

**Daniel Kei Namise**

Universidade Federal do  
Paraná – UFPR

Email:

daniel.namise@gmail.com

**Carla Rizzotto**

Universidade Federal do  
Paraná – UFPR

Email:

carlarizzotto84@gmail.com



Este trabalho está licenciado sob  
uma licença [Creative Commons  
Attribution 4.0 International  
License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

**Copyright (©):**

Aos autores pertence o direito  
exclusivo de utilização ou  
reprodução

ISSN: 2175-8689

## Trollando em tempos de crise: Uma análise dos discursos de Bolsonaro durante a pandemia

*Trolling in time of crisis:  
An analyses of Bolsonaro's speeches during the  
pandemic*

*Trolleando em tempos de crisis:  
Un análisis de los discursos de Bolsonaro  
durante la pandemia*

Namise, D. K., & Rizzotto, C. C. Trollando em tempos de crise: uma análise dos discursos de Bolsonaro durante a pandemia. *Revista Eco-Pós*, 26(01), 168–189. <https://doi.org/10.29146/eco-ps.v26i01.28019>

## RESUMO

O artigo analisa os discursos de Bolsonaro durante a pandemia de Covid-19. A partir do conceito de *lulz*, observou-se que seus discursos apresentam quatro características basilares da "trollagem": ambivalência, estética do espetáculo, transgressão e humor. Utilizando o método sociocognitivo de Van Dijk (2018), a análise buscou compreender o uso desse tipo de mensagem disruptiva enquanto estratégia de comunicação política. Os resultados apontam que as trollagens têm potencial para influenciar as ações de grupos dominados e referendar crenças de apoiadores de Bolsonaro.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Comunicação política; Bolsonaro; Trollagem; Trolls; Pandemia.*

## ABSTRACT

The article analyzes Bolsonaro's trolling during the Covid-19 pandemic. Based on the concept of *lulz*, a key component of trolling, it was observed that this type of action presents four fundamental characteristics: ambivalence, spectacle aesthetics, transgression and humor. Using Van Dijk's socio cognitive method, four of Bolsonaro's trollings were analyzed in an attempt to understand how this genre of disruptive message was used as a political communication strategy. It is concluded that these trollings were used to disseminate denialist ideas and influence the actions of the population.

**KEYWORDS:** *Political Communication; Bolsonaro; Trolling; Trolls; Pandemic.*

## RESUMEN

El artículo analiza los discursos de Bolsonaro durante la pandemia de Covid-19. A partir del concepto de "trollagem" (troleo), se observa que sus discursos presentan cuatro características básicas de la "trollagem": ambivalencia, estética del espectáculo, transgresión y humor. Utilizando el método sociocognitivo de Van Dijk (2018), el análisis busca comprender el uso de este tipo de mensaje disruptivo como estrategia de comunicación política. Los resultados indican que el troleo tiene el potencial de influir en las acciones de grupos dominados y respaldar las creencias de los seguidores de Bolsonaro.

**PALABRAS CLAVE:** *Comunicación política; Bolsonaro; Trollagem; Trolls; Pandemia*

Submetido em 03 de março de 2023

Aceito em 12 de junho de 2023

## Introdução

Em 28 de março de 2011, Jair Bolsonaro, então deputado federal do Rio de Janeiro, foi entrevistado no programa humorístico *CQC (Custe o Que Custar)*, respondendo perguntas de cidadãos comuns e celebridades sobre assuntos como a ditadura militar, cotas raciais e homossexualidade, gerando polêmica com suas respostas<sup>1</sup>. Já conhecido por suas opiniões preconceituosas, Bolsonaro participava regularmente de programas de televisão humorísticos e de variedades<sup>2</sup>, o que contribuiu para aumentar sua popularidade e fomentar seu desejo de se candidatar à presidência da República. Em 2015, quando ele anunciou sua candidatura, sua projeção na mídia tradicional era baixa; sendo um deputado do baixo clero na Câmara dos Deputados, precisou traçar uma estratégia para alcançar seu objetivo, e uma das soluções foi a campanha permanente<sup>3</sup> em suas redes sociais (Souza, 2019).

De acordo com Alves dos Santos (2019), Bolsonaro utilizou uma estratégia para alcançar o maior público possível, ajustando o conteúdo de suas publicações à lógica algorítmica das plataformas digitais, que privilegia conteúdos com alta carga afetiva e que produzem muitas interações entre os usuários<sup>4</sup>. Bolsonaro adotou um estilo *troll* de comunicação, em que misturava humor e discurso de ódio em suas publicações, atacando adversários e críticos, defendendo posições de extrema-direita e assim ocupando cada vez mais espaço no noticiário brasileiro. Essas declarações polêmicas contribuíram para o aumento de sua visibilidade e conquista de um eleitorado jovem que o apelidou de "mito".

