

RETÓRICA POLÍTICA BOLSONARISTA E O USO DE HUMOR OFENSIVO COMO ESTRATÉGIA DE DEFESA¹

BOLSONARO'S POLITICAL RHETORIC AND THE USE OF OFFENSIVE HUMOR AS A DEFENSE STRATEGY

Nara Lya Cabral Scabin (Universidade Anhembi Morumbi)²

Ivan Paganotti (Universidade Metodista de São Paulo)³

Resumo: Este trabalho analisa de que forma o discurso bolsonarista adota (de forma intencional ou como um mecanismo de defesa posterior) recursos humorísticos para aumentar sua capacidade de viralização ou para minimizar seus efeitos adversos, quando contestado com resistência. A partir de levantamento sobre a repercussão de falas de lideranças políticas próximas ao governo Bolsonaro em dois jornais brasileiros (*Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*), é possível identificar quais são os insultos e outros conteúdos incômodos que embasam essa retórica ofensiva – atacando minorias, adversários, instituições e o próprio funcionamento do Estado Democrático de Direito – e defensiva – negando a interpretação literal de seu potencial problemático como simples humor –, em uma tática ambígua que atrai a atenção coletiva e permite recuos para evitar resistências.

Palavras-chave: Humor; Discurso; Bolsonarismo.

Abstract: This paper analyzes how Bolsonaro's discourse adopts (intentionally or as a later defense mechanism) humorous resources to increase its viralization capacity or to minimize its adverse effects when challenged with resistance. In order to do so, this work evaluates the coverage of two Brazilian newspapers (*Folha de S. Paulo* and *O Estado de S. Paulo*) on speeches by political leaders close to the Bolsonaro government. It is possible to identify which insults and uncomfortable contents underlie this offensive - attacking minorities, opponents, institutions and the very functioning of the Democratic State of Law - and defensive - denying the literal interpretation of its problematic potential as simple humor – rhetoric, in an ambiguous tactic that attracts collective attention and allows retreats to avoid resistance.

Keywords: Humor; Discourse; Bolsonaro.

¹ Versão preliminar desta pesquisa foi apresentada no Grupo de Trabalho Cultura das Mídias durante o 31º Encontro Anual da Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação), realizado remotamente de 6 a 10 de junho de 2022. Pesquisa com auxílio da FAPESP – processo nº 2020/15055-9, Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp).

² Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Anhembi Morumbi (UAM). Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), com pós-doutorado em Comunicação e Práticas de Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Líder do Grupo de Pesquisa RisoMídia – Representações, Mediações e Humor na Cultura Audiovisual (UAM/CNPq). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7121-1142>. E-mail: naralyacabral@yahoo.com.br.

³ Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (UMESP) e pesquisador do CNPq (bolsista produtividade PQ-2), desenvolve pesquisa com auxílio Fapesp, e realiza pós-doutorado no TIDD/PUC-SP, sob supervisão de Pollyana Ferrari. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5662-4240>. E-mail: ivan.paganotti@metodista.br.

Introdução

Em abril de 2017, durante uma palestra no Clube Hebraica, no Rio de Janeiro, o então deputado federal Jair Messias Bolsonaro proferiu afirmações ofensivas contra mulheres, negros, indígenas, pessoas LGBTQIAP+ e refugiados. Para uma plateia de cerca de 300 pessoas, Bolsonaro – que já se declarava pré-candidato à presidência da República – revelou seu desejo de acabar com as reservas de terra para indígenas e comunidades quilombolas: “Eu fui num quilombola. O afrodescendente mais leve lá pesava sete arrobas. Não fazem nada. Eu acho que nem para procriador eles servem mais” (CONGRESSO EM FOCO, 2017, *online*). Foi também nessa ocasião que o parlamentar disse que sua única filha mulher teria sido concebida devido a uma “fraquejada” – uma de suas declarações machistas mais conhecidas.

Denunciado pela Procuradoria-Geral da República (PGR) por racismo, o então deputado chegou a ser condenado pela 26ª Vara Federal do Rio a pagar multa de R\$ 50 mil pelas declarações ofensivas contra negros e quilombolas. Mas, em setembro de 2018, desembargadores do Tribunal Regional Federal da 2ª Região (TRF-2) reverteram a decisão.

Durante o curso da ação, a defesa, alegando perseguição política e interpretação tendenciosa das declarações feitas no Clube Hebraica, afirmou que o discurso não expressaria preconceito, uma vez que Bolsonaro “notoriamente palestrou se utilizando de piadas e bom humor”. Por isso, segundo os advogados, o político não poderia ser responsabilizado pelo tom jocoso de suas declarações – alegação rejeitada pela juíza Frana Elizabeth Mendes, na sentença da 26ª Vara Federal do Rio: “Política não é piada, não é brincadeira” (ROSSI, 2017, *online*). Mas o argumento em prol da “imunidade do humor” fincou raízes.

Às vésperas do segundo turno das eleições presidenciais de 2018, Michelle Bolsonaro, esposa de Jair Bolsonaro, descreveu o marido na propaganda eleitoral televisiva como “muito brincalhão, natural, dado, um ser humano maravilhoso”. A afirmação foi recebida por veículos de imprensa como uma tentativa de “suavizar” a imagem do presidente, reforçando a narrativa de que as falas preconceituosas emitidas em quase 30 anos de vida pública seriam “apenas piadas” (PENNAFORT, 2018, *online*).

Mais tarde, Bolsonaro lamentou o fato de não poder mais fazer troça de assuntos dos quais por muito tempo se pode rir sem culpa. Em 4 de julho de 2018, uma reportagem publicada pelo jornal *O Estado de S. Paulo* registrou as queixas feitas pelo então pré-candidato do PSL (Partido Social Liberal) ao Planalto:

“Estamos presos ao politicamente correto. No dia 13 de maio [data que rememora a abolição da escravidão no Brasil], nos quartéis, a gente fazia a pelada entre brancos e afrodescendentes, sem problema nenhum, e ia para a cantina beber Coca-Cola”, relatou. “Estão tirando a nossa alegria de brincar com gaúcho, cearense, de fazer piada com goiano. Não posso fazer mais piadas” (NOSSA, 2018, *online*).

Poucos dias depois, ao oficializar sua candidatura à presidência da República, afirmou que “Não se tem mais alegria de contar uma piada no Brasil” (FOLHA DE S. PAULO, 2018, *online*), queixando-se da fama de preconceituoso construída ao longo de três décadas no Congresso. Após eleito, não foram poucas as manifestações contrárias a uma suposta “perseguição politicamente correta” de que seria vítima. Em conversa com apoiadores no dia 13 de setembro de 2021, por exemplo, afirmou que “O Brasil está chato. Você não pode contar uma piada. Eu só conto piada em círculo reduzindo e sabendo que ninguém está gravando” (GAYER, 2021, *online*).

As falas podem soar como simples anedotas de menor importância diante da tragédia política do governo Bolsonaro, mas são reveladoras de aspectos importantes do discurso bolsonarista. Em especial, a obsessão pela liberdade de fazer piadas – as quais, nos moldes

enunciados pelo ex-presidente, configuram manifestações do que Silva e Alencar (2013) descrevem como *usos violentos da linguagem*, uma vez que posicionam o outro, e sobretudo quando este outro representa marcadores de diferença de raça, gênero, sexualidade e território, em um lugar de vulnerabilidade – remete à defesa da volta de um “desenho social anterior”, anseio que tem sido nutrido por grupos dominantes a partir dos anos 2010 diante de uma percepção de diminuição de sua hegemonia frente ao avanço das lutas identitárias e dos movimentos em defesa dos direitos de grupos minorizados (NORRIS; INGLEHART, 2019).

