

O EMOJI DE RISO COMO SIGNO IDEOLÓGICO: COMPREENDENDO O SUJEITO QUE RI EM POSTAGENS DO FACEBOOK SOBRE POBREZA E PRECARIZAÇÃO DO TRABALHO

THE LAUGHING EMOJI AS AN IDEOLOGICAL SIGN: UNDERSTANDING THE SUBJECT WHO LAUGHS IN FACEBOOK POSTS ABOUT POVERTY AND PRECARIOUSNESS OF WORK

Orlando Silva de Oliveira¹
José Cezinaldo Rocha Bessa²

Resumo: As transformações sociais e políticas no Brasil e no mundo têm influenciado a consciência da população. Nesse contexto, o surgimento e a evolução das redes sociais digitais têm possibilitado compreender a expressão dessa consciência por meio das diversas formas de interações realizadas pelos sujeitos nesses espaços. O *emoji*, em particular, é uma forma expressiva de interação presente nas publicações nas redes sociais. Neste estudo, pretendemos analisar a utilização do *emoji* de riso (Haha) como uma forma de reação discursiva em publicações sobre pobreza e precarização do trabalho em perfis da *Folha de S. Paulo* e do *UOL Notícias* no *Facebook*. Nosso objetivo é compreender o sujeito que ri diante desses problemas sociais e o posicionamento axiológico desse riso como uma forma de expressão. A pesquisa se baseia na teoria dialógica do Círculo de Bakhtin e segue uma abordagem metodológica interpretativa e qualitativa. Como resultado, identificamos que a utilização do *emoji* de riso (Haha) no *Facebook* serviu como elemento indiciário para a identificação de sujeitos que compartilham valores ideológicos do movimento político-social denominado "bolsonarismo".

Palavras-chave: *Emoji* de riso; signo ideológico; Círculo de Bakhtin.

Abstract: Social and political transformations in Brazil and in the world have influenced the consciousness of the population. In this context, the emergence and evolution of digital social networks have allowed us to understand the expression of this consciousness through the various forms of interaction performed by individuals in these spaces. The emoji, in particular, is an expressive form of interaction present in social media posts. In this study, we aim to analyze the use of the laughing emoji (Haha) as a form of discursive reaction in posts about poverty and labor precarization on the profiles of *Folha de S. Paulo* and *UOL Notícias* on *Facebook*. Our objective is to understand the subject who laughs in the face of these social problems and the axiological positioning of this laughter as a form of expression. The research is based on Bakhtin's dialogic theory and follows an interpretive and qualitative methodological approach. As a result, we identified that the use of the laughing emoji (Haha) on *Facebook* served as an indicative element for identifying individuals who share the ideological values of the political-social movement called "bolsonarismo".

Keywords: Laughing emoji; ideological sign; Bakhtin Circle.

¹ Doutor em Letras. Professor do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sertão Pernambucano (IFSertãoPE), *Campus* Salgueiro. E-mail: orlando.silva@ifsertao-pe.edu.br.

² Doutor em Linguística e Língua Portuguesa. Professor do Programa de Pós-Graduação em Letras e do Programa de Pós-Graduação em Ensino, da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN), *Campus* Avançado de Pau dos Ferros. E-mail: cezinaldobessa@uern.br.

Introdução

Na última década, o Brasil (e o mundo) enfrentou importantes transformações socioeconômicas que afetaram a superestrutura social, incluindo política, religião, educação e arte, de modo a moldar a consciência da população e sua percepção da realidade. Problemas como perda do poder aquisitivo, desemprego e endividamento geraram insatisfação na população, levando a protestos por melhores condições de vida. Entretanto, a temática da corrupção estrutural acabou sendo utilizada para desviar a atenção das classes menos favorecidas dos problemas sociais mais urgentes (REIS, 2020), como emprego, saúde, educação, saneamento, transporte e moradia. Nesse contexto, a grande mídia e as redes sociais digitais desempenharam um papel importante na construção de narrativas e na manipulação da opinião pública, de maneira a contribuir para a polarização política e para a divisão da sociedade, conforme aponta Miguel (2019).

Em 2016, durante a crise social e política, o Brasil era governado por Dilma Rousseff, filiada ao Partido dos Trabalhadores (PT), que tem uma abordagem política mais voltada à esquerda. Em resposta aos protestos populares, a oposição ganhou o apoio da sociedade e iniciou um processo de *impeachment* contra a presidenta, alegando corrupção, o que resultou na sua destituição do cargo. O vice-presidente, Michel Temer, um político filiado ao Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB, agora MDB), com um viés político-ideológico de direita, assumiu a presidência.

Durante os protestos populares, políticos e grupos sociais específicos, como grandes empresários, ruralistas, militares e religiosos, aproveitaram a insatisfação popular para associar os problemas sociais à corrupção, relacionando essa imagem ao PT e a seus afiliados, bem como a qualquer partido que defendesse questões sociais. Com isso, esses partidos foram rotulados, de forma pejorativa, como "comunistas" pelos grupos que assumiram o poder, visando gerar aversão e medo na população em relação aos grupos de esquerda.

Durante o ano de 2018, candidatos de direita, extrema-direita, lideranças religiosas e grupos empresariais brasileiros buscaram inspiração para suas ações em movimentos políticos internacionais, particularmente no modelo de campanha utilizado por Donald Trump e seus apoiadores nas eleições presidenciais dos Estados Unidos em 2016. Esses grupos adotaram práticas discursivas baseadas em *fake news* e no pânico moral³ para disseminar desinformação e manipulação da realidade contra seus adversários políticos (BARBIERI, 2021; MIGUEL, 2019).

Devido ao grande alcance comunicacional da internet, muitos políticos utilizaram o ambiente digital das redes sociais como palanque eleitoral e meio para divulgar seus discursos extremistas de direita e obter a adesão político-ideológica da população. O tom reacionário de discursos veiculados nas redes sociais foi rapidamente assimilado por grande parte da população brasileira insatisfeita com as mudanças socioeconômicas que o Brasil enfrentava, resultando na evocação de uma consciência social nacionalista, reacionária e fundamentalista religiosa, fato que culminou na eleição de um presidente de extrema-direita, Jair Bolsonaro (REIS, 2020).

Nesse cenário que foi se desenhando, desde 2013, os brasileiros têm enfrentado uma polarização política intensa, e, por conseguinte, a consciência social de uma parte da população tem sido influenciada por desinformação, valores nacionalistas extremos e reacionarismo religioso. Essas ideias foram arquitetadas por políticos e grupos sociais que se autodenominam "conservadores", "patriotas" e/ou "cristãos" (SANTOS, 2021 ALVES, 2019). De acordo com Reis (2020), fenômenos sociais semelhantes têm ocorrido em todo o mundo. Esses movimentos dizem respeito a uma reação às mudanças percebidas como ameaças às tradições, aos valores e aos costumes, influenciados pela revolução digital que mudou as condições de vida e de trabalho. No Brasil, esse fenômeno social foi chamado de "bolsonarismo" (MAGENTA, 2022), devido a fatores

³ "Pânico moral" é quando parte da sociedade se preocupa de forma irracional e exagerada com um determinado problema para a comunidade (ORSI, 2018).

históricos nacionais que possibilitaram seu desenvolvimento, favorecendo um ambiente de polarização política aguda no país.