---

<sup>1</sup> Disponível em: <<https://www.jb.com.br/cultura/noticias/2011/03/29/contra-bolsonaro-preta-gil-vai-a-ministerio-publico-camara-e-pede-indenizacao/>>. Acesso em: 27 fev. 2023.

<sup>2</sup> Para fins de comparação, entre 2010 e 2018, outros parlamentares como Marcos Feliciano e Jean Wyllys participaram de programas de televisão humorísticos e de variedades cerca de 10 vezes, enquanto Jair Bolsonaro foi convidado 33 vezes (IEESP-UERJ, 2018). Esses dados foram coletados em um artigo produzido pelo Instituto de Estudos Sociais e Políticos da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://18.218.105.245/politica-entretenimento-e-polemica-bolsonaro-nos-programas-de-auditorio/>>. Acesso em 27 fev. 2023.

<sup>3</sup> O conceito de campanha permanente pode ser definido como o “desenvolvimento de ações eleitorais em períodos de mandato (não eleitorais) por parte dos representantes políticos, a fim de manter uma imagem positiva perante o público e, assim, viabilizar futuros sucessos eleitorais” (Souza, 2019, p. 3)

<sup>4</sup> Um exemplo disso é levantamento realizado pelo Instituto Zeeng, realizado entre 23 de setembro a 23 de outubro de 2017, em que foram contabilizadas 3,2 milhões de reações na página oficial de Bolsonaro no *Facebook*. As publicações do político ocuparam o topo de listas de reações que variavam entre o “curtir” e carinhas que expressam amor, felicidade e tristeza, ao mesmo tempo em que suas postagens tinham um dos maiores percentuais de cliques na figura que indica raiva. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/11/1938138-bolsonaro-liderainfluencia-nas-redes-sociais-aponta-pesquisa.shtml>>. Acesso em: 27 fev. 2023.

Além disso, as trollagens<sup>5</sup> performadas por Bolsonaro contribuíram para a sua exposição nas mídias tradicionais durante as eleições de 2018. Mesmo com pouco tempo de propaganda eleitoral, ele foi o que teve maior exposição nos noticiários (Barbosa Diniz; Araújo Mendes, 2020).

Depois de eleito, sua estratégia discursiva não se alterou. Embora algumas análises tenham apontado que o uso da trollagem contribuiu de fato para o ganho de visibilidade (Nader, 2018; Nunes 2020; Peters, 2020), é importante entender que seus efeitos vão além disso. Estudos sobre o uso da trollagem por movimentos e políticos de extrema-direita demonstram que esse recurso comunicacional também serve para promover ideias antidemocráticas e contribuir para a construção de um imaginário em torno de determinadas figuras e grupos sociais (Decook, 2020; Eckstrand, 2018; Empoli, 2020; Ott, 2017).

Com base nisso, este artigo tem como objetivo discutir como as trollagens de Bolsonaro se configuraram como uma estratégia de comunicação política durante a pandemia do Covid-19. Busca-se avaliar como essas mensagens foram utilizadas por ele para promover e tornar públicas suas ideias, se relacionar com seus apoiadores e construir um cenário favorável à sua gestão durante a crise sanitária no Brasil.

A trollagem é definida por Phillips (2015) e Coleman (2012), as principais pesquisadoras sobre o assunto, como uma mensagem disruptiva. Essa definição, entretanto, é muito abrangente e imprecisa (Phillips; Milner, 2017). A literatura sobre a subcultura *troll* aponta quatro características fundamentais da trollagem que podem ajudar em uma definição teórica mais precisa. A primeira seria a questão da trollagem ser uma mensagem ambivalente, ou seja, impossível de se saber ao certo como ela deve ser interpretada (Phillips; Milner, 2017). A segunda diz respeito à trollagem ser um ato de transgressão (Nagle, 2017). A terceira característica é a estética do espetáculo que esse tipo de ação adota (Coleman, 2012). A última é referente ao fato que a trollagem possui componentes humorísticos que a levam a ser considerada como um tipo de piada virtual (Phillips, 2015). Todas essas características serão aprofundadas na próxima seção deste artigo.

---

<sup>5</sup> Tradução da gíria em inglês *trolling*, trollagem seria a ação que caracteriza o comportamento do *troll*.

