 2018 e 2020, para identificar elementos do que propomos classificar como jornalismo conotativo, um jornalismo que não se destina a uma leitura literal e crítica, por meio do humor, os procedimentos do próprio jornalismo.

Palavras-chave: Jornalismo conotativo. Humor. Paródia. *Fake news*. Conotação.

The Parody of News as Connotative Journalism: a Proposal of a Concept

News parodies, a traditional manifestation of humor in journalism, have become very popular on social networks, and can be confused with the so-called *fake news*. Seeking a way to distinguish between these two manifestations, we start from the analysis of historical examples of parodies published in the alternative newspaper *O Pasquim* in the 1970s and recent examples of parodies published on the humor website *O Sensacionalista* between 2018 and 2020, to identify elements of which we propose to classify as connotative journalism, a journalism that is not intended for a literal reading and criticizes, through humor, the procedures of journalism itself.

Keywords: Connotative journalism. Humor. Parody. *Fake news*. Connotation.

La parodia de noticias como periodismo conotativo: propuesta de un concepto

Las parodias de noticias, manifestación tradicional del humor en el periodismo, se han vuelto muy populares en las redes sociales, y pueden confundirse con las llamadas *fake news*. Buscando una manera de distinguir entre estas dos manifestaciones, partimos del análisis de ejemplos históricos de parodias publicadas en el periódico alternativo *O Pasquim* en la década de 1970 y ejemplos recientes de parodias publicadas en el sitio web de humor *O Sensacionalista* entre 2018 y 2020, para identificar elementos de lo que nos proponemos clasificar como periodismo conotativo, un periodismo que no pretende una lectura literal y crítica, a través del humor, los procedimientos del propio periodismo.

Palabras clave: Periodismo conotativo. Humor. Parodia. *Fake news*. Connotación.

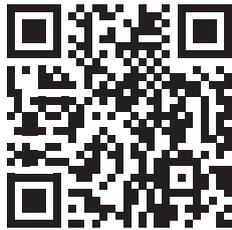
José Ismar **PETROLA**

Doutor em Ciências da Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM/ECA-USP), na área de concentração Interfaces Sociais da Comunicação.

Universidade de São Paulo, São Paulo, São Paulo, Brasil

E-mail: joseismarpetrola@gmail.com

ORCID



Introdução

Um tipo de notícia bastante popular atualmente nas redes sociais são as paródias de notícias – textos escritos segundo as convenções da escrita jornalística, mas com informações falsas, ironizando acontecimentos, declarações de pessoas públicas e os próprios jornais. Sites como *O Sensacionalista* e *Piauí Herald* aproveitam-se da interatividade, pluralidade e hibridização de linguagens das plataformas on-line, produzindo conteúdos que são facilmente replicados pelos usuários. A possibilidade de recriar textos e imagens, modificando as referências ali presentes, favorece a criação de outras paródias pelos usuários, tornando as notícias memes. Ao mesmo tempo, tais recursos também favorecem a proliferação de notícias falsas, as chamadas *fake news*, bem como de outras modalidades de desinformação, como o discurso de ódio – por exemplo, paródias de textos jornalísticos que buscam depreciar a imagem de certos jornalistas ou reforçar o repúdio a determinados grupos e ideologias (RISSO, 2020).

Com a facilidade de se retirar um material do contexto em que foi publicado, não é difícil que essas manifestações sejam confundidas entre si e com o jornalismo propriamente dito. Não são raros os casos em que paródias como as do *O Sensacionalista* são tomadas como verdadeiras, com consequências que podem levar a processos judiciais – Laura Gomes (2018, p. 15) menciona o caso em que, após *O Sensacionalista* publicar um texto paródico com o título “Bancada gay quer proibir o casamento evangélico”, um pastor evangélico fez diversas declarações em público como se a notícia fosse verdadeira e houvesse de fato uma proposta de proibição do casamento evangélico por parte do então deputado federal Jean Wyllys, ativista pelos direitos dos LGBTQIA+. O parlamentar, na época, moveu processo contra o religioso e também publicou em seu site diversos esclarecimentos sobre suas posições a respeito de temas ligados a costumes.

Se as paródias ou notícias simuladas contêm informações que não são verdadeiras e imitam textos noticiosos, poderiam ser consideradas uma forma de *fake news*, potencialmente causadoras de enganos ou desinformação? A questão é controversa. Tandoc, Lim e Ling (2017) observam que o próprio termo *fake news*, originalmente, era usado em referência a paródias de notícias televisivas, bastante populares na TV estadunidense. A acepção de *fake news* como sinônimo de notícia fraudulenta surgiu mais tarde, com a popularização das redes sociais, e tornou-se mais difundida principalmente a partir da campanha eleitoral de 2016 nos Estados Unidos, durante a qual houve grandes discussões sobre o impacto da desinformação no processo eleitoral.

Claire Wardle e Hossein Derakhshan (2017) entendem a paródia e a sátira como uma das formas de desinformação – em vez de usar o termo *fake news*, eles propõem uma tipologia detalhada, que diferenciam entre:

a) *disinformation*: informação falsa e deliberadamente criada para prejudicar uma pessoa, grupo, organização ou país. Inclui o conteúdo fraudulento ou impostor (que atribui informação falsa a fontes reais), o conteúdo manipulado e o conteúdo fabricado (conteúdo totalmente falso)

b) *misinformation*: informação falsa, mas criada ou compartilhada sem intenção de causar dano; inclui a falsa conexão (conteúdo que reúne informações desconexas, como títulos ou fotografias que não correspondem ao que é informado numa notícia) e o conteúdo enganoso (informações equivocadas, ainda que não intencionalmente); pode incluir a sátira e a paródia

c) *malinformation*: informação com base na realidade, mas usada de forma distorcida para causar dano a uma pessoa, organização ou país. Inclui vazamentos, assédio e discurso de ódio.