Considerando que, na atualidade, as redes sociais possuem um papel importantíssimo na produção, circulação e consumo de conteúdos por grande parte dos brasileiros (ESTADO DE MINAS, 2021), a ideologia que deu o tom para a eleição desses políticos que desprezam questões sociais e primam pelo pensamento neoliberal⁴ pode ser percebida na utilização da linguagem verbal (falada e escrita) e/ou imagética, em enunciados que circulam em redes sociais digitais.

De fato, as redes sociais são inundadas com conteúdos expressos em diversos gêneros discursivos imagéticos, como charges, memes e GIFs. Dentre os enunciados visuais, um que, muitas vezes, é subestimado em sua importância é o *emoji*. Embora esteja presente em quase todas as plataformas de redes sociais, os *emojis* nem sempre recebem a atenção analítica que merecem. Esses signos permitem que os usuários expressem suas reações ao conteúdo de uma postagem, revelando suas posições axiológicas, conforme concebe a teoria da linguagem bakhtiniana.

Nesses tempos de polarização social, em que a demarcação ideológica e política tem se mostrado bastante acentuada, notamos o uso frequente do *emoji* de risada em postagens de redes sociais sobre tópicos sociais importantes como pobreza e precarização do trabalho. Essa observação nos levou a investigar quem é o sujeito que ri diante de problemas sociais tão sérios e quais os valores expressos em interações realizadas no *Facebook*. O *corpus* de análise consiste em duas postagens: a primeira, do perfil oficial da *Folha de S. Paulo*, aborda a pobreza, enquanto a segunda, do perfil oficial do *UOL Notícias*, trata da precarização do trabalho.

Com base na teoria dialógica da linguagem formulada pelo Círculo de Bakhtin, esse estudo se propõe a contribuir com a compreensão sobre como sujeitos que interagem em redes sociais digitais utilizam os signos para produzir sentidos e comunicar/disseminar seus valores.

1 A linguagem na perspectiva do Círculo de Bakhtin: algumas ideias basilares

Para o Círculo de Bakhtin, a linguagem é um fenômeno social que se manifesta em algum material significante, como gestos, sons, cores ou riso, e carrega valores ideológicos. Dada a sua origem no meio social, a linguagem é impregnada de elementos sócio-históricos que estão presentes em sua produção, circulação e recepção. De acordo com o Círculo, toda comunicação é discursiva e ocorre por meio de enunciados únicos, irrepetíveis e concretos, produzidos por um enunciador para seu auditório social (interlocutores).

Segundo Volóchinov (2018), todo produto ideológico possui uma significação e, portanto, é um signo. O autor afirma que "Onde não há signo, também não há ideologia". Dessa forma, qualquer materialidade pode se tornar um signo, como a mão fechada no jogo Jokenpô (pedra, papel e tesoura), que significa pedra, ou a foice e o martelo cruzados, que representam o movimento comunista. Nesse sentido, a ideologia pode ser entendida como "todo o conjunto de reflexos e refrações no cérebro humano da atividade social e natural, expressa e fixada pelo homem na palavra, no desenho artístico e técnico ou em alguma outra forma signica" (VOLÓCHINOV, 2019, p. 243).

Para Volóchinov (2018), a palavra é um fenômeno ideológico por excelência e o meio mais apurado e sensível da comunicação social, uma vez que toda criação ideológica está acompanhada da palavra como seu ingrediente fundamental. No entanto, o autor também aponta que a palavra não é capaz de substituir todos os outros signos ideológicos, como música, ritos religiosos ou imagens. Medviédév (2012), por sua vez, destaca que o conjunto signico constitui o meio pelo qual o ser humano desenvolve sua consciência.

⁴ O neoliberalismo é uma ideologia econômica e política que defende a livre iniciativa, competição, privatização de empresas estatais, redução do papel do Estado na economia (Estado mínimo), desregulamentação, liberalização do comércio e diminuição dos impostos (KLEIN, 2008). Críticos apontam que essa ideologia aumenta as desigualdades sociais, reduz a proteção social e enfraquece a democracia ao concentrar o poder no setor privado.

O homem social está rodeado de fenômenos ideológicos, de “objetos-signo” dos mais diversos tipos e categorias: de palavras realizadas nas suas mais diversas formas, pronunciadas, escritas e outras; de afirmações científicas; de símbolos e crenças religiosas; de obras de arte, e assim por diante. Tudo isso em seu conjunto constitui o meio ideológico que envolve o homem por todos os lados em um círculo denso. Precisamente nesse meio vive e se desenvolve a sua consciência. A consciência humana não toca a existência diretamente, mas através do mundo ideológico que a rodeia. (MEDVIÉDEV, 2012, p. 56).

Nas palavras desse autor, o ser humano vive em um mundo rodeado de semioses, por meio das quais ele apreende a realidade. Essa apreensão é feita por meio de signos carregados de valores ideológicos. Dessa maneira, o encontro do ser humano com o mundo se dá por meio do mundo ideológico que o circunda, e todo objeto da realidade já possui significações prévias. Assim, todo projeto de enunciação precisa enfrentar as barreiras verbo-axiológicas existentes para atingir seu objetivo na interação discursiva.

Volóchinov (2018) destaca, ademais, que todo signo é uma arena de luta, na qual distintas vozes sociais travam embates. Portanto, por meio de um signo ideológico, seja uma palavra, seja uma imagem (como os *emojis*), seja ainda um som, é possível perceber e analisar a luta de classes presente na sua dialética interna. No entanto, para compreender os sentidos expressos por uma forma signica, é necessário analisar as relações dialógicas presentes nas enunciações dos sujeitos, pois todo discurso surge como ato/resposta e constitui um elo na cadeia da comunicação discursiva.

Na perspectiva bakhtiniana, a compreensão de um enunciado só pode ocorrer a partir de uma cadeia única e ininterrupta de sentidos, estabelecida na relação dialógica com outros enunciados. Nesse processo, o sujeito social expressa um posicionamento axiológico, que é o dizer revestido de valorações social e historicamente inscritas. Nessa ótica, todo enunciado é situado em um contexto preciso, influenciando sua compreensão, e não pode ser separado dos seus contextos de produção, circulação e recepção, uma vez que “[...] a palavra é completada diretamente pela própria vida e não pode ser separada dela sem que o seu sentido seja perdido.” (VOLÓCHINOV, 2019, p.117).