As quatro características citadas acima foram utilizadas, também, como parâmetro para definição do corpus. Partindo disso, foram selecionadas falas do então presidente, relacionadas à pandemia, que tenham sido noticiadas pela mídia tradicional<sup>6</sup>, ou seja, que alcançaram visibilidade devido à estética do espetáculo. As características da ambivalência, transgressão e humor são os outros parâmetros de delimitação, dessa forma foram selecionadas falas em que (1) houve remissão por parte de Bolsonaro, ou seja, quando, após repercussão negativa, ele se justifica alegando que se tratava de uma brincadeira ou piada, ou (2) que foram noticiadas como brincadeira pelos jornais<sup>7</sup>. Com base nesses critérios, chega-se ao seguinte corpus de pesquisa (Tabela 1):

**Tabela 1 – Corpus de Pesquisa**

<b>1</b>	<b>Bolsonaro:</b> "O prefeito falou que cura Covid com ozônio, não pergunta onde é a aplicação, não", complementa Bolsonaro, que usa um tom de voz fino para concluir: "Tinha muita gente indo pra lá tomar [ozônio]. Estou com Covid."
<b>2</b>	<b>Bolsonaro:</b> "Oh... calcinha apertada [referindo-se a João Dória]! Isso não é coisa de homem. Fecha São Paulo e vai passear em Miami. É coisa de quem tem calcinha apertada. Isso é um crime."
<b>3</b>	<b>Bolsonaro:</b> "Máscara é coisa de viado."
<b>4</b>	<b>Bolsonaro:</b> "Sabia que o tio estava na praia nadando de máscara? Mergulhei de máscara também, para não pegar Covid nos peixinhos."
<b>5</b>	<b>Bolsonaro:</b> "Direita toma cloroquina e esquerda toma tubaína."
<b>6</b>	<b>Bolsonaro:</b> "Se tomar e virar um jacaré é problema seu. Se virar um super-homem, se nascer barba em mulher ou homem falar fino, ela [Pfizer] não tem nada com isso."

<sup>6</sup> Em levantamento sobre a atuação dos *quality papers* nacionais, Mont'Alverne (2020) apontou que os mais prestigiados e importantes são *Folha de S. Paulo*, *O Globo* e *Estado de São Paulo*, pois os três têm um forte impacto no debate político.

<sup>7</sup> Para ilustrar esse cenário, pode-se resgatar o episódio em que Bolsonaro, durante visita ao Maranhão, fez uma declaração homofóbica após experimentar o Guaraná Jesus, bebida de coloração rosada típica da região. Nesse episódio, os *quality papers* noticiaram o ocorrido como uma piada e na mesma matéria ou em outra subsequente apresentaram as reações críticas a fala de Bolsonaro.

7	<p><b>Repórter:</b> "Presidente, hoje tivemos mais de 300 mortes. Quantas mortes o senhor acha que..."</p> <p><b>Bolsonaro:</b> "Ô, cara, quem fala de... Eu não sou coveiro, tá certo?" (interrompe o repórter novamente) E daí? Não sou coveiro."</p>
---	---

Fonte: Autoria própria.

A análise do discurso (AD) foi a metodologia escolhida para a análise pois é efetiva para evidenciar os elementos comunicativos presentes nesse tipo de mensagem (Avelar, 2021). Como a AD compreende um amplo e heterogêneo conjunto de técnicas, optou-se pela teoria sociocognitiva desenvolvida por Van Dijk (2018) uma vez que permite direcionar o olhar para as produções ideológicas e sociais presentes nos discursos. O autor defende a importância de considerar uma interface cognitiva que medeia os aspectos sociais e o discurso. A abordagem proposta por ele trabalha com uma estrutura triangular analítica que envolve o discurso, a cognição e a sociedade. Para o autor, considerar os aspectos cognitivos do discurso é essencial, uma vez que se a situação social determinasse por si só as estruturas dos discursos, todos produziriam interpretações semelhantes. Entretanto, as variações individuais são influenciadas pela interferência a partir das diferentes interfaces cognitivas (Van Dijk, 2018). Através desta metodologia, busca-se identificar estruturas discursivas que se repitam (ex: estilo e figuras de linguagem), as mensagens ideológicas presentes e a forma como se relacionam com as medidas adotadas pelo governo. Além de avaliar os sentidos criados nesses discursos, também foi analisado como eles dialogam com as ações de governo e os possíveis efeitos performativos dessas falas. Butler (2009) expõe que a linguagem, quando repetida, tem efeitos sobre a realidade, podendo transformar ou produzir uma situação. A performatividade, através da linguagem, é transposta como um ritual capaz de naturalizar ideias, manter e impor normas.