Outros autores, como Allcott e Gentzkow (2017), procuram separar a paródia das *fake news* por sua intencionalidade. Assim, definem as *fake news* como notícias intencionalmente falsas, criadas com a intenção de enganar, o que as diferencia do erro jornalístico não intencional. Além disso, entendem que as *fake news* se referem a dados ou acontecimentos específicos, cuja falsidade pode ser provada, o que as diferencia de teorias da conspiração, vagas demais para serem confirmadas ou desmentidas. Ao mesmo tempo, reconhecem, citando exemplos, que uma paródia pode se tornar uma *fake news* quando compartilhada fora de seu contexto original, sem os marcadores que a identificam como paródia.

Outro caminho para a distinção entre paródia e *fake news* é indicado por autores como Tandoc, Lim e Ling (2017) ao traçar uma distinção entre paródia e sátira no jornalismo: a paródia tem por objeto outra notícia, enquanto a sátira se volta para o acontecimento noticiado. Embora as duas formas se baseiem na imitação, frequentemente utilizando a ironia, a paródia sugere alternativas, enquanto a sátira ridiculariza seu objeto. Assim, as *fake news* estariam mais próximas da sátira, exagerando ou distorcendo relatos para desqualificar pessoas ou instituições, enquanto textos de humor que simulam notícias jornalísticas de forma crítica estariam mais no campo da paródia.

Com relação a essas imitações humorísticas de notícias, Gerson (2014) nota que nem sempre é possível traçar uma linha clara entre a sátira e a paródia nesse tipo de texto, mesmo porque as próprias definições de paródia e sátira variam com o tempo, e muitas vezes a crítica aos aspectos formais ou ao objeto do relato se misturam.

Gerson e Dornelles (2012) classificam essas imitações humorísticas de notícias como um *falso noticiário*, que constituiria uma espécie do gênero diversional do jornalismo, definido por Assis e Melo (2010) como um gênero que, por não se pautar pela veracidade, não é propriamente jornalístico, mas é divulgado num contexto ligado ao jornalismo, com finalidade de entretenimento – assim como os jornais, tradicionalmente, publicam seções de anedotas, histórias em quadrinhos ou previsões astrológicas. Posteriormente, ao estudar três veículos de paródia de notícias – *O Sensacionalista*, *Piauí Herald* e *Laranjas News* –, Gerson (2014) propõe uma nova classificação, a de *pseudonotícia*, um gênero que, embora construído com base em aspectos formais do jornalismo, como a utilização do *lead* e da pirâmide invertida, não seria nem mesmo um gênero jornalístico, posto que não se compromete com a veracidade do que é publicado.

Jácome (2016) refere-se a essa produção como notícia simulada, definindo-a como um gênero de humor que pode ser considerado jornalístico na medida em que se refere a acontecimentos reais e, ao mesmo tempo, constitui paródia ou sátira aos gêneros jornalísticos. Carmelino e Silveira (2016) utilizam o termo *desnotícia*, inspirado na linguagem de sites de humor como a paródia de enciclopédia on-line colaborativa *Desciclopédia*, para designar textos humorísticos e memes baseados em notícias de jornais e produzidos para circulação na internet.

Todas estas definições, porém, estão contidas no conceito de paródia: trata-se de um texto que imita outro, em geral ironizando ou ridicularizando seus elementos formais e/ou de conteúdo. Desta forma, optamos pelo uso dos termos “paródia”, “notícia paródica” ou “notícia parodiada”.

Objetivos e metodologia

Procurando saídas para o impasse de uma distinção entre a paródia de notícias e as *fake news*, partimos neste artigo de um estudo sobre manifestações históricas e contemporâneas da notícia paródica, procurando entender suas características que nos permitem aproximá-la ou distanciá-las das *fake news*. A partir de comparações entre o exercício da paródia ou simulação de notícias em veículos da imprensa alternativa dos anos 1970 como *O Pasquim* e em sites de humor como *O Sensacionalista* nos anos 2010, propomos o conceito de jornalismo conotativo (JORGE FILHO, 2021) como uma distinção entre a paródia e as *fake news*.

Para a construção da amostra, foram analisadas notícias publicadas em cinquenta exemplares do *Pasquim* entre 1970 a 1979, cobrindo o período mais expressivo de circulação desse jornal, num contexto de autoritarismo e censura, mas também de fortes embates políticos e culturais, e no *O Sensacionalista* entre 2018 e 2020, período em que se tornaram mais evidentes a polarização política e as novas possibilidades de manipulação da informação nas redes. Dentro desta amostragem, foram selecionados apenas os textos que constituíssem alguma forma de paródia ou simulação, correspondendo a gêneros jornalísticos tradicionais, mas com informações falsas e uso de ironia. Não foram considerados os gêneros gráficos, como a charge, nem as crônicas, por se tratarem de gêneros que, por definição, já admitem uma abertura maior para a ficcionalidade (CHAPARRO, 2008; MELO, 1985).

A análise procurou identificar, dentro desse conjunto, quais os principais gêneros utilizados (CHAPARRO, 2008) e as pautas ou temas abordados, bem como as mídias em que circulam e as mediações presentes, considerando as diferenças no contexto histórico e nas possibilidades de circulação da informação.

Observa-se que, nas paródias, há uma forma de conotação da notícia que é diversa daquela proposta no jornalismo tradicional e da presente nas *fake news*. Assim, para aprofundar a definição do que seria esse jornalismo conotativo, recorreremos aos conceitos de conotação desenvolvidos por Hjelmlev (1975) e Barthes (2006), bem como às definições de paródia presentes em Alvarce (2009), Schnaiderman (2018) e Eagleton (2020).

Manifestações históricas da paródia de notícias: *O Pasquim*

A paródia de notícias jornalísticas não surgiu com a internet e as redes sociais, sendo uma prática quase tão antiga quanto o próprio jornalismo. No Brasil, é frequente desde o século XIX, quando as disputas políticas do Brasil Império e do início da República eram refletidas em veículos que imitavam os jornais oficiais, mas com notícias falsas e irônicas. No início do século XX, paródias de notícias aparecem vinculadas às vanguardas modernistas da literatura – escritores como Cornélio Pires, Alexandre Machado e outros publicaram em jornais que imitavam, em linguagem irreverente, veículos relevantes da época (SALIBA, 2016).