Nesse sentido é que consideramos o *emoji* do riso como uma manifestação de uma avaliação ideológica de um sujeito social e histórico. O riso manifesto, nesse caso, não é meramente uma reação individual, mas, antes de tudo, uma forma de expressão de um sujeito que reflete as normas, valores e ideologias de um grupo social específico. Como expressão de uma perspectiva particular de ver o mundo, o riso cumpre, nos termos concebidos aqui, uma face de zombaria⁵, constituindo-se mais especificamente uma forma de manifestação semiótica com elementos de deboche, agressividade e hostilidade em relação ao outro e ao seu sofrimento.

Após reportarmos alguns pressupostos da compreensão bakhtiniana da linguagem, apresentamos, na sequência, a discussão sobre o fenômeno do *emoji* como signo ideológico.

2 O *emoji* do Facebook como signo ideológico

Emojis são ideogramas amplamente utilizados nas interações digitais, como em páginas da web ou mensagens de aplicativos. A palavra *emoji* foi criada pelo designer japonês Shigetaka Kurita, combinando as expressões japonesas “e” (imagem) e “*moji*” (personagem). Assim, cada *emoji* representa uma palavra ou até mesmo uma frase completa. Portanto, os *emojis* são signos ideológicos que permitem transmitir sentido de forma econômica em contextos de interação digital,

⁵ Remetemos aqui à compreensão de Propp (1992) sobre o riso de zombaria, entendido como o tipo de riso mais comum na vida das pessoas e diretamente atrelado às formas de relações humanas.

especialmente emoções, possibilitando uma comunicação mais rápida e visualmente expressiva do que as palavras (PAIVA, 2016)⁶.

Devido às origens japonesas, as representações imagéticas de cada *emoji* possuem fortes vínculos culturais com o Japão. Ao serem utilizados em outros países, a imagem do *emoji* pode passar por um processo de ressignificação. Por exemplo, o *emoji* de cocô é utilizado no Brasil como forma de reprovação de algum conteúdo, enquanto no Japão representa boa sorte. A verbo-visualidade expressada pelos *emojis* tem sua significação diretamente ligada à vida cultural de uma comunidade socialmente organizada, representando a consciência social de um determinado grupo em um determinado momento histórico, conforme destacado por Volóchinov (2018).

Ainda com base na compreensão de Volóchinov (2018) sobre a manifestação material dos valores ideológicos nas múltiplas semioses, assumimos que os *emojis*, como elementos sógnicos da comunicação, servem para que um determinado grupo possa expressar formas de apreender o mundo através dos seus enunciados. Com isso, o *emoji*, como signo, reflete e refrata a realidade circundante, podendo distorcê-la, ser-lhe fiel, compreendê-la de uma forma específica etc. Como signo, qualquer *emoji* pode sofrer a aplicação das categorias de avaliação ideológica (falso, verdadeiro, correto, justo, bom etc.) referidas por Volóchinov (2018), uma vez que o campo dos signos e o campo ideológico coincidem.

No *Facebook*, os *emojis* podem ser utilizados em qualquer parte de uma postagem que permita o uso de texto, pois geralmente a incorporação de *emojis* nos textos da web é permitida por padrão. Na plataforma dessa rede social, os usuários podem interagir com uma postagem de forma responsiva, por meio de ações como "curtir", "comentar" e "compartilhar". Ao escolher a opção "curtir", o usuário terá acesso a sete *emojis* conhecidos como *Facebook Reactions* (Figura 1). Esses *emojis* são imagens que os interlocutores podem utilizar como resposta ao conteúdo expresso por meio de uma postagem específica.



Figura 1 - Emojis do *Facebook Reactions*.

Fonte: Capturado do *Facebook* e adaptado pelos autores.

Cada um dos *emojis* disponíveis no sistema de reações do *Facebook* (Figura 1) possui uma valoração diferente para o usuário expressar suas (re)ações sob a forma de emoções diante do conteúdo publicado, conforme descrição que apresentamos a seguir.

- Curtir: também conhecido como "Like", é o botão clássico de curtida do *Facebook*. Sua utilização representa uma valoração mais neutra em relação ao conteúdo avaliado pelo usuário da rede social, sem uma resposta emocional ativa. Pode ser usado de diversas maneiras, como para indicar que o usuário leu a postagem ou que concorda com o que foi enunciado.
- Amei: signo representado por um coração, é utilizado para expressar uma forte aprovação do interlocutor em relação ao conteúdo da postagem.
- Força: é representado por um coração abraçado e foi criado durante a pandemia da COVID-19 para expressar carinho e encorajamento diante das adversidades (ESTADO DE MINAS, 2020).
- Haha: é usado para expressar que o interlocutor se divertiu com o conteúdo da postagem. Além disso, pode ser utilizado para representar reações como ironia ou sarcasmo diante do que é enunciado na postagem.

⁶ Para uma compreensão mais aprofundada sobre a construção de sentidos em textos e interações digitais sugerimos o trabalho de Silva, Gomes e Aranda (2019).

- Uau: é o signo utilizado para expressar surpresa, espanto ou perplexidade diante de uma postagem avaliada como boa ou ruim.
- Triste: é representado pela imagem de uma expressão facial tristonha e uma lágrima escorrendo do olho. Essa reação é utilizada para demonstrar tristeza ou desaprovação em relação ao conteúdo enunciado na postagem.
- Grr: esta reação expressa que o interlocutor ficou bravo com a situação expressa na postagem; representa raiva ou grande desaprovação em relação ao que foi publicado.

O algoritmo de entrega de conteúdo do *Facebook* utiliza as reações expressas pelos *emojis* para selecionar quais conteúdos serão apresentados aos usuários da rede social (ALMENARA, 2021). Dessa forma, os conteúdos que despertam emoções intensas nos usuários e recebem interações significativas terão maior visibilidade na plataforma. Essa dinâmica pode levar o algoritmo a preferir conteúdos polêmicos, que geram mais interações e, conseqüentemente, mais lucro para a empresa responsável pela plataforma.

Embora existam diversos *emojis* com diferentes valorações, neste estudo estamos nos concentrando no uso do *emoji* Haha, uma vez que nosso objetivo é analisar as reações expressas por esse signo em postagens relacionadas a temas sociais feitas pelos perfis de empresas de mídia tradicional, a saber: *Folha de S. Paulo* e *UOL Notícias*.

Após a explanação sobre a utilização dos *emojis* como signos ideológicos e o sistema de reações do *Facebook* como ato responsivo aos enunciados das postagens, a próxima seção detalha o percurso metodológico seguido na realização deste estudo.