### 1. Trollagem no campo político

Os *trolls* da internet não possuem uma história secular como os *trolls* do folclore escandinavo. É possível traçar a origem desses sujeitos virtuais aos fóruns da Usenet, na década de 1990 (Phillips, 2015). Com o advento da Internet e o surgimento dos primeiros

fóruns gratuitos de imagens, como o *4chan*, o número de *trolls* aumentou significativamente e desenvolveu-se uma subcultura com práticas e normas próprias (Coleman, 2012). No entanto, é importante destacar que os *trolls* não formam um grupo coeso, mas sim diversos subgrupos com origens e características distintas (Ibidem).

Por mais que cada subgrupo possua técnicas de trollagem únicas, todos celebram o *lulz* (Coleman, 2012; Phillips, 2015), que deve ser entendido como uma diversão gerada pelo sofrimento dos outros (Fragoso, 2015). No entanto, é difícil determinar se uma trollagem gerou ou celebrou o *lulz*, já que isso depende de variáveis subjetivas que influenciam o modo como cada pessoa interpreta a ação do *troll* (Fuller; Mccrea; Wilson, 2013).

A intenção dos *trolls* é incitar discussões por meio de suas mensagens e ações (Donath, 1999; Hardaker, 2010) e, quando isso acontece, o *lulz* é produzido. De acordo com a literatura, os *trolls* alcançam seu objetivo quando suas vítimas não conseguem identificar a real intenção por trás de seus atos (Dalhberg, 2011; Donath, 1995; Morrissey, 2012). Phillips e Milner (2017) destacam que uma das características fundamentais da trollagem é sua *ambivalência*, ou seja, sua mensagem comporta várias leituras possíveis, levando a vítima a um estado de dissonância cognitiva (Decook, 2020). Ao se deparar com a impossibilidade de dar um sentido único à fala do *troll*, a vítima passa a discutir sobre qual seria a leitura correta a fazer; como a trollagem comporta sentidos antagônicos e complementares ao mesmo tempo, a prática tende a causar uma polêmica<sup>8</sup> (Amossy, 2017; Decook, 2020).

A ambivalência presente nas trollagens serve a diversos propósitos, incluindo a manutenção de limites entre grupos e a promoção do sentimento de comunidade entre os próprios *trolls* (Brown, 2017; Decook, 2020; Phillips, 2015). Como a interpretação das trollagens depende das experiências pessoais de cada indivíduo, os *trolls* utilizam essa multiplicidade de leituras para identificar os "indesejáveis" e fortalecer a união entre si.

Ao combinar a multiplicidade de interpretações com questões intergrupais, algumas possíveis leituras da trollagem podem contribuir para a internalização de crenças e

---

<sup>8</sup> Adota-se a definição de polêmica como um debate em torno de uma questão da atualidade, que tem como marcas a oposição de discursos, polarização e desqualificação do outro (Amossy, 2017). A trollagem como um meio de gerar polêmicas está de acordo com a definição proposta por Amossy (2017), que entende que uma das características que leva ao surgimento desse embate é a estruturação de determinados enunciados.

comportamentos compartilhados entre membros de um mesmo grupo. Isso pode ocorrer por meio da utilização de informações falsas que reforçam as convicções pessoais ou da apresentação de ideias que levam o indivíduo a falsas inferências. De acordo com Eckstrand (2018), a ecologia informacional das redes permite que os *trolls* utilizem os mecanismos de busca e sites da internet para fortalecer sua alegação de que o que dizem é verdade.

A ambivalência na trollagem também é um elemento fundamental para o compartilhamento das mensagens. De acordo com Ott (2017), as mensagens dos *trolls* possuem alto impacto emocional negativo, o que leva os alvos a reagirem de forma improvisada e espontânea, resultando em ações mal planejadas e ineficientes para conter a propagação do discurso *troll*. Isso é benéfico para o *troll*, que busca amplificar o alcance de suas ações (Fragoso, 2015; Zago, 2012), pois quanto mais pessoas a trollagem atingir, mais *lulz* será produzido. Além disso, as vítimas do *troll* muitas vezes são incapazes de definir um sentido concreto na mensagem, o que esvazia a discussão sobre a natureza de seu conteúdo e não compromete o alastramento da trollagem (Romano, 2017). Como resultado, o *lulz* torna-se parte de uma economia de atenção, em que quanto mais o *troll* se diverte, mais *visibilidade* ele tem para si (Fuller, Mccrea; Wilson, 2013).