Não à toa, as falas de Bolsonaro evidenciam uma mobilização discursiva da liberdade de expressão segundo o que Anshuman Mondal (2014) descreveria como uma concepção “absolutista” – isto é, uma “fetichização” da liberdade de expressão com base em um entendimento abstrato, universalizante e idealista, que se opõe à legislação que combate crimes de ódio, à proibição da negação de genocídios e aos argumentos críticos a discursos que promovem a degradação de mulheres e outros grupos minorizados.

Mais especificamente, na queixa de não mais poder “brincar com gaúcho, cearense, de fazer piada com goiano”, encontramos a ressonância de ataques, recorrentes entre líderes populistas e militantes de extrema direita, ao assim chamado “politicamente correto”. Analisando a página de Jair Bolsonaro no *Facebook* durante o período eleitoral de 2018, Oliveira e Maia (2020) veem a rejeição à política da diferença e ao reconhecimento do outro como um traço característico do populismo autoritário, cuja repulsa à linguagem “politicamente correta” encontraria eco na valorização de um “falar popular” a serviço do encobrimento da discussão sobre demandas de inclusão; na negação das pautas identitárias em prol de uma pretensa “unicidade popular”; e na superação das demandas de regulação discursiva como parte de um projeto de “futuro ideal” .

Não obstante, a preocupação de Jair Bolsonaro com a suposta limitação de sua liberdade humorística vai de encontro a um dado incontornável: de 2018 para cá, foram muitas as declarações pretensamente jocosas por ele proferidas publicamente. Entre os episódios, os mais corriqueiros dizem respeito a trocadilhos e comentários maliciosos – como quando o presidente se dirigiu a uma *youtuber* mirim com piadas de conotação sexual durante sua *live* semanal, em 10 de setembro de 2020 – e situações em que Bolsonaro parece zombar do cargo que ocupa – como quando acompanhou o humorista Carioca para responder a perguntas da imprensa sobre o PIB, em 2020. Também têm sido frequentes as ocasiões em que afirmações ofensivas ou preconceituosas de agentes sociais bolsonaristas são posteriormente minimizadas por seus autores sob a alegação de que seriam apenas “piadas” – é o que aconteceu, por exemplo, quando Eduardo Bolsonaro afirmou em vídeo que, para fechar o Supremo Tribunal Federal (STF), bastaria “um soldado e um cabo” (BRONZATI; REZENDE, 2018, *online*).

O entendimento de que falas e ações ofensivas constituiriam nada mais que inocentes expressões de humorismo parece bastante oportuno para a afirmação e circulação do discurso bolsonarista. Para além da negação do dolo e da minimização dos potenciais danos causados pelas declarações, a reivindicação do estatuto de piada para tais manifestações por vezes se aproxima de uma estratégia recorrente na extrema direita digital: a *trollagem*.

O comportamento do *troll* é uma tentativa de humor. Ele ironiza alguém, ataca alguém, faz piada na cara de alguém – mas este alguém não percebe. Quem percebe são os outros *trolls* em volta. É algo particularmente masculino, tipicamente adolescente. A piada interna que os amigos entendem, quem está em volta não percebe. O jogo ganha escala quando alguém de fora acusa ter compreendido a mensagem. Neste momento, o *troll* nega. Diz que é delírio (DÓRIA, 2021, *online*).

Em relação à circulação midiática do discurso bolsonarista, não é preciso mais do que um rápido olhar para a cobertura política dos principais jornais de referência brasileiros, como *Folha de*

S. Paulo e O Estado de S. Paulo, para constatar que abundam matérias – entre notícias, reportagens, artigos de opinião e editoriais – em que manifestações específicas ou comportamentos gerais de Bolsonaro são representados a partir do campo semântico do humor. Para Hélio Schwartzman (2020, *online*), por exemplo, o presidente é um perfeito “bobo da corte” – com a exceção de não dizer verdades. Entre defensores do Governo, as referências humorísticas também estão presentes: para Josias Teófilo, diretor de cinema autointitulado “direitoso”, Bolsonaro é um “meme ambulante” (RACY, 2019, *online*), enquanto a atriz bolsonarista Regina Duarte, em entrevista concedida ao *Estadão*, descreveu-o como um homem de “humor brincalhão típico dos anos 1950, que faz brincadeiras homofóbicas, mas que são da boca pra fora” (BRASIL, 2018, *online*).

Sem pretender realizar aqui uma recuperação exaustiva de textos e casos, o objetivo deste panorama introdutório é evidenciar a centralidade da temática do humor no discurso bolsonarista – centralidade esta presente também na forma como declarações e posicionamentos de Bolsonaro e seus aliados são representados e circulam em discursos midiáticos. Evidentemente, a existência de relações estreitas entre humor e política não é novidade. Desde há muito, estudiosos do humor dedicam-se à discussão da complexidade política de piadas, sátiras e paródias, entre outros formatos próprios do discurso humorístico.

Como nos lembra Eagleton (2020, p. 111), o humor se caracteriza por incontornável ambiguidade política: “Embora possa censurar, desmascarar e transformar, ele também pode dissolver conflitos sociais essenciais em uma explosão de hilaridade”. Para Purdie (1993), por exemplo, piadas transgridem as autoridades na exata medida em que buscam restabelecê-las. Já Douglas (1999) considera que todas as piadas são subversivas porque expõem a arbitrariedade dos significados sociais. Fundamental também é o estudo seminal de Bakhtin (2010) a respeito das expressões cômicas da praça pública na Idade Média e no Renascimento: segundo o filósofo da cultura, o riso carnavalesco, forma da comédia popular por excelência, rebaixa e nivela, dessacraliza e uniformiza, destituindo – momentaneamente – toda autoridade⁴.

No entanto, se, por um lado, tanto a *política do humor* quanto o *humor político* já foram largamente estudados, o mesmo não se pode dizer do *humor na política* – ou, mais precisamente, do movimento de “humorização da política” que parece ter lugar no discurso bolsonarista. Dentre os pesquisadores brasileiros que têm se debruçado sobre aspectos importantes dessa questão, destacamos o estudo de Chagas (2021) sobre *memes* em circulação em grupos de apoio a Bolsonaro no *WhatsApp*. Segundo o pesquisador, esse tipo de material promove um humor visual de extrema direita, responsável pela veiculação de conteúdos fortemente radicalizados, em que se observa “não apenas uma forte constrição da liberdade de expressão, desaguando por vezes em manifestações antidemocráticas, mas também um apelo nacionalista exacerbado, que termina por reverter o humor em mero proselitismo político” (CHAGAS, 2021, p. 192).

⁴ Em relação ao tipo de humor reivindicado pelo discurso bolsonarista, não é objetivo deste trabalho avaliá-lo do ponto de vista de suas “qualidades cômicas”, mas não podemos deixar de observar que ele difere fundamentalmente do entendimento de comédia enquanto força que desestabiliza os significados sociais (DOUGLAS, 1999) e destitui a autoridade por um movimento de nivelamento do mundo (BAKHTIN, 2010). Ao contrário disso, o riso bolsonarista parece reforçar os sentidos cristalizados em preconceitos, ampliar a distância em relação ao outro e fortalecer o lugar de poder a partir do qual é produzido. Por tal razão, consideramos pertinente compreender as manifestações pretensamente humorísticas do bolsonarismo a partir da discussão realizada por Silva e Alencar (2013) a propósito da violência na linguagem: não havendo significados independentes de um contexto de uso, e sabendo que os contextos de uso constituem “atos históricos e sociais onde dois ou mais agentes sociais interagem por meio da linguagem” (SILVA; ALENCAR, 2013, p. 135), concordamos com a perspectiva pragmática de que o que os agentes sociais pronunciam não são palavras carregadas (ou não) de significado violento, mas sim, *atos de fala*, de modo que a linguagem violenta constitui uma forma de *agir violentamente*, em que certos recursos linguajeiros são empregados para ferir, violando o corpo ou uma estrutura de afetos. É nesse sentido que Silva e Alencar (2013, p. 137) denominam como “violentos os usos linguísticos que, ao posicionarem o outro – especialmente aquele que representa a raça, o gênero, a sexualidade e o território que não se quer habitar – num lugar vulnerável, acabam por insultar, injuriar ou violar a sua condição”.