3 Metodologia

Bakhtin (2017) defende a utilização de uma abordagem dialógica na realização de pesquisas nas ciências humanas, uma vez que considera que o objeto de estudo nesse campo possui sua própria expressividade, voz e consciência. Ou seja, nas ciências humanas, o objeto de pesquisa é um sujeito constituído pela interação com a realidade por meio da linguagem. Dessa maneira, este trabalho possui um caráter interpretativo e segue uma abordagem qualitativa, uma vez que busca compreender o sujeito que utiliza o *emoji* de riso nas materialidades selecionadas para análise.

O *corpus* de análise é composto por duas postagens feitas no *Facebook*: a primeira, publicada em 15 de junho de 2022 pelo perfil oficial da *Folha de S. Paulo*, aborda a pobreza; a segunda, publicada em 29 de junho de 2022 pelo perfil oficial do *UOL Notícias*, trata da precarização do trabalho. Essas postagens foram selecionadas de forma aleatória, seguindo os critérios de entrega de conteúdo do próprio *Facebook*. Consideramos o período de junho de 2022, a autoria de empresas de mídia consideradas referência, a temática de problemas sociais e a presença significativa de reações utilizando o *emoji* de riso.

Analisamos cada postagem do *corpus* e identificamos os usuários que reagiram com o *emoji* de riso. Investigamos seus perfis em busca de fotos, vídeos e textos que pudessem revelar regularidades. Com base nos temas em comum encontrados, realizamos a análise do *corpus* seguindo a metodologia do cotejo de textos (GERALDI, 2012). Levamos em consideração as materialidades nos perfis dos usuários que utilizaram o *emoji* Haha, bem como materiais jornalísticos relacionados às postagens e aos perfis identificados.

A análise dos perfis ocorreu de 1 a 15 de julho de 2022, observando os posicionamentos ideológicos presentes em suas postagens. O objetivo foi compreender os sujeitos que reagiram com o *emoji* de riso a postagens sobre problemas sociais no Brasil. Essa investigação permitiu identificar tendências ideológicas refletidas na consciência social da maioria dos usuários que utilizaram essa reação de risada.

4 O sujeito que ri de temas sociais no *Facebook*

Considerando a natureza sógnica do *emoji* Haha e sua utilização nas atuais condições sócio-históricas do Brasil, este estudo inicia sua análise situando-se no contexto e buscando compreender os indivíduos que, ao utilizarem esse *emoji*, expressam valores associados à satisfação, à alegria, ao deboche e à hostilidade diante do outro e de seu sofrimento.

Ao visitar o perfil de cada pessoa que utilizou o *emoji* de riso nas postagens do *corpus* desta pesquisa, identificamos um padrão nas materialidades textuais, imagéticas e fílmicas. Essas materialidades relacionam esses sujeitos aos valores ideológicos expressos pelo então presidente, Bolsonaro, e refletem um fenômeno social de grande impacto, que resultou na eleição de um político de extrema-direita para o mais alto cargo público no Brasil.

Nas últimas décadas, tem ocorrido um movimento social internacional de reação às mudanças percebidas como ameaças aos valores, às tradições e aos costumes, influenciado pelas transformações causadas pela revolução digital nas condições de vida e de trabalho em todo o mundo. Esse movimento de reação é caracterizado pelo nacionalismo de direita, resultado de uma reação às consequências da revolução informática, como aponta Reis (2020).

Trata-se de uma extrema-direita descomplexada, ativa e propositiva, de grande ativismo público, com frequentes incursões nas ruas, explorando as insuficiências e deficiências dos regimes democráticos, instrumentalizando-os quando convém, desfigurando-os “por dentro” e usando intensamente os mecanismos próprios da revolução digital. (REIS, 2020, p.3)

O “bolsonarismo” é a versão brasileira desse fenômeno mundial de reação às mudanças promovidas pela revolução digital. Segundo Reis (2020), sua força está amparada em aparelhos de segurança formais e informais, como as forças armadas, policiais e milícias; igrejas evangélicas com pautas conservadoras e parlamentares da bancada da bíblia; e o agronegócio e o capital financeiro⁷, representados pelo ultraliberalismo de Paulo Guedes, ministro da Economia do governo Bolsonaro.

Para compreender melhor as manifestações realizadas pelos usuários que usaram o *emoji* Haha em resposta às postagens analisadas, acessamos o perfil de cada um deles no *Facebook*. Ao analisar esses perfis, observamos a presença de materialidades verbivocovisuais (PAULA; SERNI, 2017), como curtidas, perfis seguidos, textos, fotos e vídeos publicados que relacionam os donos dos perfis à ideologia bolsonarista.

Destacamos alguns dos valores e sentimentos compartilhados pelos seguidores do bolsonarismo que foram identificados durante a análise: a rejeição aos políticos tradicionais; o ódio ao Partido dos Trabalhadores (PT) e às suas políticas inclusivas (de renda, racial, social, de gênero ou de orientação sexual); a rejeição ao PT devido ao mensalão e à Operação Lava Jato; a rejeição aos principais partidos políticos; a esperança por mudanças na política; o medo de ser vítima de crimes; a defesa do uso de armas para proteção pessoal; o temor de limitações na liberdade religiosa e de mudanças na estrutura da família tradicional; a rejeição à educação sexual nas escolas e o mal-estar com as novas identidades de gênero; a defesa do Estado mínimo (liberalismo econômico); o desejo de militarização da política e a defesa da ditadura militar; a crítica ao Supremo Tribunal Federal e aos veículos de jornalismo (considerados injustos ao governo Bolsonaro); o

⁷ As bancadas da bala, da bíblia e do boi são compostas por parlamentares que defendem, respectivamente, o uso das armas para a solução de problemas sociais, o uso da bíblia como livro único para decodificação da realidade e a defesa de pautas que favoreçam o agronegócio brasileiro.

anticomunismo e a oposição ao “marxismo cultural”⁸ nas escolas; a defesa da flexibilização das leis ambientais para facilitar o avanço do agronegócio; e a postura crítica, sem embasamento, sobre recomendações científicas, como a pandemia e o aquecimento global.

Para analisar os perfis, utilizamos a ferramenta do *Facebook* que permite acessar as informações dos usuários que interagiram com uma postagem específica. Através dessa ferramenta, foi possível filtrar os perfis com base no *emoji* de reação específico atribuído à postagem. Para realizar a análise, clicamos no número de interações da postagem e utilizamos o filtro do *emoji* de riso, conforme mostrado na Figura 2. Isso nos permitiu direcionar nossa investigação para os perfis dos usuários que expressaram essa reação específica.