Segundo Phillips (2015), as redes sociais criaram um ambiente propício para a amplificação da trollagem. Nessas plataformas digitais, os algoritmos privilegiam conteúdos que geram algum tipo de impacto emocional e incentivam a interação dos usuários. Portanto, a trollagem acaba atendendo a esses requisitos de visibilidade, fazendo com que os conteúdos produzidos pelos *trolls* sejam privilegiados nos *feeds* de notícias de redes como o *Facebook* e o *Twitter* (Bucher, 2012; Devito, 2016). Dessa forma, os *trolls* buscam capturar a atenção das redes sociais para si, praticando o que Marwick e Lewis (2017) chamam de "*attention hacking*". Ao manipularem os critérios de distribuição da informação nessas plataformas, os *trolls* conseguem furar as bolhas sociais onde suas trollagens são performadas e atrair a atenção do público *mainstream* (Alves dos Santos, 2019; Phillips, 2015).

Toda essa visibilidade se torna essencial para aqueles que pretendem aumentar a cobertura midiática em torno de si, já que através dessa estratégia, os *trolls* conseguem indignar a mídia tradicional, que passa a fazer publicidade para eles, divulgando suas ações

(Empoli, 2020; Marwick; Lewis, 2017). Esse fenômeno é particularmente vantajoso para políticos com baixa relevância no debate público; dessa forma, a trollagem pode ser vista como uma ferramenta política, utilizada por indivíduos e grupos que desejam ampliar seu alcance e influência.

Por mais que contribua para a criação do espetáculo, é importante ressaltar que esse elemento por si só não é responsável pela criação da polêmica, mas sim a combinação entre ela e o prazer na transgressão de normas e regras culturais (Phillips, 2015). Ao violar normas comunicacionais e valores hegemônicos, os *trolls* conseguem provocar seus alvos e criar grandes discussões que geram engajamento e visibilidade. Essa transgressão pode ser observada em ações simples, como a quebra da polidez na conversação on-line (Donath, 1995; Fragoso, 2015; Fuller; Mccrea; Wilson, 2013; Phillips, 2015). Contudo, há casos em que as trollagens buscam ser uma forma de subversão política ou de descontentamento com uma dada situação (Chagas, 2019; Mylonas & Komatsiaris, 2019).

Para entender isso, é preciso lembrar que o elemento da transgressão é cultuado como uma virtude dentro do liberalismo social desde o século XX, pois movimentos contraculturais, ao infringir os limites morais e legais impostos pelo conservadorismo, almejavam produzir transformações sociais profundas (Nagle, 2017). Porém, no século XXI, o elemento da transgressão foi reapropriado por movimentos reacionários, que passam a infringir a política baseada nos direitos humanos. O que se tem a partir disso é que as transgressões perpetuadas pelos *trolls* da extrema direita são uma forma que eles encontraram para reafirmar suas posições de dominação cultural e social colocadas em xeque pelas mudanças socioestruturais que ocorreram nas décadas do Pós-Guerra (Nagle, 2017; Norris; Inglehart, 2019; Phillips, 2015). Porém, os *trolls* adicionam um discurso nihilista à lógica da transgressão para justificarem e racionalizarem a desumanização de seus alvos. Para Nagle (2017), isso foi a forma que os *trolls* encontraram para liberarem suas consciências dos possíveis efeitos performativos que seus atos podem ter sobre a vida humana.

Isso não significa que os *trolls* não saibam que suas ações podem ferir os direitos e a dignidade dos outros. Pelo contrário, de tal modo que é comum que os *trolls* usem a remissão, alegando que suas trollagens foram brincadeiras ou piadas mal compreendidas. Tem-se que o

humor também é um componente importante na trollagem, pois é utilizado como uma forma de mascarar as transgressões performadas por eles (Chagas, 2020). Essa defesa parte do princípio de que o humor é visto de forma benigna, desconsiderando os impactos psicológicos e as significações sociais negativas que esse elemento pode causar (Moreira, 2020).

Ao considerarmos o humor como uma manifestação de um dado sistema cultural, ou seja, os elementos cômicos só nos fazem rir porque possuem significados culturais nos meios em que o humor se manifesta (Legman, 1979), retornamos à questão da ambivalência. Se uma mesma mensagem pode ser decodificada como ofensa ou como humor, a depender do grupo, a interpretação coincidente pode gerar um sentimento de identificação entre os interlocutores e aumentar o sentimento de coesão dos pares (Meyer, 2000), o que reforça a ideia de que a trollagem atua como uma manutenção de limites entre comunidades.

Quando se aplica as teorias do riso à trollagem, observa-se que o *lulz* é um riso de superioridade. O elemento de transgressão está ligado à ideia de que os *trolls* se sentem superiores aos outros. Isso pode estimular o antagonismo excludente entre grupos opostos, levando a uma polarização social e ideológica (Meyer, 2000; Milner, 2012). A natureza do humor *troll* é derogatória, ou seja, trata-se de um tipo de humor que provoca o riso através da difamação, derrogação ou depreciação de um determinado alvo (Ferguson; Ford, 2008). Devido a todos esses fatores, as trollagens produzem um efeito desumanizador ou excludente (Phillips, 2019), pois quando confrontados com uma trollagem, o indivíduo tem poucas opções: cair na armadilha do *troll*, ignorar ou rir. Nos dois últimos casos, há uma necessidade de se desconectar dos potenciais alvos daquele conteúdo e das consequências que aquele tipo de ação pode causar.