Casadei e Paganotti (2020) observam a existência, ainda na década de 1950, de um gênero que classificam como *proto-fake news*: notícias e reportagens sobre fatos que nunca aconteceram, escritas segundo as mesmas convenções do jornalismo que predominavam na época, com uso de títulos, fotomontagens, legendas, depoimentos ficcionais. Frequentemente, tratavam-se de relatos humorísticos, como uma reportagem da revista *O Cruzeiro* trazendo um suposto relato do repórter David Nasser, que teria morrido e retornado à vida. Em outros casos, esse tipo de notícia falsa tinha cunho sensacionalista, do que são exemplo as matérias policiais publicadas em tabloides como *Notícias Populares* entre as décadas de 1960 e 1990.

Millôr Fernandes, na coluna que manteve na revista *O Cruzeiro* durante a década de 1950, foi um dos que mais se destacaram na paródia de textos jornalísticos. Artista multifacetado – dramaturgo, chargista, escritor, tradutor –, desenvolveu um estilo próprio de mescla de gêneros jornalísticos e ficcionais, o qual se tornou a marca registrada da coluna e, posteriormente, da revista *Pif-Paf*, que fundou em 1964 e que se tornou precursora de toda uma geração de jornais humorísticos alternativos. De duração efêmera, a revista foi um dos primeiros veículos a sofrerem represálias da ditadura militar: um de seus chargistas, Claudius Ceccon, foi preso após publicar uma charge com referências ao Departamento de Ordem Política e Social (DOPS). Uma característica marcante da *Pif-Paf* é a publicação de paródias de notícias políticas e de *fait-divers*, em que fatos absurdos são narrados utilizando-se de estruturas padronizadas do jornalismo, como na coluna Mundo Cão, em que notícias sobre crimes e guerras se misturam, de forma desconexa, com adivinhas, piadas, curiosidades e *fait-divers* irrelevantes.

Esse estilo paródico, depois, se tornaria a principal marca daquele que é considerado um dos principais expoentes da imprensa alternativa de oposição à ditadura militar, O Pasquim, fundado em 1969 por um grupo de jornalistas e cartunistas sediados no Rio de Janeiro, incluindo Sérgio Porto, Ziraldo, Jaguar, Tarso de Castro, Sérgio Cabral, Carlos Prospero e Claudius Ceccon, aos quais se juntaram, depois, Millôr Fernandes, Henfil e outros. Inicialmente pensado como um jornal local do bairro de Ipanema, inspirado em jornais alternativos como o estadunidense *Village Voice*, o veículo rapidamente ganhou projeção nacional, com vinte mil exemplares vendidos logo na primeira edição e chegando a mais de duzentos mil em seu segundo ano de existência. A exemplo de outros veículos alternativos da mesma época, seus redatores procuravam ser alternativos não só nos conteúdos e na abordagem das pautas divulgadas, mas em sua própria forma de gestão.

No Pasquim, encontram-se paródias de quase todos os gêneros jornalísticos em voga no período, incluindo reportagem, notícia, entrevista, editorial, até mesmo erratas e textos não jornalísticos como cartas de leitores, horóscopos e anúncios classificados.

A entrevista era um gênero em destaque no jornal, que inovou ao adotar uma linguagem mais informal em suas entrevistas com personalidades. Em algumas edições, a personagem entrevistada é fictícia, servindo como ironia a personalidades ou acontecimentos reais – por exemplo, em maio de 1972, a edição 150 anuncia: “O Pasquim entrevista uma feijoada (e outras latas)”, e neste texto as respostas da lata de feijoada, personificada, comentam os impactos da industrialização sobre tradições brasileiras como a própria feijoada e outros pratos típicos. Na edição 340, de 2 de janeiro de 1976, parodiando reportagens sobre a vida amorosa do ex-presidente estadunidense John F. Kennedy, O Pasquim publica entrevista fictícia com uma “amante brasileira de Kennedy”. Já no texto introdutório da entrevista, observa-se o uso de expressões que, embora muito semelhantes às usadas no jornalismo convencional, tornam-se irônicas pela contradição:

O PASQUIM, num esforço de reportagem (todos tiveram de acordar antes das 11 da manhã), conseguiu localizar e entrevistar a amante brasileira de Kennedy: Sra. Marisnalda Carvalho de Albuquerque, casada com o Sr. Helênio Carvalho de Albuquerque, ambos residentes à Rua Matta Machado, 32, apt. 302, telefone 287-6797, no bairro de Olaria, no Rio. Marisnalda e Helênio Carvalho de Albuquerque, por motivos óbvios, preferem ficar no anonimato (PASQUIM..., 1976, p. 16).

Por sua vez, a seção Dicas do Pasquim, composta por notas que anunciam e comentam principalmente acontecimentos culturais, como filmes, shows e espetáculos teatrais em cartaz, frequentemente apresentava piadas e relatos de *fait-divers* que nunca aconteceram em meio a notas com informações verídicas sobre eventos culturais. Por exemplo, na mesma edição 340 em que foi publicada a entrevista com uma amante fictícia de Kennedy, na seção Dicas, em meio a notícias sobre eventos culturais e inclusive denúncias de censura a outros veículos, uma nota advertia às leitoras:

JFK – Uma sugestão: as senhoras ou senhoritas brasileiras que tiveram, ou gostariam de insinuar que tiveram, relações íntimas com Kennedy, devem usar aquelas chapinhas (*buttons* na blusa, vestido, camisa do Vasco etc.), com as iniciais tão populares nas eleições de 1960: JFK (Já Fiz com Kennedy) (LESSA, 1976, p. 30).