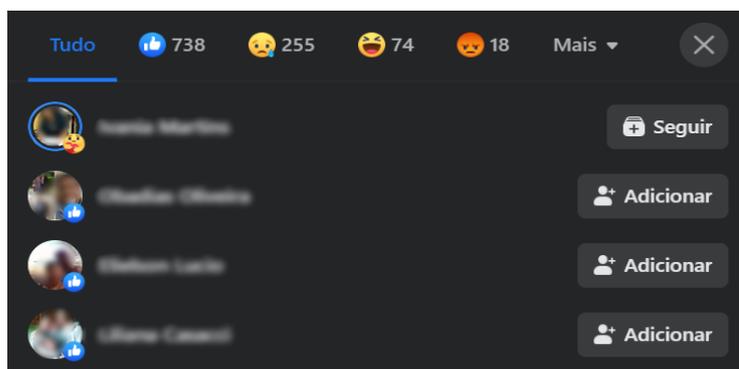


Figura 2 - Janela das interações dos usuários numa postagem.

Fonte: Captura de tela realizada pelos autores.

Ao identificar os perfis que reagiram com o riso à postagem, investigamos cada um deles por meio de um roteiro de análise que incluiu a foto de capa, foto do perfil (considerando os filtros), a seção "Sobre" do perfil (fotos, vídeos e curtidas) e o histórico de postagens na *timeline*⁹. A análise revelou que a maioria dos perfis apresentava conteúdos relacionados ao movimento político-ideológico bolsonarista, conforme a Tabela 1.

Postagem	Tema	Total de Reações	Reações de Riso	Presença de Materialidades Bolsonaristas ¹⁰	%
1	Pobreza	2600	237	200	84%
2	Precarização do Trabalho	1001	74	63	85%

Tabela 1 – Reações às postagens e materialidades bolsonaristas.

Fonte: Elaboração própria dos autores.

A Tabela 1 mostra que na primeira postagem, das 2600 reações, 237 foram realizadas com o *emoji* de riso e 84% dessas reações foram realizadas por perfis com materialidades que remetem ao movimento bolsonarista: frases, cores, imagens etc. Na segunda postagem, das 1001 reações, 74 foram com o *emoji* de riso e 85% dessas reações foram realizadas por perfis com conteúdos vinculados à ideologia do movimento social bolsonarista.

⁸ O termo "marxismo cultural" é usado por grupos conservadores para descrever uma suposta influência marxista na cultura e na educação, promovendo valores considerados subversivos. No entanto, essa teoria conspiratória carece de base teórica e empírica.

⁹ A *timeline* é a seção onde são exibidas as postagens do usuário em ordem cronológica reversa. Consideramos os últimos dois meses das postagens para análise, levando em conta o volume e a frequência das publicações do usuário.

¹⁰ Refere-se a conteúdos relacionados ao "bolsonarismo", movimento político com forte estética nacionalista, cores da bandeira e frases de ordem contra adversários, principalmente o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e seus simpatizantes.

Uma vez apresentados esses elementos, vamos à análise das materialidades dos perfis da *Folha de S. Paulo* e do *UOL Notícias* no *Facebook*, com vistas a compreender melhor os sujeitos que reagem com o *emoji* de riso em cada postagem selecionada.

A primeira postagem que analisamos pode ser observada na Figura 3. No topo da imagem, há o nome do perfil que a publicou, no caso, *Folha de S. Paulo*. Logo abaixo do nome do autor da publicação, observa-se a data em que ela foi realizada, 15 de junho [de 2022], às 16:20. No campo de descrição da postagem, há o texto “Total de brasileiros abaixo da linha de pobreza é recorde”, seguido do *link* para a reportagem completa no *site* da *Folha de S. Paulo*. Abaixo do campo de descrição da postagem, há uma fotografia de um homem segurando um cartaz de papelão feito de improviso com o texto “preciso comer pode ajudar” e posicionado numa rua transitada por automóveis. A fotografia busca dar ênfase ao texto presente no comentário descritivo da postagem. Abaixo da fotografia, consta o título e o subtítulo da reportagem presente no *site*, que foram incorporados automaticamente pelo *Facebook* devido à utilização do *link* inserido no texto da postagem, onde observamos o título “23 milhões de pobres vivem com menos de R\$ 7 ao dia no Brasil” e o subtítulo “Total de brasileiros abaixo da linha básica de pobreza é recorde”. Por fim, podemos observar os *emojis* de reações com a quantidade de 2,6 mil interações no total, além de 3,1 mil comentários e 315 compartilhamentos.



Figura 3 - Postagem no Facebook sobre pobreza e fome.

Fonte: Captura de tela realizada pelos autores.

Ao clicar sobre os *links* presentes na postagem da Figura 3, o usuário é levado para o conteúdo completo da reportagem no *site* do jornal, que necessita de assinatura paga para ter acesso a todo o conteúdo (além do título e subtítulo). Este fato nos leva a considerar que poucos usuários do *Facebook* que interagiram com a postagem utilizando o *emoji* de riso tiveram acesso integral à reportagem disponibilizada no *site* da *Folha de S. Paulo*. O texto, de autoria de Canzian (2022), destaca que no final do ano de 2021 o Brasil atingiu um recorde de brasileiros vivendo abaixo da linha de pobreza. No total, são 23 milhões de pessoas que estão vivendo com menos de R\$ 7 (sete reais) ao dia. Um total de pessoas que equivale a 10,8% da população brasileira. O corpo da reportagem apresenta uma única imagem, que é a mesma fotografia presente na publicação apresentada na postagem da Figura 3.

Até o dia 01 de julho de 2022, a postagem da *Folha de S. Paulo* sobre pobreza, mostrada na Figura 3, havia recebido 2,6 mil curtidas. Desse total, 237 pessoas interagiram com o *emoji* Haha.

No perfil de 200 desses usuários (conforme Tabela 1), foram identificadas materialidades associadas à ideologia do movimento político denominado bolsonarismo.

Na Figura 4, apresentamos alguns exemplos dos elementos materiais vinculados à ideologia bolsonarista que identificamos ao visitar os perfis dos usuários que utilizaram o *emoji* de riso como reação à postagem da Figura 3. Na letra (a) da Figura 4, encontram-se "fotos do perfil" com a foto dos usuários fazendo menção ao presidente Bolsonaro e aos atos de 07 de setembro, conforme relatados em Aguiar (2022). Na letra (b), estão exemplos de perfis com temática relacionada a Bolsonaro que o usuário do perfil analisado está seguindo (seção "Curtidas" do perfil do usuário). Ainda na Figura 4, a letra (c) apresenta a seção de fotos do perfil, na qual são observadas várias fotografias que remetem diretamente ao apoio a Bolsonaro e à realização de críticas aos ministros do Supremo Tribunal Federal (STF) e aos governos de esquerda. Por fim, a letra (d) da Figura 4 apresenta o vídeo de um homem queimando uma bandeira do Partido dos Trabalhadores (PT).



Figura 4 - Mosaico com exemplos de materialidades nos perfis da primeira postagem.