Em trabalho sobre o período pré-eleitoral, Feliciani (2018) examinou a mobilização de recursos humorísticos no perfil oficial de Jair Bolsonaro no *Facebook*. Considerando postagens de 2017 relacionadas ao quadro “Mitadas do Bolsonaro”, do programa *Pânico na Band*, a pesquisadora identifica nos vídeos compartilhados pela página mensagens de ódio dirigidas a mulheres e pessoas LGBTQIAP+; ao mesmo tempo, nos comentários de seguidores do político, predominam agressões a pessoas ligadas ao campo progressista (FELICIANI, 2018).

Tomando tais considerações como pano de fundo, o problema de pesquisa em foco neste artigo pode ser assim formulado: como o discurso bolsonarista se utiliza de recursos humorísticos no momento da enunciação de conteúdos ofensivos ou como processo de ressignificação posterior, minimizando seu potencial problemático ao mesmo tempo em que sinaliza aos seus seguidores a persistência de valores politicamente incorretos?

Para responder a essa questão, buscamos investigar a presença do humor no discurso bolsonarista por meio de uma dupla visada: em primeiro lugar, recorreremos a aportes teóricos da Análise do Discurso (AD) francesa – em especial, aos conceitos de *discurso circulante* (CHARAUDEAU, 2010) e *ethos discursivo* (MAINGUENEAU, 2010) – a fim de examinar as articulações discursivas presentes em textos jornalísticos nos quais declarações e/ou atitudes de Bolsonaro e/ou apoiadores são representadas a partir de categorias relacionadas ao campo semântico do humor; em seguida, propomos compreender as estratégias do discurso bolsonarista materializadas pelo estabelecimento de relações com sentidos de humor, recorrendo, para tanto, ao estudo de alguns episódios recentes. Articulando os dois momentos da pesquisa, pretendemos refletir criticamente sobre as relações, potenciais e efetivas, entre estratégias discursivas do bolsonarismo e sua circulação midiática.

1 Bolsonarismo e humor: circulação e estratégias discursivas

Inicialmente, é importante destacar como o bolsonarismo se origina de discursos de extrema direita, mas apresenta algumas diferenciações, algumas delas diretamente conectadas ao tom humorístico. Messenberg (2019, p. 29) já indicava que a direita brasileira apresenta uma série de ideias-força, aglutinadas ao redor do antipetismo (defendendo o afastamento de lideranças da esquerda, como Dilma e Lula, oposição ao bolivarianismo latino-americano, críticas à corrupção e à responsabilidade da esquerda pela crise econômica), conservadorismo moral (defesa da família tradicional e do patriotismo, resgate da fé cristã, anticomunismo, combate à criminalidade e oposição a políticas raciais afirmativas) e princípios neoliberais (estado mínimo, defesa do mercado e das privatizações, empreendedorismo, meritocracia e redução de políticas sociais). A essa classificação, Brainer (2023, p. 48) demonstra que o bolsonarismo acrescenta o ataque a adversários políticos e a crítica ao cerceamento da liberdade de expressão, no que diz respeito ao discurso antipetista; e, em relação ao neoliberalismo, agrega a defesa da autonomia individual contra imposições coletivas no controle sanitário, importando discursos antivax.

Cesarino (2019) destaca que, em comparação com líderes populistas tradicionais – que reforçam as diferenças entre amigo/inimigo ou povo/elite e as equivalências na contiguidade entre líder/povo –, a adoção das tecnologias digitais permitiu a agregação de três novas abordagens ao populismo bolsonarista: “mobilização permanente através de conteúdos alarmistas e conspiratórios”, “espelho invertido do inimigo e devolução de acusações” e “criação de um canal direto e exclusivo de comunicação entre a liderança e seu público através da deslegitimação de instâncias de produção de conhecimento autorizado na esfera pública (notadamente, a academia e a imprensa profissional)” (CESARINO, 2019, p. 533). Essas estratégias se apropriam da lógica dos *trolls* das redes sociais, “figuras que adquirem influência e engajamentos através de declarações tabu, absurdas e ultrajante” (CESARINO, 2019, p. 541) e que conseguem mobilizar tanto apoiadores – dando voz aos seus preconceitos – quanto capitalizar a atenção atraída de opositores, pois as críticas

e comentários de quem se ofende com seus chistes ajudam a propagar seus discursos na lógica do engajamento das plataformas digitais. Uma vez que esses conteúdos polêmicos não constituem empecilho à sua popularidade, agindo como elementos propulsores de seu discurso, o bolsonarismo consegue atrair diversos grupos conservadores pelo rancor contra grupos minorizados, vistos como “privilegiados” pelas políticas inclusivas da esquerda – assim, o “bolsonarismo ofereceu a essas pessoas uma nova identidade – a de direta e conservadora – onde antes só havia ambiguidade, confusão ou insegurança” (CESARINO, 2019, p. 545-6).

Considerando essas particularidades do discurso bolsonarista, para examinar a relação entre esse discurso político radical e o humor na cultura midiática, a construção do objeto empírico da pesquisa baseou-se em um recorte discursivo representado por dois jornais brasileiros (*Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*), escolhidos como foco de atenção por estarem entre os mais tradicionais representantes da parcela do campo jornalístico reconhecida como “jornalismo de referência” (ZAMIN, 2014).

Tal escolha metodológica deve-se à profícua possibilidade de recuperação, através dos relatos da imprensa, de *discursos circulantes* – isto é, formas discursivas que, fixando-se em fragmentos textuais, atuam no sentido de instituição de autoridade, regulação do cotidiano e dramatização dos problemas humanos, desempenhando papel fundamental nas formas pelas quais os membros de uma comunidade se reconhecem (CHARAUDEAU, 2010). Isso porque a relação do jornalismo com o espaço público pode ser descrita nos termos de um *espelhamento deformante*, como aponta Charaudeau (2010): de um lado, essa *deformação* remete à natureza própria da mediação, definida por Silverstone (2002) como processo contínuo de negociação e transformação de sentidos, cujos modos de opacidade interessa-nos compreender; de outro lado, a tarefa jornalística de *espelhar* o espaço público diz respeito à forma como ele se conecta àquilo que é percebido como “opinião pública”, conexão esta que passa pela publicização de discursos em circulação em contextos sociais específicos (GOMES; CABRAL, 2011).

A fim de localizar materialidades discursivas relevantes à problemática em foco, o levantamento de matérias jornalísticas foi conduzido por meio dos motores de busca presentes nos acervos *online* de *Folha* e *Estado*, adotando-se para tanto a palavra-chave “Bolsonaro” combinada aos termos “humor”, “piada”, “brincadeira” e “ironia”. Como período de observação, consideramos o intervalo compreendido entre 2017, ano anterior às eleições que alçaram Jair Bolsonaro à cadeira presidencial, e fevereiro de 2022, momento de redação deste artigo. Em relação ao conjunto de ocorrências localizado pelas ferramentas de pesquisa nos *sites* dos jornais, foram selecionados os textos: (a) nos quais as categorias “humor”, “piada”, “brincadeira” e/ou “ironia” são empregadas diretamente em referência a manifestações de Bolsonaro e/ou outros agentes sociais bolsonaristas; (b) nos quais a relação bolsonarismo/humor ocupa papel central, constituindo temática principal ou vinculando-se de forma direta a ela; e (c) que tratam de casos cuja circulação midiática tenha sido quantitativamente expressiva e qualitativamente significativa para o debate político.