O humor também serve como uma ferramenta argumentativa. Ao rir de algo, o indivíduo demonstra que não leva aquilo a sério (Capetoli, 2022); dessa forma, o humor se torna uma forma de descredibilizar adversários, fontes e crenças alternativas. Sendo assim, o humor na trollagem também seria uma forma dos *trolls* descredibilizarem as falas de suas vítimas numa tentativa de “desqualificar qualquer alteração do paradigma social vigente fundado na desigualdade e opressão” (Gruda, 2014, p. 153). Por isso, há persistência por parte dos *trolls* de

utilizarem a desculpa “foi uma brincadeira/piada”: assim, há uma reordenação dos quadros, de modo que os intolerantes passam a ser aqueles que condenam os comportamentos dos *trolls*.

Na seção seguinte será realizada a análise das trollagens de Bolsonaro durante a pandemia, a fim de refletir sobre a forma como elas se manifestam no contexto político.

## 2. Pandemia não levada a sério: análise e discussão dos resultados

De acordo com Van Dijk (2018), as análises do discurso devem levar em consideração tanto as estruturas textuais, quanto as contextuais, sendo uma delas o contexto global, pois esse elemento indica como os discursos encaixam-se em determinadas situações históricas e sociais, influenciando sua elaboração e capacidade de influência. No caso em tela, tem-se o contexto global da pandemia iniciada no final de 2019. O que começou com casos isolados em uma província chinesa logo se tornou uma pandemia global e, em meados de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou que o distanciamento social e o uso de equipamentos de segurança eram as melhores medidas para evitar o contágio do SARS-CoV-2, já que ainda não havia vacinas contra a doença.

Segundo Amarante (2021), no combate à Covid-19, cada país buscou traçar a estratégia que julgava mais adequada. A maioria dos governos mundiais reconheceu a gravidade da nova doença e tomou decisões baseadas na ciência, seguindo as medidas de isolamento social propostas pela OMS, mas esse não foi o caso do Brasil, que optou por um caminho mais obscuro. Durante a pandemia da Covid-19, houve uma polarização entre os defensores de medidas científicas para conter a doença, como a vacinação, e aqueles que negaram a existência da pandemia ou minimizaram seus impactos. O então presidente Bolsonaro adotou uma postura negacionista desde o início da pandemia, priorizando a economia em detrimento da saúde pública, ideia que foi expressa e repetida em várias ocasiões (Amaral, 2021), inclusive através de suas trollagens.

Outra estrutura contextual relevante, de acordo com Van Dijk (2018), diz respeito ao contexto local em que foram proferidos os discursos. As trollagens de Bolsonaro ocorreram em quatro diferentes contextos comunicacionais — *lives* semanais, conversas com apoiadores

(maioria delas no chamado “cercadinho”), entrevistas e eventos oficiais. No entanto, o estilo linguístico não se alterou, mantendo-se fiel a uma linguagem simplificada, marcada pelo uso de xingamentos e expressões coloquiais. Oliveira e Maia (2020) sugerem que essa postura seria uma estratégia para estabelecer uma conexão com sua base eleitoral, já que sua retórica violenta seria vista como uma expressão de autenticidade política, uma característica valorizada por seus seguidores (Rocha; Solano, 2020). Isso não significa que o contexto local não influencie nas trollagens de Bolsonaro: é perceptível que a escolha de alvos e tópicos de seus discursos variam de acordo com diversos elementos da situação comunicacional em que ele se encontra.

Tendo percorrido sobre as estruturas contextuais, passa-se agora às estruturas textuais e sentidos produzidos por cada um dos textos para, em seguida, observarmos sua relação com medidas políticas efetivas. Bolsonaro sempre buscou assumir uma condição de invulnerabilidade masculina em relação à Covid-19, enfatizando a necessidade de encarar a doença de “peito aberto” e de enfrentá-la como “homens, não como moleques” (Brito, 2022). Ao longo de sua carreira política, Bolsonaro sempre adotou discursos que exaltam a virilidade masculina, que incluem coragem, força física e vigor, além de exercer dominação nas relações sociais. Manifestações de misoginia e homofobia são formas de reforçar esse padrão ideal de homem extremamente viril (Finchelstein, 2019). Essa visão é evidenciada nos discursos 1, 2 e 3. Ao utilizar um tom de voz fina para representar aqueles que realizaram a ozônioterapia via retal e o termo “viado”, que abrange sentidos de repulsa à homossexualidade, para se referir às pessoas que usavam máscaras, Bolsonaro sugere que aqueles que buscam se proteger contra a doença não estariam de acordo com o modelo masculino ideal, visto que o cuidado com a saúde é considerado uma prática feminina (Medrado *et al.*, 2021, p. 181).