Fonte: Capturas de telas realizadas pelos autores.

Neste ponto, é oportuno lembrarmos o que aponta Medviédev (2012) sobre a ideologia e sua realização em algum material:

As concepções de mundo, as crenças e mesmo os instáveis estados de espírito ideológicos também não existem no interior, nas cabeças, nas 'almas' das pessoas. Eles tornam-se realidade ideológica somente quando realizados nas palavras, nas ações, na roupa, nas maneiras, nas organizações das pessoas e dos objetos, em uma palavra, em algum material em forma de um signo determinado. Por meio desse material, eles tornam-se parte da realidade que circunda o homem (MEDVIÉDEV, 2012, p. 48 – 49).

Ao cotejarmos as materialidades identificadas nos perfis dos usuários que utilizaram o *emoji* Haha para reagir à postagem da *Folha de S. Paulo* sobre a pobreza (Figura 3) e as falas do presidente Bolsonaro e dos seus apoiadores, podemos compreender melhor a ideologia desse sujeito que ri diante de temas sociais importantes, e, além disso, podemos inferir alguns possíveis sentidos que o *emoji* de riso expressa diante da situação na qual foi utilizado.

Como sabemos, em várias ocasiões, Bolsonaro atacou a mídia tradicional como um todo, criticando, xingando e ridicularizando as empresas de comunicação e seus jornalistas (TEIXEIRA, 2022). Ele escolheu alguns veículos em particular para rivalizar, sendo a *Folha de S. Paulo* um dos

principais, como pode ser visto na reportagem de Maurício Ferro para o portal *Poder360*. Dentre as diversas falas do presidente, destacamos a seguinte:

Você não aprende que a Folha está fora? A Folha é um lixo! A Folha é um lixo! A Folha de S. Paulo, Datafolha: eu perderia para todo mundo no 2º turno. Vocês não têm vergonha na cara? Ainda vem aqui fazer plantão? Eu sei que você não é dona da Folha, está cumprindo o seu papel lá para tentar infernizar o governo. Qual a pauta positiva a Folha fez do governo até hoje? Nada. Zero. O 13º do Bolsa Família vocês não deram, na capa não apareceu nada. Se fosse do PT, que dava bilhões para a grande mídia o ano todo, estaria elogiando o Lula. Enquanto a mim é só pancada o tempo todo. Acabou a mamata, Folha de S. Paulo (FERRO, 2020, s/n).

Os ataques que o presidente realizou aos jornalistas ocorreram sempre que algum veículo de informação divulgava ou o interpelava sobre algo polêmico relacionado a ele, à sua família ou ao governo, principalmente sobre o tema da corrupção. Desse modo, os aliados do presidente construíram uma rede de comunicação por meio de aplicativos de mensagens que, com base em mentiras e desinformação, protegia Bolsonaro de publicações da imprensa que pudessem ser negativas para sua imagem (BENITES, 2018).

Uma vez que os sentidos de uma produção discursiva emergem das relações dialógicas existentes entre seus enunciados, conforme aponta Bakhtin (2011), se considerarmos as relações de sentido existentes entre a postagem da Figura 3 (e sua autoria), as falas do presidente à respeito da *Folha de S. Paulo* e a reação responsiva dos usuários (agora interlocutores) que utilizaram o riso para se expressar diante da postagem de autoria dessa empresa jornalística, compreendemos que o *emoji* de riso possui, nesse enunciado, valoração negativa. Ao compartilharem do mesmo horizonte valorativo que o presidente Bolsonaro, interpretamos que o despreço ao autor da publicação é também comum ao grupo de simpatizantes do bolsonarismo.

O riso pode expressar reações de alegria ou contentamento, mas também pode expressar escárnio, deboche, desprezo e/ou zombaria. Propp (1992) destaca que o riso de zombaria está ligado à ridicularização e/ou depreciação de um ser por outro que se coloca em posição superior ao primeiro. Diante do contexto da publicação realizada pela *Folha de S. Paulo* (Figura 3), podemos inferir que a utilização do *emoji* de riso não apresenta sentidos de concordância, tampouco expressa apreço em relação ao tema da postagem. Com base no cotejo realizado entre a publicação (e seu autor), materialidades presentes nos perfis dos usuários que reagiram com o riso e falas do presidente, compreendemos o riso como expressão valorativa de escárnio, zombaria, deboche e desprezo, como forma de se opor a uma informação que possa, de alguma forma, macular a imagem do então presidente Bolsonaro, pessoalmente ou através do seu governo. Assim, a proteção ao presidente se torna mais forte do que o sentimento de empatia/identificação com o tema abordado na postagem em questão.

A segunda postagem analisada, destacada na Figura 5, foi feita pelo *UOL Notícias* no dia 29 de junho de 2022 e trata da piora nas condições de trabalho no Brasil. Na figura, na parte superior da postagem, são destacadas a autoria, a data e a hora da publicação, que são, respectivamente, *UOL Notícias*, 29 de junho [de 2022], às 07h10. Imediatamente abaixo da data e da hora, consta um texto descritivo da postagem com a frase: “Brasil está entre os piores países para trabalhadores”. Logo abaixo do texto descritivo, há um vídeo com uma imagem de capa (*thumbnail*) mostrando uma senhora de cabelos grisalhos acorada e trabalhando com um martelo quebrando pequenas pedras em um ambiente sem equipamentos de segurança e sem a mínima estrutura para o trabalho. A imagem de capa do vídeo dialoga com o texto principal da publicação, o qual lhe serve de título.

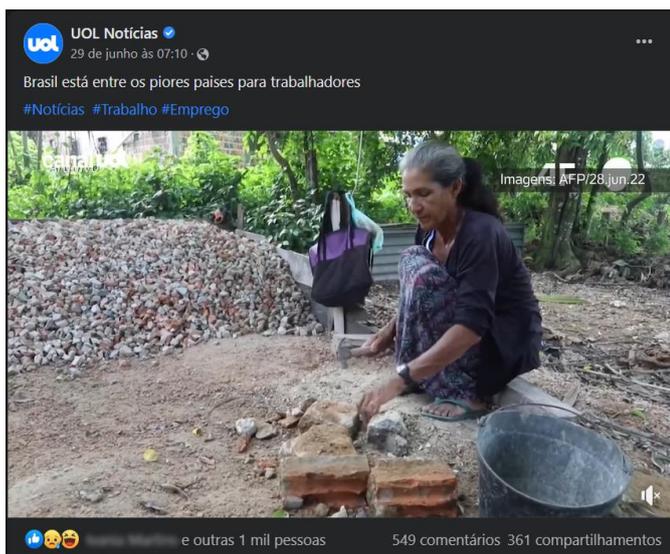


Figura 5 - Postagem no *Facebook* sobre as condições do trabalho no Brasil.

Fonte: Captura de tela realizada pelos autores.