Chegamos, dessa forma, a um *corpus*⁵ formado por 64 textos jornalísticos – 33 deles publicados pela *Folha de S. Paulo* e 31, por *O Estado de S. Paulo* –, que foram agrupados em função de dez casos de interesse para esta pesquisa⁶ (ver TABELA 1, a seguir).

⁵ A composição completa do *corpus* de pesquisa está disponível em: <https://docs.google.com/document/d/1I2wCW8eGoLXa2LkMkvImKfjly7a6E99IMwofDK1DiE/edit?usp=sharing>. Acesso em: 13 mar. 2023.

⁶ Os itens 6, 7 e 9 da tabela dizem respeito a episódios semelhantes agrupados como um único caso de interesse. Essa opção deve-se ao fato de que, na própria cobertura da imprensa, esses episódios são frequentemente referidos de forma simultânea nos mesmos textos, razão pela qual seria pouco produtivo desvinculá-los nesta pesquisa.

Tabela 1 – Casos de interesse identificados a partir de levantamento de texto jornalísticos

Casos de interesse	Ano	Número de textos (Folha)	Número de textos (Estadão)
(1) Ataque de Bolsonaro a minorias em palestra no Clube Hebraica	2017	3	3
(2) Afirmação de Eduardo Bolsonaro em vídeo sobre bastar “um soldado e um cabo” para fechar o STF	2018	2	4
(3) Fala de Bolsonaro chamando nordestinos de “paraibas”	2019	1	---
(4) Insultos de cunho sexual dirigidos por Bolsonaro à jornalista Patrícia Campos Mello	2020	3	3
(5) Bolsonaro escala o humorista Carioca para responder a questionamentos de jornalistas sobre o PIB brasileiro	2020	4	2
(6) Declarações de Bolsonaro minimizando gravidade da pandemia de covid-19	2020 e 2021	7	4
(7) Declarações de Bolsonaro com teor negacionista sobre medicamentos contra covid sem comprovação científica e vacinação	2020	3	7
(8) Fala de Bolsonaro associando o consumo do Guaraná Jesus a “virar boiola igual maranhense”	2020	3	6
(9) Uso de símbolos da extrema direita por agentes sociais bolsonaristas	2020 e 2021	4	2
(10) Fala de Bolsonaro sobre acidente em obra do Metrô em São Paulo (“transposição do rio Tietê”)	2022	3	---

Fonte: Elaboração dos autores (2023)

Dentre os casos de interesse identificados, incluem-se episódios de evidente discriminação, com manifestações de racismo e xenofobia (caso 1), preconceito contra pessoas de uma região específica do Brasil (caso 3), misoginia (caso 4) e homofobia (caso 8); ataques diretos a instituições democráticas (caso 2); negacionismo científico (conjuntos de episódios agrupados nos casos 6 e 7); ridicularização do trabalho da imprensa (casos 4 e 5); provocações dirigidas a adversários políticos (caso 10); e utilização de referências codificadas a ideologias de extrema direita, como o nazismo e o supremacismo branco (conjunto de episódios agrupados no caso de interesse 9, que reúne o discurso proferido em janeiro de 2020 pelo então secretário de Cultura do governo Bolsonaro, Roberto Alvim, que continha cópias de trechos de discurso de Joseph Goebbels, ministro da Propaganda de Hitler; a *live* presidencial, realizada em junho de 2020, em que Bolsonaro bebe um copo de leite, símbolo de supremacia racial associado a grupos neonazistas; e o gesto de Filipe Martins, assessor de Bolsonaro, durante audiência de Ernesto Araújo no Senado, em março de 2021, utilizado por supremacistas brancos como forma de identificação).

Ao mesmo tempo, o principal traço distintivo entre os casos de interesse parece estar na forma como se deram os processos de estabelecimento e circulação discursiva da relação entre bolsonarismo e humor. Isso porque, a partir das narrativas jornalísticas presentes nos textos do *corpus*, pode-se observar diferenças importantes no que diz respeito a *como* enunciados bolsonaristas são enquadrados sob categorias tais quais “piada” e “brincadeira”, bem como a *quem* é responsável por essa associação. Nesse sentido, uma primeira distinção pode ser traçada a partir da presença (ou não) de intencionalidade humorística nos enunciados bolsonaristas que repercutiram no espaço público a partir da cobertura jornalística – intencionalidade esta que se materializa ora em aspectos linguísticos (como o uso de duplo sentido, o emprego de trocadilhos e o recurso à ironia, além do estilo e do tom adotados), ora em aspectos extralinguísticos (como o contexto de enunciação e a presença de elementos não verbais na situação comunicativa).

Em relação à parcela dos casos em que se pode identificar presença clara de finalidade humorística nos enunciados “originais”, podemos citar os insultos de cunho sexual dirigidos por Bolsonaro à jornalista Patrícia Campos Mello, em 2020; o episódio em que o presidente escalou o humorista Carioca para responder a perguntas de jornalistas após a divulgação dos resultados fracos do Produto Interno Bruto (PIB), em 2020; as declarações negacionistas de Bolsonaro acerca da cloroquina (“quem é de direita toma cloroquina e quem é de esquerda, tubaína”, frase dita durante uma *live*) e da vacinação (“vacina obrigatória só aqui no Faísca”, legenda de uma foto postada no *Twitter*, em que o presidente aparece ao lado de um cachorro), em 2020; a frase “virei boiola igual maranhense”, dita por Bolsonaro após beber refrigerante da marca Jesus, conhecido por ser cor de rosa, em visita oficial ao Maranhão, em 2020; e a ocasião em que o chefe do Executivo Nacional chamou de “transposição do rio tietê” um acidente ocorrido em uma obra do metrô em São Paulo, em 2022. Além destes, podem ser citados dois episódios dentre os que foram agrupados no caso de interesse 5, que reúne declarações dadas por Bolsonaro com o objetivo de minimizar a gravidade da pandemia no Brasil. No primeiro, em abril de 2020, ao ser questionado por repórteres sobre o que fazia no Hospital das Forças Armadas, em Brasília, o presidente disse que estaria lá para “tomar sorvete” e “fazer teste de gravidez”. Já no segundo episódio, em janeiro de 2021, ao retornar de recesso no Forte dos Andradas, em São Paulo, Bolsonaro declarou a apoiadores que o aguardavam na entrada do Palácio do Alvorada: “Sabia que o tio estava na praia nadando de máscara? [...] Mergulhei de máscara também, para não pegar covid nos peixinhos”.

Já nos casos em que não se pode identificar com clareza a intenção de produzir humor por parte dos enunciadores bolsonaristas, a atribuição de caráter humorístico aos enunciados se dá, por diferentes meios, *a posteriori*. Neste grupo, estão o ataque de Bolsonaro a minorias em palestra realizada no Clube Hebraica do Rio de Janeiro, em 2017, quando o então deputado proferiu frases racistas sobre quilombolas; a afirmação de Eduardo Bolsonaro, filho de Jair Bolsonaro, em palestra para concurseiros da Polícia Federal em julho de 2018, sobre fechar o STF; a forma preconceituosa pela qual o presidente referiu-se aos governadores de estados da região Nordeste durante uma reunião com Ônix Lorenzoni, ministro-chefe da Casa Civil, em julho de 2019 (“Dos governadores de ‘paraíba’, o pior é o do Maranhão”); parte das declarações dadas por Bolsonaro a fim de minimizar a gravidade da pandemia ao longo de 2020 (é o caso, em especial, do pronunciamento realizado pelo presidente em rádio e televisão no dia 24 de março de 2020, no qual empregou a expressão “gripezinha” para referir-se à covid-19); e o uso de símbolos relacionados a ideologias de extrema direita por políticos bolsonaristas.