O discurso 2 pode ser interpretado como uma crítica às medidas de isolamento social decretadas pelo ex-governador de São Paulo, João Dória. Santos e Fossá (2020) avaliaram que desde o início da pandemia, Dória e Bolsonaro assumiram posicionamentos distintos sobre a condução da crise sanitária, de modo que o embate dos dois foi marcado pelo uso de expressões difamatórias com o objetivo de construir uma imagem negativa do outro. No referido discurso, isso é feito de dois modos: 1) utilização do termo “calcinha apertada” para se

referir a Dória, um trocadilho que faz alusão à ideia de que ele usaria roupas femininas; e 2) informar que Dória seria um trapaceiro<sup>9</sup>, pois enquanto a população do estado de São Paulo vivia sob um rígido isolamento social, ele decidiu viajar a lazer para o exterior. Esses argumentos têm como objetivo desqualificá-lo como líder, pois, como Nascimento (2021) explica, o ideal de virilidade está ligado aos de liderança e moralidade; logo, ao questionar a sexualidade de Dória, Bolsonaro sugere que seu alvo não seria competente para o cargo que ocupava e, portanto, que as medidas que tomou para evitar a proliferação da Covid-19 em São Paulo não seriam eficazes ou adequadas.

Ao longo da pandemia, Bolsonaro também tentou negar a gravidade da pandemia e deslegitimar medidas de controle e prevenção. Os discursos 4, 5, 6 e 7 são exemplos disso. No discurso 4, Bolsonaro faz um trocadilho com a palavra “máscara” para se referir tanto a de mergulho como a facial, debochando da recomendação de uso constante desse equipamento de segurança para se evitar a disseminação do coronavírus. Os discursos 5 e 6 situam questões essencialmente científicas no campo político/ideológico. Em ambos os casos, há associação entre medicamentos e grupos políticos, tornando-os artefatos identitários. Essa ligação também representa a disputa pela verdade que tem sido travada entre esses dois campos. Desde meados de março de 2020, quando o Ministério da Saúde publicou uma nota técnica promovendo a cloroquina, surgiu na esfera científica e na pública um intenso debate sobre a eficácia do uso do medicamento. Bolsonaro passou a defender tal tratamento, porém o fez se baseando em estudos “não científicos” (Duarte; Benetti, 2022). É importante notar que Bolsonaro não recusa o conhecimento científico, pelo contrário, ele utiliza signos científicos para embasar a sua defesa do medicamento (Oliveira *et al.*, 2020).

O que está em jogo através da imagem da cloroquina não é a validade desse tipo de saber, mas sim a disputa sobre quem detém a chamada verdade científica. Dessa forma, a crença bolsonarista é de que a produção científica seria enviesada por motivações políticas e econômicas que favoreceriam uma suposta “esquerda” (Duarte; Benetti, 2020). Isso está de acordo com pensamentos compartilhados por membros da extrema-direita de que o regime de

---

<sup>9</sup> Santos e Fossá (2020) afirmam que durante o conflito entre Bolsonaro e Dória, o então presidente buscou atribuir ao ex-governador a alcunha de “traidor” e “trapaceiro”, levando a disputa entre os dois ao campo da moralidade.

verdade<sup>10</sup> vigente produziria narrativas tendenciosas e com um determinado viés ideológico (Empoli, 2020). Então, quando Bolsonaro associa a cloroquina ao campo da direita brasileira, ele busca reforçar a necessidade de uma purificação da ciência, de modo a indicar que a “verdadeira verdade científica” está resguardada pelos cientistas da direita.

No discurso 7, Bolsonaro demonstra desprezo pelas vítimas da Covid-19 ao perguntar “E daí?”, pois esse termo pode ser interpretado como um sinal de desinteresse. Machado Cavalcante (2021) argumenta que essa fala faz parte de uma estratégia discursiva de normalização de mortes evitáveis durante a pandemia, em que Bolsonaro se dissocia de sua responsabilidade como chefe do Executivo ao afirmar “eu não sou coveiro”. Segundo Silva e Bleicher (2020), Bolsonaro também minimiza os impactos negativos da pandemia nas populações vulneráveis ao desvalorizar o trauma coletivo da perda de entes queridos. Eles afirmam que Bolsonaro “trata as mortes, o sofrimento e a angústia como algo que não aconteceu, sem importância” (Silva; Bleicher, 2020, p. 101), o que resulta em um descrédito da percepção e da própria condição de sujeito de quem experienciou aquele trauma. Desse modo, Bolsonaro não nega a existência de uma pandemia, mas desacredita todos os impactos que ela pode ter tido nas diversas esferas que compõem nossas vidas.