Autor desta nota, Ivan Lessa foi um dos jornalistas do Pasquim que mais se destacaram pelo uso de notícias ficcionais, sendo autor de uma coluna na página 2 do jornal que incluía cartas simuladas, bem como editoriais, erratas e anúncios fictícios em meio a cartas verídicas de leitores. Ele criou personagens como Edélio Tavares e Caldas Marombão, que assinavam os textos. Os editoriais simulados eram breves e escritos em uma linguagem narrativa e informal, característica da crônica, e neles referências ao contexto político da época aparecem de forma sugerida por meio do uso de metáforas, polissemia e jogos de palavras, como neste exemplo em que se comenta o falecimento do Papa Pio XII, frequentemente criticado por sua neutralidade durante a Segunda Guerra Mundial:

Editorial – Já era tempo de alguém se lembrar, com a reverência que lhe era devida, da morte do Papa Pio XII, ele que, em vida, jamais fugiu à lembrança da morte outros Papas, outros Pios, outros XII's. Pio XII, eu e o Caldas te lembramos. Lembre-se da gente aí em cima e dê um grande abraço na turma toda. Diz inclusive pra turma que treblincou que o senhor só estava brincando (EDITORIAL..., 1975, p. 2).

Ivan Lessa/Edelsio Tavares também publicou paródias de gêneros diversivos, como seções de curiosidades e a coluna de horóscopo. Por algum tempo, *O Pasquim* manteve uma seção com o título Horóscopo, com previsões astrológicas simuladas, inclusive inventando signos que não existem no zodíaco tradicional:

LEITÃO DONDINHO

(3 anos, 48 kg)

24 de maio a 21 de junho

Saturno ia passando e deu com Netuno. “Ei, tudo bom? Quequião de novo? É, tamo aí.” Aquele papo. Daí um perguntou pro outro: “Que semana estamos?” O outro respondeu: “A última de julho”. Os dois pararam, pensaram e um deles disse (não vou dizer qual, que eu não sou intrigante): “Que tal se a gente complicasse tudo pro pessoal nascido sob o Signo de Leitão Dondinho, 3 anos, 48 kg?” O outro achou a ideia bacaníssima. Resultado: vocês dondinhos, vão passar uma semana que não vai ser brincadeira. Oficial de Justiça na porta, escândalo com os vizinhos, polícia pedindo identidade, condução errada, dor-de-dente [sic] na hora da sedução, sedução na hora do dentista, esses troços. Palavra, eu trocava esse signo por qualquer outra coisa. Vocês, dondinhos, não nasceram para a Horoscopia, que é uma ciência exata e inapelável. Tentem frenologia, esquizofrenia, leucemia, por aí... (TAVARES, 1973, p. 11).

Quando esteve exilado, no final dos anos 1970, Lessa também publicou paródias de entrevistas e reportagens nas quais seu personagem Edélsio Tavares figurava como “correspondente internacional” do *Pasquim*, elaborando entrevistas fictícias com referências a acontecimentos da política internacional, como a Revolução Iraniana, personificada neste diálogo curto, no qual a simulação da entrevista é o mote para uma série de trocadilhos:

Reportagem Tavares Internacional: Qual é a causa de vocês?

Distúrbios no Irã: Progresso muito rápido demais. Fortunas fabulosas feitas do dia para a noite. Religião de um lado, capitalismo do outro. Século XIX versus Século XX. A União Soviética logo ali atrás de nós. Essa mania de modernização. Redemocratização. Anistia, desmantelamento de órgãos repressores...

RTI: Mas eu ouvi dizer que o Xá tem uma jeba que eu vou te contar.

DI: É, mas do ponto de vista social e político isso é secundário. Você tem que levar em conta que desde os tempos de Kemal Ataturk...

RTI: (risos) Kemal Ataturk?

DI: Tá rindo de que, filho da...?

RTI: Peraí, gente boa, vamo devagar...

DI: Devagar é o... da mãe! Agora é no pau!

RTI: E assim, nós, das viagens faladas de James Kirkpatrick, despedimo-nos da pitoresca cidade de Teherã, na esperança de um dia voltar. (Música oriental em crescendo belíssimo) (REPORTAGEM..., 1978, p. 2).

Outra característica das notícias parodiadas no *Pasquim* é a mescla de gêneros textuais e gráficos. Em entrevistas, notícias e reportagens, a utilização de um registro linguístico mais informal as aproxima da crônica. Cartuns, como na coluna Gip Gip, mesclam desenhos com legendas que simulam títulos noticiosos. As fotografias e charges dialogam com os textos publicados numa mesma página, inclusive em matérias simuladas ou paródicas, como fotorreportagens em que fotografias, sejam elas de flagrantes ou de situações encenadas, são acompanhadas de legendas que dizem o oposto do que é retratado, num efeito irônico.

Assim, na edição 350 do veículo, cujo tema principal foi sexualidade, a seção de fotorreportagens simuladas *Pasquim-Documento* anuncia que “o carioca não vê a mulher como um objeto sexual”, numa reportagem com fotomontagens em que uma mulher de calças claras aparece abaixada, sugerindo estar com as nádegas à mostra, em vários locais do Rio de Janeiro, como o calçadão de Copacabana, a Cinelândia e uma rua da Lapa. Ao lado de uma foto em que dois rapazes parecem olhá-la, encontra-se a legenda:

Aí está. A bela jovem seminua, numa tarde de quinta-feira, em plena Nova Lapa, abaixa-se para verificar se há ou não um busto de Napoleão na calçada. Dos dois jovens que vão atravessar a rua, um sorri para o motorista de táxi e o outro interessou-se pelo fotógrafo. Do outro lado, no fundo à esquerda, dois trabalhadores discutem um gol de Zico. Tudo normal (PASQUIM-DOCUMENTO, 1976, p. 8).

A paródia de notícias na atualidade: O Sensacionalista

Nas últimas duas décadas, com a popularização de blogs e redes sociais, a paródia de notícias tem assumido gêneros e formatos diversos, explorando as possibilidades criadas pelas novas mídias.

As redes sociais promovem uma fragmentação dos gêneros jornalísticos tradicionais, ao modificar os formatos em que as notícias são veiculadas e também seu regime de temporalidade, com a circulação instantânea das notícias e suas correções e atualizações constantes. Um post numa rede social, com seu limite de caracteres, não se desenvolve da mesma forma que um texto num jornal impresso. Além disto, fatores como a disputa pela atenção dos leitores, as condições de visibilidade impostas pelos algoritmos e os recursos para aumentar ou diminuir as chances de um conteúdo ser visto levam ao desenvolvimento de novas técnicas de *webwriting*, reformulando algumas convenções da escrita jornalística.