Em relação à identificação quanto a *quem* aparece, nas materialidades discursivas da imprensa, como principal responsável por enunciar a associação entre bolsonarismo e humor, um primeiro tipo de situação é aquela em que o próprio enunciador bolsonarista caracteriza declarações previamente proferidas como piadas ou brincadeiras, com o objetivo de minimizar o caráter ofensivo das afirmações. É o que se observa, entre os casos de interesse da pesquisa, em relação à palestra de Jair Bolsonaro no Clube Hebraica, em 2017; à afirmação de Eduardo Bolsonaro sobre fechar o STF, em 2018⁷; e à utilização preconceituosa da palavra “paraibas” pelo presidente, em 2019⁸. Já em um segundo tipo de situação, que abarca os demais casos de interesse mapeados, não se observam, nos textos jornalísticos do *corpus*, indicações quanto à existência de falas dos próprios enunciadores bolsonaristas apontando o teor humorístico de suas declarações, dado indicativo de

⁷ Depois de extensa circulação do vídeo em que dizia que, para fechar o STF, bastaria “um soldado e um cabo”, Eduardo Bolsonaro disse que estaria respondendo “a uma hipótese esdrúxula, onde Jair Bolsonaro teria sua candidatura impugnada pelo STF sem qualquer fundamento” e que a frase seria apenas a citação de uma “brincadeira” que teria ouvido “de alguém na rua” (BILENKY, 2018, *online*).

⁸ Após divulgação da gravação em que se refere a governadores de estados do Nordeste como “paraibas”, Bolsonaro negou ter se referido a eles desse modo, mas lamentou não poder mais fazer piadas sobre pessoas de diferentes regiões do Brasil devido à falta de liberdade decorrente do “politicamente correto” (PITOMBO, 2019).

que a relação bolsonarismo/humor pode encontrar espaço significativo de estabelecimento a partir da circulação discursiva de episódios específicos.

Nesses casos, as matérias jornalísticas incorporam, como responsáveis pela correlação bolsonarismo/humor, vozes de diferentes agentes sociais, com destaque para declarações de atores políticos, comentaristas e especialistas. Chama a atenção, no entanto, a recorrência de textos nos quais o enquadramento de enunciados bolsonaristas pela chave do humor não se dá pelas formas do *discurso alheio relatado*, entendidas como ocorrências de dialogismo demarcadas no discurso jornalístico através da incorporação de um universo outro como elemento do discurso construído (GRILLO, 2005). É o caso de artigos de opinião, nos quais a voz do articulista se apresenta como responsável por qualificar – quase sempre, em perspectiva crítica – declarações de Bolsonaro ou de seus apoiadores como “piadas” e “brincadeiras”; e de textos informativos em que tais qualificativos são incorporados pelo próprio “discurso construído” como parte das escolhas editoriais de enquadramento dos fatos adotadas por cada veículo.

No caso de notícias e reportagens, a presença de expressões do campo semântico do humor muitas vezes parece caracterizar um distanciamento crítico em relação às falas e ações representadas, como acontece na matéria “Bolsonaro faz piada com cratera e diz ter visto ‘transposição do Tietê’”, publicada em 2 de fevereiro de 2022 pela *Folha de S. Paulo*; neste exemplo, são decisivos não apenas o emprego da expressão “faz piada” – em princípio, inadequada para descrever a postura de um chefe de Estado – como também o posicionamento da palavra “cratera” – uma fatalidade urbana – como objeto da ação representada. Considerando ainda outros exemplos do *corpus*, parece-nos clara a adoção de uma estratégia editorial, intensificada após o início da pandemia de covid-19, que visa a colocar em evidência a falta de humanidade e empatia de Bolsonaro, autor de frequentes chacotas com eventos trágicos. É o que se observa nos textos “Bolsonaro tripudia de acidente, mortes na pandemia e decisões técnicas; relembre casos”, publicado em 4 de fevereiro de 2022, também pela *Folha*; e “Coronavírus: relembre o que Bolsonaro já falou sobre a pandemia”, publicado em 2 de abril de 2020, pelo *Estadão*.

Ao mesmo tempo, a cobertura dos jornais chama a atenção para o teor preconceituoso e discriminatório de falas do presidente (caso da matéria “Bolsonaro faz piada com tom homofóbico no Maranhão e depois pede desculpas”, veiculada pelo *Estadão* em 29 de outubro de 2020), aponta o caráter antidemocrático de suas declarações (caso da reportagem “Saiba como ofensiva de Bolsonaro contra a imprensa fere Constituição e democracia”, publicada pela *Folha* em 3 de março de 2021) e coloca em evidência sua recusa em prestar contas perante a esfera pública (caso de “Bolsonaro usa humorista para evitar responder sobre PIB fraco”, texto do *Estadão* de 4 de março de 2020). Já a partir de março de 2020, com o agravamento da pandemia de covid-19 no Brasil, a assunção de um posicionamento crítico por parte da imprensa fica claro em textos que procuram evidenciar o caráter desinformativo de enunciados bolsonaristas, como ocorre na reportagem “Histórico de atleta não impediu campeão olímpico de sofrer com coronavírus”, publicada em 24 de março de 2020 pela *Folha*, que remete ao pronunciamento, realizado na mesma data, em que Bolsonaro afirmou que provavelmente não teria complicações se viesse a se contaminar pela covid-19 devido a seu “histórico de atleta”.

Ainda quanto às formas pelas quais os jornais analisados se posicionam em relação a enunciados bolsonaristas supostamente humorísticos, há mais um aspecto digno de nota. Referimo-nos ao tensionamento de um discurso circulante segundo o qual expressões de humor deveriam ser levadas, simultânea e paradoxalmente, *menos e mais* a sério: “menos a sério” porque seriam “apenas piadas” e, portanto, não deveriam ser recepcionadas de forma literal; e “mais a sério” porque, sendo “apenas piadas”, deveriam gozar de proteção especial quando comparadas a outras formas de expressão. Geralmente encampado pela parcela do campo humorístico em que

se localizam os defensores de um humor dito “politicamente incorreto”⁹, rótulo usado como pretexto para defender a liberdade de produzir discurso de ódio e manifestações ofensivas contra grupos minorizados e historicamente oprimidos (CABRAL, 2015), esse discurso circulante é questionado, em parte dos textos do *corpus*, pela incorporação de argumentos de juristas, políticos e especialistas. Apesar desses esforços críticos, chama a atenção o fato de os jornais, em uma tentativa de dar voz aos “dois lados” envolvidos nas contendas representadas, cederem espaços não pouco significativos à defesa da perspectiva bolsonarista, com a incorporação de argumentos apresentados por Bolsonaro e seus apoiadores inclusive em títulos de matérias.