Ao clicar no vídeo, é possível assistir ao conteúdo de modo incorporado ao corpo da própria postagem na plataforma do *Facebook*. Com uma duração de 1 minuto e 28 segundos, o vídeo traz várias cenas de diferentes tipos de trabalho, ilustrando as informações apresentadas por um narrador. A transcrição do discurso do narrador pode ser lida a seguir:

O Brasil esteve entre os dez piores países para os trabalhadores em 2022, de acordo com o relatório da Confederação Sindical Internacional divulgado nesta terça-feira. O documento afirma que as violações dos Direitos Trabalhistas alcançaram um nível recorde no mundo entre abril de 2021 e março de 2022. Dos 148 países cobertos pela nona edição do Índice Global dos Direitos em 50 deles os trabalhadores foram submetidos a violência física, contra 45 um ano antes. Sindicalistas foram assassinados em 13 países e foram registradas as prisões arbitrárias de trabalhadores em 69. Além do Brasil, estiveram na lista de piores países para trabalhar no período: Bangladesh, Belarus, Colômbia, Egito, Essuatíni, Filipinas, Guatemala, Myanmar e Turquia. O texto ressalta que, desde a adoção da reforma trabalhista em 2017, todo o sistema de negociação coletiva entrou em colapso no Brasil, com uma redução drástica de 45% no número de acordos coletivos celebrados. A CSI afirmou que a instabilidade causada por níveis históricos de desigualdade, emergência climática e a pandemia é explorada por governos e empreendedores que atacam os direitos dos trabalhadores. Entre as empresas, o texto menciona as gigantes Nestlé no Brasil, Coca-Cola em Hong Kong e Uruguai, H&M na Nova Zelândia, Amazon na Polônia e Hyundai na Coreia do Sul.

A partir da transcrição das informações apresentadas pelo narrador do vídeo, é possível perceber uma piora nas condições dos direitos trabalhistas, além do aumento na exploração do trabalhador no Brasil e em outras partes do mundo por parte de governos e de empresas multinacionais de grande porte. A postagem realizada pela *UOL Notícias* recebeu 1001 reações através do conjunto de *emojis* de reação do *Facebook*, das quais 74 foram expressas por meio do *emoji* de riso. Após a identificação dos perfis dos usuários que utilizaram o *emoji* Haha, foi realizado o trabalho de incursão em cada um desses perfis, seguindo o mesmo roteiro utilizado na postagem feita pela *Folha de S. Paulo*. Com isso, evidenciamos materialidades associadas à ideologia bolsonarista em 63 deles (85% dos que responderam com o *emoji* Haha).

Na Figura 6, destacamos alguns exemplos das materialidades encontradas nos perfis analisados.



Figura 6 – Mosaico com exemplos de materialidades nos perfis da segunda postagem.

Fonte: Capturas de telas realizadas pelos autores

Como vemos na figura acima, temos materializados nesses signos: (a) fotos utilizadas no perfil (aquela que identifica visualmente o usuário) com menções ao próprio Bolsonaro, ao partido Aliança pelo Brasil que ele tentou criar e algumas palavras utilizadas nos lemas desse movimento: Deus, Pátria, Família, Liberdade; (b) perfis que o usuário “curtiu” e segue, os quais fazem apologia ao armamento civil e de apoio ao Bolsonaro; e (c) várias imagens da galeria de fotos do perfil com referências ao golpe militar de 1964, a símbolos nacionais, à defesa do “voto auditável” e “contagem pública” dos votos, com imagens de Bolsonaro, além de meme sobre os mortos da pandemia, no qual adjetivam Bolsonaro de “gelocida”, referência crítica ao adjetivo “genocida” que alguns opositores utilizaram para qualificar o presidente por sua atuação na pandemia da COVID-19. As materialidades relacionadas ao bolsonarismo que foram encontradas apresentam, principalmente, estética visual com as cores da bandeira nacional brasileira, montagens com fotos do então presidente Bolsonaro, exaltações às forças armadas, defesa de armas para o cidadão comum e a criminalização de oponentes políticos, especialmente, o ex-presidente Lula (à época) e os candidatos dos partidos de esquerda, e até xingamentos aos que eles consideram ser comunistas, inclusive alguns veículos de informação como a *TV Globo* e a *Folha de S. Paulo*.

Através da análise dos perfis dos usuários que interagiram com o *emoji* de riso na postagem do *UOL Notícias*, encontramos materialidades que expressam ideologia semelhante àquela presente nos perfis investigados na postagem feita pela *Folha de S. Paulo*. É importante destacar que, segundo a teoria bakhtiniana, a consciência social dos sujeitos é formada inteiramente pelo universo sógnico no qual estão inseridos (VOLÓCHINOV, 2019; MEDVIDEV, 2012). Dessa forma, a ideologia manifestada nas materialidades encontradas nos perfis investigados faz parte da consciência social do grupo de pessoas em questão, tornando-se parte da realidade circundante dos integrantes.

Diante do exposto, percebemos que os perfis dos usuários analisados estavam repletos de enunciados que remetem à ideologia bolsonarista. Observamos, pois, nas materialidades investigadas nos perfis, a presença dos valores que caracterizam esse movimento político, listados no início da seção 5, tais como: ódio ao PT e a políticas de inclusão, anticomunismo, militarização da política, defesa da ditadura militar de 1964, posicionamento contra a “doutrinação” nas escolas, crítica ao Supremo Tribunal Federal, negação da ciência, repulsa aos veículos jornalísticos e exaltação à figura do Bolsonaro.

Considerações Finais

Neste trabalho, partimos do pressuposto de que importantes transformações sociais no modo de vida e de trabalho dos brasileiros impulsionaram mudanças na consciência social de um grupo específico de pessoas. Dessa maneira, ao utilizarem redes sociais, como o *Facebook*, as pessoas expressam sua ideologia por meio dos signos que escolhem para interagir com o conteúdo da plataforma.

Considerando a percepção de que alguns usuários do *Facebook* estavam utilizando a reação de riso, através do *emoji* Haha, para interagir responsivamente a temas sobre problemas sociais graves expostos em postagens feitas por grandes empresas jornalísticas na plataforma, iniciamos uma investigação para identificar quem é o sujeito que ri diante desses problemas e que valores eles manifestam por meio de suas interações nas redes.

Ao utilizarmos o signo *emoji* Haha como elemento indiciário para a identificação dos perfis dos usuários que reagiram com riso nas postagens da *Folha de S. Paulo* e *UOL Notícias*, respectivamente sobre a pobreza e a precarização do trabalho, identificamos um sujeito que constitui sua consciência através de signos nacionalistas, armamentistas, anticomunistas, de ódio ao PT e às políticas de inclusão, de aversão à educação sexual e a outras identidades de gênero, de defesa da “família tradicional”, de saudosismo da ditadura militar, da militarização da política, da criminalização dos opositores e de exaltação da figura de Jair Bolsonaro.