A circulação dos conteúdos passa a incluir, muito mais do que nas mídias anteriores, a possibilidade de recirculação e recriação. Uma notícia publicada por um grande jornal pode ser modificada ou mesmo parodiada por seus leitores, que publicam essas versões modificadas nas redes. Um mesmo conteúdo, recriado e replicado diversas vezes, torna-se um meme. Nesse terreno instável onde se desfazem as fronteiras entre produção e consumo, o meme não se subordina aos gêneros utilizados no jornalismo ou em outras manifestações mais tradicionais da comunicação, combinando fragmentos de textos, imagens, vídeos curtos.

Com as novas mídias, acentua-se a presença crescente do chamado infoentretenimento – mais do que uma fusão entre informação e entretenimento, uma indistinção entre os espaços onde se espera encontrar um ou outro (FALCÃO, 2017). Não que a divisão entre os dois fosse rígida antes – o jornalismo sempre admitiu, por exemplo, gêneros diversionais, paródias e seções de humor. Mesmo em gêneros informativos como a notícia e a reportagem, ocorre o uso de recursos de entretenimento, como certos recursos gráficos e narrativos e as próprias escolhas temáticas. Falcão (2017, p. 49) menciona a *penny press* do século XIX e diversas manifestações de jornalismo *sensacionalista* do século XX como pioneiros ou precursores do infoentretenimento. O que a internet e as redes sociais trazem de novo é uma indiferenciação maior entre os espaços reservados para uma e outra manifestação, estimulada pelas próprias características do meio, que acirra a competição pelo olhar e pela atenção do consumidor de conteúdo. Na internet, busca-se manter entretido pelo máximo de tempo possível o olhar do consumidor. Não são só os cliques que monetizam um site, mas o próprio mapeamento de interesses e padrões de comportamento dos usuários que sustenta uma indústria lucrativa (BUCCI, 2021), o que, cada vez mais, estimula que toda comunicação, inclusive o jornalismo, tente fisgar e manter a atenção do leitor.

Nesse contexto de fronteiras mais fluidas entre jornalismo e entretenimento, profissional e amador, comunicação pública e privada, a circulação de notícias parodiadas ganha força em sites de infoentretenimento como *Piauí Herald* e *O Sensacionalista*, sendo tais notícias frequentemente replicadas em redes sociais. Ao mesmo tempo, tornam-se memes e são produzidas a partir de memes.

O site *O Sensacionalista* foi criado em 2009 pelo humorista Nelito Fernandes, ex-redator do programa de TV *Casseta & Planeta Urgente*, da TV Globo – programa humorístico que, por sua vez, tem origem em dois jornais alternativos da década de 1980 famosos por parodiarem notícias de forma bastante irreverente: o *Planeta Diário* e o *Casseta Popular*. Além de incorporar essa herança da paródia de notícias da imprensa alternativa brasileira, *O Sensacionalista* também toma por modelo sites de outros países, como o estadunidense *The Onion*, espécie de noticiário parodiado.

O site identifica-se explicitamente como um veículo de humor, declarando, em sua página de abertura, que se trata de “um site de humor com notícias fictícias” e utilizando um slogan propositadamente ambíguo: “Isento de verdade”. *O Sensacionalista* tem uma visibilidade considerável nas redes sociais: em janeiro de 2022, a página no Facebook contava com quase 3,1 milhões de curtidas, além de 2,3 milhões de seguidores no Twitter.

Observa-se que *O Sensacionalista*, mesmo atuando em várias plataformas diferentes, é conservador com relação aos gêneros jornalísticos que são por ele parodiados. Quase todas as notícias simuladas seguem um formato padrão: notícias curtas ou notas, com até cinco parágrafos, sendo que o título e, comumente, o *lead* são uma paródia, mas em outros parágrafos há uma contextualização do acontecimento, procurando deixar claro que se trata de paródia. Um exemplo dessa estrutura pode ser visto nesta matéria que comenta um episódio, ocorrido durante a Copa do Mundo de Futebol realizada em 2018 na Rússia, em que torcedores brasileiros assediaram uma mulher russa, incidente que gerou grande repercussão na mídia e nas redes sociais:

Após o primeiro caso em que um grupo de brasileiros assediou verbalmente em português uma mulher russa – e gravou e distribuiu a prova do assédio para o mundo –, pelo menos mais dois casos vieram a público da mesma forma. Homens na faixa dos 30 anos induzindo mulheres a dizer que fariam sexo com eles ou fazendo comentários sobre a cor da própria vulva.

Com a sequência de casos, mulheres russas estão tomando aulas de português para conseguir deixar suas casas. O kit padrão das russas hoje inclui um dicionário de português e um spray de pimenta, para serem usados em conjunto (MULHERES..., 2018, [s.p.]).

Em geral, as matérias fazem referência a acontecimentos recentes e bastante discutidos em outros veículos, porém, com dados falsos ou exagerados. Pautas cotidianas, sobre itens de consumo e de entretenimento, como programas de TV, aplicativos para celular, repercussão de certos tópicos em redes sociais, são tema de destaque nas pautas do *O Sensacionalista*, frequentemente usando memes como ponto de partida – refletindo uma tendência do jornalismo on-line de usar as redes sociais não só como meio de difusão, mas como a própria fonte das pautas. Tais pautas, muitas vezes, também incluem conteúdo patrocinado, ou seja, publicitários, que também são escritos em forma de notícia parodiada.

Os temas mais frequentemente abordados pelas paródias do *O Sensacionalista* giram em torno do noticiário político. Comumente, as piadas partem de referências a notícias recentes, exagerando alguns dos aspectos relatados, como se nota nos exemplos a seguir, retirados da cobertura da campanha para as eleições presidenciais de 2018. Disputada entre 13 candidatos, mas com uma polarização intensa entre direita e esquerda personificada nos candidatos Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Bolsonaro, a campanha foi marcada por diversas controvérsias: Lula, tornado inelegível após condenação por corrupção, foi substituído por Fernando Haddad; houve diversas polêmicas em torno de declarações de Bolsonaro; discutiu-se intensamente o papel da disseminação de *fake news* e sua possível influência no resultado das eleições. *O Sensacionalista*, em suas notícias parodiadas, ironiza aspectos relacionados aos candidatos, como as controvérsias em torno do julgamento do ex-presidente Lula, sua substituição por outro candidato do mesmo partido e os posicionamentos conservadores de Bolsonaro sobre questões políticas e de costumes.