Para além disso, porém, parece-nos fundamental considerar que a mera visibilização dos episódios em que enunciados bolsonaristas revestem-se de vernizes humorísticos – e, sobretudo, a visibilização desses casos a partir de enquadramentos que colocam em evidência seu suposto, ainda que disputado, caráter humorístico – contribui para a construção de uma identidade reivindicada pelo próprio bolsonarismo: a de ser discurso enunciado por sujeitos extrovertidos, brincalhões e bem humorados; pessoas do povo que dizem as coisas que lhes vêm à mente, de forma espontânea e divertida; em suma, um discurso de “não políticos” ou de políticos “não tradicionais”, cujo modo de falar desafiaria inclusive os limites convencionados entre público e privado. De fato, ao mesmo tempo em que segue a lógica de que é preciso ser grosseiro para ser notado (STYCER, 2018), o “estilo verbal” de Bolsonaro parece estar a serviço da construção de um *ethos discursivo*, entendido como uma “voz” associada a um “corpo enunciante” a partir da representação que os destinatários fazem do locutor (MAINGUENEAU, 2010, p. 80).

De fato, trata-se de uma estratégia recorrente na apresentação de lideranças populistas e conservadoras na atual cultura das mídias digitais, espaço dominado por sistemas comunicacionais que parecem ser caóticos, dispersos e contraditórios, incluindo a disseminação de informações incorretas e mudanças bruscas de discurso de representantes eleitos, conflitando ideologias, promessas eleitorais e práticas governamentais. Mas esse aparente caos comunicacional pode ocultar um planejamento discursivo que busca justamente operar em meio a um cenário de incerteza e desconfiança. Analisando como discursos autoritários se expressam em plataformas *online* interativas, Schuback (2021, p. 9) destaca que esses políticos evitam a precisão para incluir termos vagos ou dúbios, deixando aberta à interpretação seu sentido real: “Todo fascismo é inequívoco, mas hoje a sua inequívocidade se exerce e se impõe por uma política de ambiguidade [...] que chamei de fascismo da ambiguidade”. Assim, ainda que seja inegável que essas lideranças políticas apresentam discursos com conteúdos autoritários e excludentes, elas operam nas fronteiras imprecisas da interpretação literal ou irônica de seus formatos, mascarando ameaças em piadas, sempre seguidas com apelos para não serem tomadas a sério:

A viralização que dissemina e assim exacerba os sentidos não só os esvazia como, nesse oco do sentido, operacionaliza a naturalização de todo tipo de discurso, sobretudo os discursos de ódio e de exclusão. Os mecanismos linguísticos de naturalização do racismo e da segregação excludentes [...] encontram hoje, nas redes sociais e no algoritmo robotizado das mensagens, um meio de naturalização incontrolável. Pela via do “humor” e das “piadinhas” viralizadas em memes e mensagens, o ódio passa a se tornar tão natural quanto os artifícios de sua produção (SCHUBACK, 2021, p. 47).

⁹ Não à toa, é possível identificar conexões efetivas entre os humoristas ditos “politicamente incorretos” e o discurso bolsonarista: além da existência de comediantes que chegaram a declarar-se apoiadores de Bolsonaro, como Danilo Gentili (ZYLBERKAN, 2019), um dos fatores que podem explicar a popularidade adquirida por Bolsonaro ao longo dos anos 2010, quando ele ainda era um deputado federal sem expressividade política, seria sua presença constante em programas televisivos de humor, como *Pânico na Band* e *CQC*, ainda que a ascensão do bolsonarismo constitua um fenômeno midiático complexo (STYCER, 2018).

O apelo a essa ambiguidade pode ser uma ferramenta essencial para grupos que ainda estão incertos sobre seu controle sobre o poder, ou seja, são um apoio para grupos autoritários enquanto ainda estão em ascensão, não contam com suporte direto ou tácito da maioria, ou ainda não consolidaram seu controle sobre todas as instituições políticas e comunicacionais necessárias. Nesse sentido, o uso retórico do humor é tanto uma estratégia *ofensiva* – não só pelos conteúdos insultuosos, propensos à viralização, mas também por atuar como um ataque constante, em múltiplos *fronts* temáticos e contra diversos adversários, erodindo a democracia por meio do desrespeito às minorias e ao próprio funcionamento do sistema eleitoral – quanto uma tática *defensiva* – pois permite recuo possível, negando a interpretação literal nos casos de ofensas que forem eventualmente identificadas e enfrentem resistência por parte de grupos mais articulados.

Finalmente, de modo a sistematizar a compreensão acerca das estratégias bolsonaristas subjacentes à mobilização discursiva do humor, pode-se observar que os dez casos de interesse analisados neste trabalho se encaixam em um duplo jogo ofensivo/defensivo a partir de quatro movimentos típicos. Considerando a *compreensão do humor* como uma primeira categoria analítica, uma primeira classe engloba os discursos com simbologia que remete ao ideário supremacista, ilegal no país, e que, por esse motivo, precisa ser construído por referências indiretas. Em alguns casos (grupo 9 da Tabela 1), poucos percebem a referência sutil, só evidente para os que conhecem sinais específicos – como os bolsonaristas que bebem leite e o gesto de Martins no Senado –, que podem, caso descobertos, serem negados, recusando a intencionalidade da ofensa. Em outros casos, como a estética nazista no pronunciamento do secretário da Cultura, essa referência se torna difícil de ignorar; o tom de deboche torna-se insustentável em caso tão flagrante, o que finalmente levou ao seu afastamento. Esses são os casos que podem se aproximar da tática conhecida como “apito de cachorro” [*dog-whistle*] (ALBERTSON, 2015, p. 4): como os sons em frequências inacessíveis aos humanos que são somente percebidos por cães, essas mensagens políticas só fazem sentido e são interpretadas por um grupo restrito, construindo um sentimento de filiação a uma causa comum – frequentemente ligado a discursos preconceituosos que não podem ser expressos explicitamente (ADSIDE, 2019, p. 267) –, ao mesmo tempo em que se apresentam como uma “brincadeira”, um sinal codificado que engana a maioria.

Outra categoria analítica pode considerar os movimentos adotados em relação ao *alvo do humor*. Nesse sentido, o segundo movimento, já detalhado anteriormente, envolve *recuo defensivo após ofensiva malsucedida*. Nessa categoria, estão a ameaça de fechamento do STF por Eduardo Bolsonaro (grupo 2, Tabela 1), ofensas contra governadores nordestinos (grupo 3), homofobia (grupo 8) e ataques contra quilombolas e mulheres (grupo 1). O terceiro movimento, ao contrário, apresenta uma *ofensa defensiva*: é o caso dos ataques em forma de piada contra o que lideranças bolsonaristas veem como seus adversários na política – caso do governador paulista que esboçava candidatura contra Bolsonaro na eleição presidencial de 2022 (grupo 10) – ou na imprensa – caso da repórter da *Folha de S. Paulo* que publicara série de denúncias sobre redes de disseminação de desinformação benéficas ao bolsonarismo (grupo 4). Em ambos os movimentos reflexivos de ofensa/defesa – pode-se dizer, como um *bumerangue* –, percebe-se uma estratégia típica de *troll*: provocação contra grupo adversário usando fala absurda e ofensiva, seguida de recuo, uma vez que a mensagem cause estrago (SILVA; BOTELHO-FRANCISCO, 2020, p. 43).