Para encerrar, destacamos como a teoria bakhtiniana nos permitiu interpretar e compreender os sentidos dos objetivos/signos/enunciados que pareciam ocultos. Mais precisamente, através do processo de cotejo (GERALDI, 2012) entre os diversos textos/enunciados (cores, imagens, sons, palavras, risos etc.) e seus contextos os sentidos foram sendo construídos e reconstruídos, de modo a permitir uma melhor compreensão da realidade discursiva por nós investigada. Isso sinaliza o vigor e a relevância científica e social de investigações de práticas discursivas sob as lentes de uma análise dialógica do discurso.

Referências Bibliográficas

AGUIAR, P. Bolsonaro defende ato de 7 de setembro de 2021: 'Democrático'. **R7 Brasília**, 2022. Disponível em: <https://noticias.r7.com/brasil/bolsonaro-defende-ato-de-7-de-setembro-de-2021-democratico-15082022>. Acesso em: 27 set. 2022.

ALMENARA, I. Como as reações do Facebook se tornaram parte do problema da rede social. **Redes Sociais**, 2021. Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/como-as-reacoes-do-facebook-se-tornaram-parte-do-problema-da-rede-social-200433/>. Acesso em: 02 jul. 2022.

ALVES, M. Desarranjo da visibilidade, desordem informacional e polarização no Brasil entre 2013 e 2018. 2019. 399f. **Tese** (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019.

BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. Tradução de Paulo Bezerra. 6. ed. São Paulo/SP: WMF Martins Fontes, 2011.

BAKHTIN, M. **Notas sobre Literatura, Cultura e Ciências Humanas**. São Paulo: Editora 34, 2017.

BARBIERI, L. F. **Pós-verdade e fake news na eleição presidencial de 2018: sexualidade e pânico no contemporâneo**. 2021. 111f. Dissertação (Mestrado em Interdisciplinar em Ciências Humanas, da Universidade Federal da Fronteira Sul – UFFS, Erechin, 2021.

- BENTITES, A. A máquina de 'fake news' nos grupos a favor de Bolsonaro no WhatsApp. **EL País**, 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/26/politica/1537997311_859341.html. Acesso em: 25 set. 2022.
- CANZIAN, F. 23 milhões de pobres vivem com menos de R\$ 7 ao dia no Brasil. **Folha de S. Paulo**, 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2022/06/23-milhoes-de-pobres-vivem-com-menos-de-r-7-ao-dia-no-brasil.shtml>. Acesso em: 25 jun. 2022.
- ESTADO DE MINAS. Facebook lança botão de "força" que demonstra afeto na pandemia. **Estado de Minas Nacional**, 2020. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/nacional/2020/05/01/interna_nacional,1143546/facebook-k-lanca-botao-de-forca-que-demonstra-afeto-na-pandemia.shtml. Acesso em: 01 jul. 2022.
- ESTADO DE MINAS. Brasil é o terceiro país do mundo que mais usa rede sociais, diz pesquisa. **Estado de Minas Tecnologia**, 2021. Disponível em: https://www.em.com.br/app/noticia/tecnologia/2021/09/28/interna_tecnologia,1309670/brasil-e-o-terceiro-pais-do-mundo-que-mais-usa-rede-sociais-diz-pesquisa.shtml. Acesso em: 27 set. 2022.
- FERRO, M. Bolsonaro ataca Folha de S.Paulo por reportagem sobre secretário. **Poder360**, 2020. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/governo/bolsonaro-ataca-folha-de-s-paulo-por-reportagem-sobre-secretario/>. Acesso em: 25 set. 2022.
- GERALDI, J. W. Heterocientificidade nos estudos linguísticos. *In*: Grupo de Estudos dos Gêneros do Discurso (GEGe). (org.). **Palavras e contrapalavras: enfrentando questões da metodologia bakhtiniana**. São Carlos: Pedro e João Editores, 2012. p. 19-39.
- KLEIN, N. **A doutrina do choque: a ascensão do capitalismo de desastre**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- MAGENTA, M. O que é ser bolsonarista?. **BBC News Brasil**, 2022. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-62490534>. Acesso em: 25 set. 2022.
- MEDVIÉDEV, P. N. **O método formal nos estudos literários**: Introdução crítica a uma poética sociológica. Trad. Ekaterina V. Américo e Sheila C. Grillo. São Paulo: Contexto, v. 1928, 2012.
- MIGUEL, L. F. Jornalismo, polarização política e a querela das fake news. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 16, n. 2, p. 46-58, 2019.
- ORSI, C. "Ameaça a nossos filhos"?: Cuidado com o pânico moral. **Apocalipse Now**, 2018. Disponível em: <https://revistaquestaodeciencia.com.br/apocalipse-now/2018/12/05/ameaca-nossos-filhos-cuidado-com-o-panico-moral>. Acesso em: 20 set. 2022.
- PAIVA, V. L. M. de O. A linguagem dos *emojis*. **Trabalhos em Linguística Aplicada**, v. 55, p. 379-401, 2016.
- PAULA, L.; SERNI, N. M. A vida na arte: a verbivocovisualidade do gênero filme musical. **Raído**, v. 11, n. 25, p. 179-180, jan./jun. 2017.

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

REIS, D. A. Notas para a compreensão do Bolsonarismo. **Estudos Ibero-Americanos**, v. 46, n. 1, p. e36709, 28 abr. 2020.

SANTOS, I. C. dos. **Reacionarismo, fundamentalismo cristão e classe média**: pontos fundamentais para a vitória de Bolsonaro na eleição de 2018. 2021. 345f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade Estadual Paulista, Marília, 2021.

SILVA, F. O.; GOMES, F. W. B.; ARANDA, M. del C. de la T. Dossiê tecnologias digitais: a construção de sentidos em textos e interações digitais. **Letras em revista**, v. 10, n. 01, out. 2019.

TEIXEIRA, P. Bolsonaro é responsável por uma a cada três violações contra imprensa em 2021, diz Fenaj. **ABRAJI**, 2022. Disponível em: <https://abraji.org.br/noticias/bolsonaro-e-responsavel-por-uma-a-cada-tres-violacoes-contra-imprensa-em-2021-diz-fenaj>. Acesso em: 25 set. 2022.

VOLÓCHINOV, V. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. São Paulo: Editora 34, 2018.

VOLÓCHINOV, V. **A palavra na vida e a palavra na poesia**: ensaios, artigos, resenhas e poemas. Organização, tradução, ensaio introdutório e notas de Sheila Grillo e Ekaterina Vólva Américo. São Paulo: Editora, v. 34, 2019.

Submetido em 24/12/2022
Aceito em 03/05/2023