A 8ª Turma do Tribunal Regional Federal da 4ª Região (TRF-4) julga, neste momento, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva no processo do triplex. Isso, claro, no Brasil. Na Austrália, por causa do fuso horário, Lula já foi preso. Informações de nosso correspondente na Austrália garantem que Gilmar Mendes já teria tentado soltar Lula na Austrália também (LULA..., 2018, [s.p.]).

Fernando Haddad ligou hoje para o ex-presidente Lula para saber se prefere bife bem ou malpassado. A dúvida aconteceu durante o almoço de campanha. Correligionários já tinham esperado mais de duas horas para decidir em que restaurante ir.

Depois que o bife chegou (malpassado, mais vermelho), Haddad ainda passou por outro constrangimento: ele esqueceu de tirar a máscara de Lula para comer e sujou o disfarce de sangue.

Um vizinho de Haddad conta que está difícil a convivência. “Encontrei com ele no elevador dei bom dia e ele ligou pro Lula para perguntar se o dia estava bom” (HADDAD..., 2018, [s.p.]).

Refletindo a discussão corrente em torno das *fake news*, são frequentes matérias que abordam o assunto, ironizando interpretações de mundo associadas com a extrema-direita e apontando suas incoerências e contradições. Por exemplo, durante a campanha eleitoral de 2018, agências de *fact-checking* desmentiram uma *fake news* que circulou nas redes com a foto de uma idosa que teria sido agredida por militantes do Partido dos Trabalhadores (PT). Tratava-se, na verdade, de uma foto antiga da atriz Beatriz Segall após sofrer um acidente doméstico – aliás, a artista havia falecido semanas antes. Repercutindo esse desmentido, *O Sensacionalista* publica a seguinte notícia: “Vaticano investiga ressurreição de Beatriz Segall em *fake news*”. A matéria começa com dados referenciados, esclarecendo a origem da foto, e conclui, ironicamente: “A ressurreição atrai a curiosidade do mundo inteiro, mas não chega a surpreender. ‘Tem gente que acredita que Bolsonaro é a solução, não tem surpresa maior que isso’” (VATICANO..., 2018, [s.p.]).

Este exemplo é interessante ao mostrar como notícias parodiadas, mesmo não comprometidas com a veracidade numa leitura literal, podem contribuir para o desmentido de *fake news*, contrapondo-se à desinformação por meio do humor. Durante as campanhas eleitorais de 2018, bem como nos anos iniciais do governo Bolsonaro, outros exemplos semelhantes ocorreram nas páginas do *O Sensacionalista*, ridicularizando as *fake news* e o público que repercute esse tipo de notícia.

O jornalismo conotativo: proposta de um conceito

Paródias como as do *Pasquim* ou as do *O Sensacionalista* podem não ser jornalismo no mesmo sentido que as notícias em formato mais tradicional publicadas em grandes jornais, como *O Globo* ou mesmo os textos do próprio *Pasquim* que não eram paródicos, como entrevistas, críticas e seções de notas culturais. Por outro lado, também é difícil negar categoricamente que sejam uma manifestação jornalística, na medida em que se referem a acontecimentos reais, relevantes, recentes, de grande impacto e se destinam a um debate público.

Propomos classificar esse tipo de manifestação jornalística como *jornalismo conotativo*, compreendendo nessa categoria as manifestações de jornalismo que não se destinam a uma interpretação literal. Textos como os exemplos do *Pasquim* e do *O Sensacionalista* que citamos anteriormente pressupõem que o leitor não procure ali uma informação fidedigna a respeito de um acontecimento, mas reconheça as referências a notícias publicadas em outros jornais e à linguagem empregada por esses veículos.

Embora divulgue informações que não são verossímeis, o jornalismo conotativo se diferencia das *fake news* pela expectativa de leitura. As *fake news*, ao disseminar versões enganosas dos acontecimentos, pressupõem uma expectativa de que o leitor as interprete de forma literal ou, pelo menos, concorde com determinados aspectos da notícia, como sua orientação ideológica. No jornalismo conotativo, comenta-se acontecimentos dos quais já se espera que o leitor tenha alguma informação prévia para identificar a ironia presente em notícias parodiadas – o repertório compartilhado que é essencial para a realização do humor, um pacto entre autor e leitor.

Em geral, o jornalismo conotativo ocorre como humor – e, como nos lembra Eagleton (2020), o humor implica um acordo entre autor e receptor, uma base comum de conhecimentos que permite identificar a ironia e rir do acontecimento ou do gênero textual ironizado. A diferença do jornalismo conotativo para o que seria o jornalismo denotativo, portanto, pressupõe uma reconfiguração do *contrato de leitura* (CHA-

RAUDEAU, 2013) que se põe entre o jornal e o leitor. Se, com Charaudeau, entendemos o jornalismo como uma mise-en-scène em que determinados recursos textuais, como a atribuição de pontos de vista a fontes, contribuem para chancelar o jornalismo como um espaço de divulgação de uma pretensa verdade factual, o jornalismo conotativo desmonta esse contrato de leitura ao propor um deslocamento de sentido.

Na definição de Hjelmslev (1975), a conotação não corresponde à significação primária de um termo, mas a elementos específicos de sua significação, aos quais se pode acrescentar novos significados. Se a denotação se refere ao sentido literal, a conotação corresponde aos sentidos figurados, metafóricos, que pedem certo esforço de interpretação. Partindo de Hjelmslev, Roland Barthes (2006, p. 32) define a conotação como o desenvolvimento de um “sistema de sentido segundo, parasita, se se pode assim dizer, da língua propriamente dita”, o qual também é “a ‘língua’ em relação à qual se desenvolvem fatos de fala, idioletos e estruturas duplas”. A oposição entre denotação e conotação em Barthes retoma a oposição de língua e fala proposta por Saussure – a conotação está no campo da fala, dos usos que a língua toma (PADILHA, 2014, p. 49).