O quarto e o quinto movimentos também se apresentam como um par que ecoa fundamentos em comum ao considerarmos a *intencionalidade* como categoria analítica. Por um lado, o humor pode ser usado *intencionalmente*, com o uso de piadas explícitas, como o convite de um humorista para responder a questões da imprensa (grupo 5, Tabela 1): nesse caso, Bolsonaro buscava que ríssemos “com” ele, compartilhando de sua “graça”. Não devemos esquecer que, nesse dia, os jornalistas esperavam cobrar o presidente sobre notícias adversas sobre o baixo crescimento da economia brasileira, mas essa questão acabou em segundo plano pelo uso da piada que pretendia roubar a cena noticiosa. Podemos classificar esse uso do humor como forma de “cortina de

fumaça” [*smokescreen*], um evento fabricado para desviar a atenção coletiva de outro tema problemático e mais importante (LEWANDOWSKY et al., 2017, p. 364). Por outro lado, é possível aglutinar também os casos de humor *involuntário*, quando falas de Bolsonaro são ridicularizadas ou criticadas como piadas não-intencionais, como caracterizar a pandemia como uma “gripezinha” (grupo 6, Tabela 1), comentário visto por parte da imprensa como uma piada ofensiva – caso em que se ri “de” Bolsonaro, e não “com” ele. Esses comentários absurdos, que acabam ridicularizados pela imprensa, podem indicar uma provocação do humor como “mangueira” [*firehose*], terminologia adotada por Gibson (2018, p. 3168, tradução dos autores) para caracterizar o uso de “mentiras, exageros e demagogias” que “fluem como água de uma mangueira” para “atordoar e mesmerizar” e até “distrair e imobilizar – o que é precisamente seu objetivo”. Entre a “cortina de fumaça” e a “mangueira”, outros episódios – como os chistes sobre o uso da máscara no mar e o teste de gravidez (grupo 6, Tabela 1), ou o trocadilho tubaína/cloroquina e a vacina obrigatória somente para cães (grupo 7) – podem ser mais ou menos intencionais, mas acabam igualmente sequestrando a atenção coletiva e mudando a discussão para uma narrativa mais alinhada com a bolsonarista.

Assim, seguindo a análise de Schuback (2021) sobre o “fascismo da ambiguidade”, o discurso bolsonarista parece operar de forma dúbia, explorando até o limite o benefício da dúvida ao usar o humor estrategicamente de forma ofensiva para unir suas hostes ao redor de simbologias sutis (“apito de cachorro”), para atacar adversários (“bumerangue”) e explorar o caos resultante (“mangueira”), podendo sempre se defender em recuo tático após ofensas (“troll”) ou se esconder no ruído resultante do diversionismo (“cortina de fumaça”).

Considerações finais

Com base em um panorama geral da circulação discursiva, via imprensa, da relação bolsonarismo/humor, buscamos refletir, ao longo do trabalho, acerca das articulações discursivas presentes na cobertura jornalística sobre a problemática em foco na pesquisa. Procuramos, especialmente, identificar os principais discursos circulantes sobre humor publicizados pelos textos veiculados pela *Folha de S. Paulo* e por *O Estado de S. Paulo*, caminho profícuo à compreensão das representações do espaço público presentes nos jornais.

Identificamos, nos veículos em questão, escolhas editoriais que indicam a assunção de posicionamentos críticos em relação a enunciados bolsonaristas. Em especial, os jornais parecem problematizar o discurso circulante, recorrentemente encampado por Jair Bolsonaro e seus apoiadores, segundo o qual certas formas de expressão, por mais ofensivas que sejam, não devem ser penalizadas porque são “apenas piadas”. Ao mesmo tempo, não se pode ignorar que os argumentos bolsonaristas, ainda que sujeitos à confrontação, ocupam espaços não pouco significativos nas matérias analisadas.

A análise de um conjunto de dez casos de interesse transcorridos entre 2017 e 2022 indica diferentes formas de materialização da relação bolsonarismo/humor. Ao lado dos casos em que enunciadores bolsonaristas buscaram minimizar o teor ofensivo de declarações percebidas como problemáticas sob a alegação de que seriam “apenas piadas” ou produziram mensagens codificadas por meio de símbolos da extrema direita, o tipo de situação identificado com maior recorrência a partir dos recortes adotados na pesquisa diz respeito a episódios em que se pode observar uma intenção humorística clara.

Esses casos merecem atenção particularmente detida porque, do ponto de vista estratégico, além de prestarem-se à estruturação de “cortinas de fumaça”, parecem contribuir para a construção de um *ethos* discursivo bolsonarista relacionado à imagem de pessoa gozadora e informal, ao mesmo tempo “uma pessoa do povo” e um “mito” capaz de proferir verdades encobertas pelo discurso

político tradicional – não à toa, entusiastas da extrema direita reconhecem em figuras como as de Jair Bolsonaro e Olavo de Carvalho um verdadeiro manancial de *memes* (RACY, 2018).

Não obstante, o aspecto talvez mais decisivo da circulação discursiva da relação bolsonarismo/humor a partir de jornais brasileiros de referência parece estar justamente no fato de que, ao cobrirem extensivamente manifestações ofensivas e antidemocráticas a partir de enquadramentos que remetem a fenômenos humorísticos, jornais como *Folha* e *Estado*, ainda que sustentem o objetivo crítico de evidenciar o despreparo e/ou a irresponsabilidade desses enunciados, acabam contribuindo para a construção e difusão daquele *ethos* bolsonarista.

Referências Bibliográficas

ADSIDÉ III, Charles. It's a Blowhorn, Not a Dog-Whistle: How President Trump's Travel Ban Orders, Not His Statements, Are Enough to Establish a Violation under the Religion Clauses. *Hastings Constitutional Law Quarterly*, v. 47, p. 267, p. 267-302, 2019. Disponível em: https://repository.uchastings.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2108&context=hastings_constitutional_law_quarterly. Acesso em: 12 nov. 2022.

ALBERTSON, Bethany L. Dog-whistle politics: multivocal communication and religious appeals. *Political Behavior*, v. 37, n. 1, p. 3-26, 2015. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11109-013-9265-x>. Acesso em: 12 nov. 2022.

BAKHTIN, Mikhail. A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais. Trad. Yara Frateschi Vieira. São Paulo: Hucitec, 2010.

BILENKY, Thais. Fala sobre fechar STF 'não é motivo para alarde', diz filho de Bolsonaro. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 21 out. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/fala-sobre-fechar-stf-nao-e-motivo-para-alarde-diz-filho-de-bolsonaro.shtml>. Acesso em: 13 nov. 2022.

BRAINER, Adriano C. A esfera pública digital e o papel do Telegram na construção de novas tribos morais. 2023. 98 folhas. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2023.

BRASIL, Ubiratan. 'Homofobia de Bolsonaro é da boca para fora', diz Regina Duarte. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 26 out. 2018. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,homofobia-de-bolsonaro-e-da-boca-para-fora-diz-regina-duarte,70002564696>. Acesso em: 13 nov. 2022.

BRONZATI, Aline; REZENDE, Costança. Filho de Bolsonaro afirma em vídeo que para fechar STF basta 'um soldado e um cabo'. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 21 out. 2018. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,filho-de-bolsonaro-afirma-em-video-que-para-fechar-stf-basta-um-soldado-e-um-cabo,70002557183>. Acesso em: 13 nov. 2022.

CABRAL, Nara Lya Simões C. Mobilizações discursivas da categoria “politicamente correto”: um mapa dos sentidos que emergem no jornalismo. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

CESARINO, Letícia. Identidade e representação no bolsonarismo: corpo digital do rei, bivalência conservadorismo-neoliberalismo e pessoa fractal. *Revista de Antropologia*, v. 62 n. 3, p. 530-557, 2019. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ra/article/view/165232>. Acesso em: 30 ago. 2023.

CHAGAS, Viktor. Meu malvado favorito: os memes bolsonaristas de WhatsApp e os acontecimentos políticos no Brasil. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 3, n. 72, p. 169-196, jan./abr. 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/eh/a/vXzQKJb4KJY4LV7ZXXGSzvH/>. Acesso em: 23 nov. 2022.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2010.

CONGRESSO EM FOCO. Bolsonaro: “Quilombola não serve nem para procriar”. Congresso em Foco, Brasília, 05 abr. 2017. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/projeto-bula/reportagem/bolsonaro-quilombola-nao-serve-nem-para-procriar/>. Acesso em: 13 nov. 2022.