Na conotação, altera-se a relação entre expressão e conteúdo: os significantes da conotação, como o tom de um texto, a utilização de certas construções frasais, são signos de um sistema de significação. De certa forma, a própria expressão torna-se conteúdo – mas não da mesma forma que na metalinguagem. Na metalinguagem, o plano do conteúdo é constituído por um sistema de significação – por exemplo, quando se toma por tema o próprio texto. Na conotação, o sistema de significação torna-se plano de expressão de um segundo sistema – por exemplo, nas metáforas, que deslocam a significação habitual de um termo. Se, na denotação, um enunciado é marcado por seu valor literal, na conotação é atravessado pela ideologia e pela História.

Não deixa de chamar atenção que Barthes coloque a imprensa como um dos principais exemplos de sistema conotado, apontando nesse processo de conotação a formação do que identifica como os *mitos* difundidos pela comunicação social (PADILHA, 2014, p. 65). As escolhas de certas palavras, expressões, estruturas frasais num texto jornalístico, bem como sua disposição gráfica e a presença da fotografia emprestam outros significados às palavras empregadas no relato de um acontecimento.

Embora todo jornalismo tenha algum grau de conotação, se utilizamos a definição barthesiana, essa presença da conotação se mostra ainda mais marcante nas paródias de notícias, posto que não se referem de forma literal ao acontecimento narrado. Em alguns casos, a referência é um outro acontecimento, que o autor da notícia pressupõe ser do conhecimento do leitor, como observamos nos exemplos do *O Sensacionalista* sobre as eleições presidenciais ou a Copa do Mundo de 2018. Em outros, bem frequentes, a significação da notícia parodiada não se refere tanto ao “conteúdo” da matéria quanto ao formato do texto, sua forma de construção, colocando em evidência e ironizando certos cacoetes de um gênero jornalístico – caso em que a conotação não se refere ao acontecimento relatado, mas ao próprio gênero textual. Este tipo de conotação pode ser observada mais claramente no Pasquim: no exemplo da entrevista fictícia citado anteriormente, coloca-se em evidência uma prática do jornalismo de dar destaque a uma pretensa exclusividade das informações publicadas.

Assim, embora todo jornalismo se utilize da conotação em algum grau, o que chamamos aqui de jornalismo conotativo vai além, ao subverter as expectativas de interpretação do texto, modificando conotações presentes no jornalismo e, ao colocá-las em evidência, questionar linguagens e procedimentos jornalísticos. Por esse deslocamento no processo de significação, o jornalismo conotativo desconstrói os mitos barthesianos.

O jornalismo conotativo, por meio da paródia, expõe incongruências entre forma e conteúdo, entre a expectativa e o que é apresentado, traz para o jornalismo o que Alvarce (2009) identifica como a revisão crítica das formas estéticas promovida pela paródia e que leva ao questionamento de verdades estabelecidas. No jornalismo, assim como na literatura e nas artes, a estética também está imbricada com a ética – como nos lembram as notícias parodiadas do Pasquim, que muitas vezes narram absurdos utilizando as mesmas construções padronizadas que a grande imprensa costuma usar como garantia de veracidade de um relato.

Diferentes escolhas estéticas são resultado de diferentes pontos de vista sobre o próprio papel do jornalismo na sociedade – poderíamos falar numa estética do jornalismo, que admite a ficcionalização como denúncia e intervenção na realidade, assim como certas vertentes da literatura e da dramaturgia buscam o recurso ao real na ficção com esta mesma visão de crítica social (JORGE FILHO, 2021). Esse viés crítico é mais evidente em veículos de imprensa alternativa, como *O Pasquim*, surgido num contexto de resistência à ditadura militar e de proliferação de movimentos políticos, artísticos e culturais contestadores do status quo. Não é coincidência que os fundadores e colaboradores mais assíduos do *Pasquim* tenham sido também escritores de ficção, dramaturgos e desenhistas, como Millôr Fernandes: tanto a ficção mais “jornalística”, inspirada em acontecimentos reais, quanto esse jornalismo mais “ficcionalizado” estão ligados a um mesmo ideário de contestação.

Por sua vez, em sites como *O Sensacionalista*, criados num contexto diverso, em que há uma indistinção maior entre os espaços onde circulam o jornalismo, a publicidade e o entretenimento, observa-se uma presença mais forte de conteúdo publieditorial, e o humor aparece, muitas vezes, desvinculado de uma perspectiva de contestação política ou cultural, o que não impede o exercício da crítica por meio da ironia em determinadas situações. Note-se que *O Sensacionalista*, diferentemente de outros veículos, procura deixar explícito que há uma paródia e frequentemente indica também o contexto das notícias, colocando-se, por vezes, mais próximo de um jornalismo denotativo.

Referências

- ALAVARCE, C. **A ironia e suas refrações**: um estudo sobre a dissonância na paródia e no riso. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.
- ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social Media and *Fake News* in the 2016 Election. **Journal of Economic Perspectives**, v. 31, n. 2, p. 211-236, primavera 2017. Disponível em: <<https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.31.2.211>>. Acesso em: 4 fev. 2022.
- ASSIS, F. de; MARQUES DE MELO, J. (Orgs.). **Gêneros jornalísticos no Brasil**. São Bernardo do Campo: UESP, 2010.
- BARTHES, R. **Elementos de semiologia**. Tradução de Izidoro Blikstein. 16. ed. São Paulo: Cultrix, 2006.
- BUCCI, E. **A superindústria do imaginário**: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível. Belo Horizonte: Autêntica, 2021.
- CARMELINO, A. C.; SILVEIRA, K. O Acre não existe? Nas desnotícias, não. **Ling. (Dis)Curso**, Tubarão (SC), v. 16, n. 3, set.-dez. 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1590/1982-4017-160304-1216>>. Acesso em 24 jan. 2022.
- CASADEI, E. B.; PAGANOTTI, I. Convenções do estilo jornalístico em proto-fake news: entre padronizações, réplicas, emulações, paródias e fraudes. In: SOARES, R. de L.; GOMES, M. R. **Narrativas midiáticas**: crítica das representações e mediações. São Paulo: ECA-USP, 2020. p. 256-281.
- CHAPARRO, M. C. **Sotaques d'aquém e d'além mar**: travessias para uma nova teoria de gêneros jornalísticos. São Paulo: Summus, 2008.
- CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. Tradução de Angela M. S. Correa. 2. ed. 2. reimp. São Paulo: Contexto, 2013.
- EAGLETON, T. **Humor**: o papel fundamental do riso na cultura. Tradução de Alessandra Borrunquer. 1. ed. Rio de Janeiro: Record, 2020.
- EDITORIAL: A MORTE de Pio XII. **O Pasquim**, Rio de Janeiro, ed. 290, p. 2, 21 jan. 1975.
- FALCÃO, C. S. **O infotimento jornalístico em rede**: reconfigurações e desafios do jornalismo contemporâneo. 214 f. 2017. Tese (Doutorado em Comunicação) – Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2017. Disponível em: <<https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/25340>>. Acesso em: 11 jul. 2022.
- GERSON, D. C. **Afinal, o que é pseudonotícia? Um estudo sobre o The i-Piauí Herald, o Sensacionalista e o Laranjas News**. 131 f. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