DÓRIA, Pedro. A cara do fascismo digital no governo Bolsonaro. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 25 mar. 2021. Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/geral,a-cara-do-fascismo-digital-no-governo-bolsonaro,70003660427>. Acesso em: 15 nov. 2022.

DOUGLAS, Mary. *Implicit meanings: selected essays in Anthropology*. Londres; Nova York: Taylor & Francis, 1999.

EAGLETON, Terry. *Humor: o papel fundamental do riso na cultura*. Trad. Alessandra Bonruquer. Rio de Janeiro: Record, 2020.

FELICIANI, Márcia Zanin. Humor e ódio biopolítico: a circulação dos vídeos do personagem Bolsonabo pela página de Bolsonaro no Facebook. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social – Produção Editorial). Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2018.

FOLHA DE S. PAULO. Em seu primeiro discurso como candidato, Bolsonaro diz não ser salvador da pátria. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 22 jul. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/07/em-seu-primeiro-discurso-como-candidato-bolsonaro-diz-nao-ser-salvador-da-patria.shtml>. Acesso em: 23 out. 2022.

GAYER, Eduardo. Bolsonaro diz que oposição vista nas ruas é 'digna de dó' e ironiza 'presidenciáveis aglomerados'. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 13 set. 2021. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,bolsonaro-diz-que-oposicao-vista-nas-ruas-e-digna-de-do-e-ironiza-presidenciaveis-aglomerados,70003838773>. Acesso em: 17 nov. 2022.

GIBSON, Timothy. The post-truth double-helix: Reflexivity and mistrust in local politics. *International Journal of Communication*, v. 12, p. 19, p. 3167–3185, 2018. Disponível em: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/7738>. Acesso em: 11 nov. 2022.

GOMES, Mayra Rodrigues; CABRAL, Nara Lya Simões Caetano. *Jornalismo: uma relação com opinião pública*. Rumores, São Paulo, v. 5, n. 10, p. 1-17, jul./dez. 2011. Disponível em: http://www.rumores.usp.br/pdf/rumores10_1_mayra_nara.pdf. Acesso em: 23 fev. 2022.

GRILLO, Sheila Vieira Camargo. “Discurso alheio: polifonia e apreensão”. *In: SILVA, Luiz Antônio da. (Org.). A língua que falamos. Português: história, variação e discurso. 1ed. São Paulo: Globo, 2005. p. 73-104.*

LEWANDOWSKY, Stephan; ECKER, Ullrich KH; COOK, John. Beyond misinformation: Understanding and coping with the “post-truth” era. *Journal of applied research in memory and cognition, v. 6, n. 4, p. 353-369, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>. Acesso em: 15 nov. 2022.*

MAINGUENEAU, Dominique. “Ethos e apresentação de si nos *sites* de relacionamento”. *In: Doze conceitos em análise do discurso. São Paulo: Parábola, 2010. p. 79-98.*

MESSEMBERG, Debora. “A cosmovisão da ‘nova’ direita brasileira”. *In: FREIXO, A.; PINHEIRO-MACHADO, R. (Orgs). Brasil em transe: bolsonarismo, novas direitas e desdemocratização. Rio de Janeiro: Oficina Raquel, 2019. p. 25-49.*

MONDAL, Anshuman. *Islam and controversy. The politics of free speech after Rushdie. Nova York: Palgrave Mcmillan, 2014.*

NORRIS, Pippa; INGLEHART, Ronald. *Cultural Backlash: Trump, Brexit and authoritarian populism. Cambridge: Cambridge University Press, 2019.*

NOSSA, Leonencio. Bolsonaro critica Abin e diz que 'brasileiro não tem capacidade de antecipar problemas'. *O Estado de S. Paulo, São Paulo, 04 jul. 2018. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,bolsonaro-critica-abin-e-diz-que-brasileiro-nao-tem-capacidade-de-antecipar-aos-problemas,70002386864>. Acesso em: 13 nov. 2022.*

OLIVEIRA, Bruna Silveira; MAIA, Rousiley Celi Moreira. Redes Bolsonaristas: ataque ao politicamente correto e conexões com o populismo autoritário. *Confluências - Revista Interdisciplinar de Sociologia e Direito, v. 22, n. 3, p. 83-114, dez. 2020. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/confluencias/article/view/45506>. Acesso em: 12 nov. 2022.*

PENNAFORT, Roberta. Na propaganda eleitoral, mulher de Bolsonaro tenta suavizar imagem do candidato. *O Estado de S. Paulo, São Paulo, 25 out. 2018. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,na-propaganda-eleitoral-mulher-de-bolsonaro-tenta-suavizar-imagem,70002564316>. Acesso em: 12 nov. 2022.*

PITOMBO, João Pedro. 'Tenho preconceito é com governador ladrão', diz Bolsonaro após polêmica com o Nordeste. *Folha de S. Paulo, São Paulo, 05 ago. 2019. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/08/tenho-preconceito-e-com-governador-ladrao-diz-bolsonaro-apos-polemica-com-o-nordeste.shtml>. Acesso em: 12 nov. 2022.*

PURDIE, Susan. *Comedy: the mastery of discourse. Hemel Hempstead: University of Toronto, 1993.*

RACY, Sonia. Bolsonaro ‘é um meme ambulante’, diz cineasta ‘de direita’. *O Estado de S. Paulo, São Paulo, 19 nov. 2019. Disponível em: <https://cultura.estadao.com.br/blogs/direto-da-fonte/bolsonaro-e-um-meme-ambulante-diz-cineasta-de-direita/>. Acesso em: 13 nov. 2022.*

ROSSI, Marina. Os argumentos da juíza para condenar Bolsonaro por ofensa aos quilombolas. El País Brasil, São Paulo, 05 out. 2017. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/04/politica/1507147016_167469.html. Acesso em: 13 fev. 2022.

SCHUBACK, Marcia Sá Cavalcante. O fascismo da ambiguidade: um ensaio conceitual. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2021.

SCHWARTZMAN, Hélio. Bolsonaro virou o bobo da corte. Folha de S. Paulo, São Paulo, 04 abr. 2020. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/helioschwartzman/2020/04/bolsonaro-virou-o-bobo-da-corte.shtml>. Acesso em: 13 nov. 2022.

SILVA, Daniel do Nascimento; ALENCAR, Claudiana Nogueira de. A propósito da violência na linguagem. Cadernos de Estudos Linguísticos, v. 55, n. 2, p. 129-146, 2013.

SILVA, Luiz Rogério Lopes; BOTELHO-FRANCISCO, Rodrigo Eduardo. Gestão de conteúdo de ódio no Facebook: um estudo sobre haters, trolls e naysayers. P2P e Inovação, v. 6, p. 38-56, 2020.

SILVERSTONE, Roger. Por que estudar a mídia? São Paulo: Loyola, 2002.

STYCER, Maurício. Qual foi o papel de CQC, Superpop e Pânico na popularização de Bolsonaro. Uol, São Paulo, 29 out. 2018. Disponível em: <https://tvefamosos.uol.com.br/blog/mauriciostycer/2018/10/29/qual-foi-o-papel-de-cqc-superpop-e-panico-na-popularizacao-de-bolsonaro/>. Acesso em: 13 nov. 2022.

ZYLBERKAN, Mariana. As celebridades arrependidas pelo apoio a Bolsonaro. Veja, São Paulo, 16 ago. 2019. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/artistas-arrependidos-bolsonaro-gentili-lobao/>. Acesso em: 13 nov. 2022.

Submetido em 31/03/2023
Aceito em 25/09/2023