_____; DORNELLES, B. The i-Piauí Herald e o caso Cachoeira: um estudo sobre falso noticiário. **Culturas Midiáticas**, v. 5, n. 2, 2012.

GOMES, L. R. **Rir para não chorar**: o riso nas notícias do Sensacionalista referentes aos processos de votação do impeachment de Dilma Rousseff. 110 f. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/8632>>. Acesso em: 11 jul. 2022.

HADDAD VAI A RESTAURANTE e consulta Lula para decidir entre carne bem passada ou malpassada. **O Sensacionalista**, 13 set. 2018. Disponível em: <<https://www.sensacionalista.com.br/2018/09/13/haddad-vai-a-restaurant-e-consulta-lula-para-decidir-entre-carne-bem-passada-ou-mal-passada/>>. Acesso em: 18 out. 2020.

HJELMSLEV, L. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. Tradução de J. Teixeira Coelho Neto. São Paulo: Perspectiva, 1975.

JÁCOME, P. P. Qual o papel das notícias simuladas? Jornalismo normativo através das narrativas críticas da revista Barcelona e The Daily Show. **Revista Brazilian Journalism Research**, v. 12, n. 2, 2016, p. 188-211.

JORGE FILHO, J. I. P. **Da imprensa alternativa às redes sociais**: uma análise comparativa entre notícias ficcionais no Pasquim e no Sensacionalista. 251 f. 2021. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2021.

LESSA, I. JFK. **O Pasquim**, Rio de Janeiro, 2 de janeiro de 1976, ed. 340, p. 30.

LULA JÁ ESTÁ preso na Austrália. **O Sensacionalista**, 24 jan. 2018. Disponível em: <<https://www.sensacionalista.com.br/2018/01/24/lula-ja-esta-pres-na-australia-2/>>. Acesso em: 18 out. 2020.

MELO, J. M. de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. Petrópolis: Vozes, 1985.

MULHERES RUSSAS FAZEM curso de português para poder sair na rua. **O Sensacionalista**, 21 jun. 2018. Disponível em: <<https://www.sensacionalista.com.br/2018/06/21/mulheres-russas-fazem-curso-de-portugues-para-poder-sair-na-rua/>>. Acesso em: 18 out. 2020.

PADILHA, C. V. de Q. **O conceito de “mito” na obra de Roland Barthes**: desdobramentos e atualidade. 70 f. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em: <<https://tedeantiga.pucsp.br/handle/handle/4643>>. Acesso em: 11 jul. 2022.

PASQUIM-DOCUMENTO REVELA: O carioca não vê a mulher como um objeto sexual. **O Pasquim**, Rio de Janeiro, ed. 350, p. 8, 12 mar. 1976.

PASQUIM ENTREVISTA A AMANTE brasileira de Kennedy. **O Pasquim**, Rio de Janeiro, ed. 340, p. 16, 2 jan. 1976.

REPORTAGEM TAVARES INTERNACIONAL. Entrevista exclusiva com os distúrbios no Irã. **O Pasquim**, Rio de Janeiro, ed. 490, p. 2, 17 nov. 1978.

RISSO, C. de A. Liberdade de Expressão, Fake News e Discurso de Ódio – uma reflexão. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 43, Salvador, 2020. **Anais...** Salvador: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2020.

SALIBA, E. T. A crônica urbana de São Paulo pela luneta invertida do historiador (1910-1922). **Tempos Históricos**, v. 20, p. 31-46, 2016.

SCHNAIDERMAN, B. Paródia e “mundo do riso”. **Literatura e Sociedade**, n. 26, p. 143-49, 2018.

TANDOC JR., E. C.; LIM, Z. W.; LING, R. **Defining “Fake News”**: a Typology of Scholarly Definitions. *Digital Journalism*, Abingdon, v. 6, n. 2, p. 137-153, ago. 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>>. Acesso em: 26 jan. 2022.

TAVARES, E. Horóscopro. **O Pasquim**. Rio de Janeiro, ed. 212, p. 11, 24 jul. 1973.

VATICANO INVESTIGA RESSURREIÇÃO de Beatriz Segall em fake news. **O Sensacionalista**, 14 out. 2018. Disponível em: <<https://www.sensacionalista.com.br/2018/10/14/vaticano-investiga-ressurreicao-de-beatriz-segall-em-fake-news/>>. Acesso em: 18 out. 2020.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H. **Information Disorder**: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. Council of Europe: Strasbourg, 2017.

Informações sobre o artigo

Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese

O artigo é resultado da tese de doutorado *Da imprensa alternativa às redes sociais: uma análise comparativa entre notícias ficcionais no Pasquim e no Sensacionalista*, defendida em 2021 no PPGCOM-USP.

Fontes de financiamento

Não se aplica.

Considerações éticas

Não se aplica.

Declaração de conflito de interesses

Não se aplica.

Apresentação anterior

Não se aplica.