Embora seja possível interpretar as trollagens de Bolsonaro de diferentes maneiras, é importante explorar também as leituras humorísticas que elas podem oferecer, já que o humor, mesmo que questionável, é elementar na trollagem. O efeito cômico dos discursos decorre ora de um sentimento de superioridade, ora de incongruência. No primeiro caso, as trollagens mencionadas não apenas polarizam negacionistas e defensores da vacina, mas também reforçam a ideia do homem viril contra todos aqueles que não se enquadram nesse estereótipo, tais como mulheres e homossexuais, vistos como inferiores a partir dessa lógica. No segundo, a situação cômica surge do tensionamento entre duas ou mais teorias que trabalham juntas em uma mesma situação (Possenti, 2021).

---

<sup>10</sup> Partindo dos pensamentos de Foucault (1986, p. 12) sobre verdade, “cada sociedade tem seu regime de verdade, sua “política geral” de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros”. Sendo assim, técnicas e procedimentos científicos também estão dentro do regime da verdade.

Só que não basta a forma e conteúdo de uma mensagem para gerar o efeito cômico. Lockyer e Pickering (2009, p. 11) afirmam que "em muitos casos, o que é aceito como piada (...) tem que ser negociado primeiro como uma". De acordo com Capelotti (2022), parte dessa negociação é influenciada pelo papel que o comediante assume. Algumas figuras, ao se apresentarem como tolos, têm a licença para transgredir, o que lhes permite tratar certos assuntos com humor e ironia. De acordo com a análise cenográfica realizada por Freitas, Antunes e Boaventura (2022), em seus discursos, Bolsonaro tende a assumir o arquétipo do *trickster* ou do bobo da corte para seus interlocutores, de modo que em um ambiente rodeado de apoiadores, como é o caso dos discursos analisados, sua fala pode ser aceita como uma piada ou brincadeira. É interessante apontar que Coleman (2012) já havia indicado que os *troll* têm a tendência de assumir esse papel nos processos comunicacionais que fazem parte.

É importante destacar que o riso, como linguagem não verbal, pode ser entendido como um sinal de concordância, o que indica que os interlocutores de Bolsonaro concordam e compartilham, em certa medida, as mesmas crenças e modelos mentais que o presidente expressa em seus discursos. Além disso, a escolha de cenários com uma audiência predominantemente composta por apoiadores também pode indicar que as trollagens foram concebidas para aumentar o sentimento de identificação entre Bolsonaro e sua base de apoio, já que o humor é capaz de produzir esse efeito (Meyer, 2000)

Por mais que as trollagens de Bolsonaro possam ter essas leituras antagônicas, parte dos sentidos criados por ela dialogam com as práticas políticas adotadas por seu governo durante a pandemia, como a promoção de medicamentos ineficazes, atraso na compra e produção de vacinas, falta de coordenação nacional e adoção de qualquer critério técnico que guiasse a implementação das medidas de distanciamento social. Ao mesmo tempo, os efeitos de suas trollagens não se limitaram somente à geração de uma polêmica em torno de seu sentido. Pelo contrário, como Santana, Perez e Nascimento (2021) argumentam, o comportamento público e as falas de Bolsonaro também tiveram um papel central no desastre sanitário brasileiro.

Com base nas trollagens que apresentavam sentidos de virilidade, pode-se observar que Bolsonaro teve efeitos performativos na forma como os homens se comportavam durante a

pandemia, o que gerou impactos diretos na proporção de mortes entre homens e mulheres em decorrência da Covid-19. De acordo com dados levantados pelo Global Health 50/50<sup>11</sup>, mais homens haviam morrido por causa da doença do que mulheres no Brasil. Baker, White e Morgan (2020) afirmam que uma das razões para isso ter ocorrido foi devido a práticas culturais ligadas à masculinidade, que levaram muitos homens a aderirem menos às medidas preventivas.

Também há o fato que os baixos índices de aprovação de Bolsonaro em seu segundo ano de mandato coincidem com o início da pandemia. Casarões e Magalhães (2021) explicam que o ataque às vacinas e a promoção de medicamentos ineficazes seriam uma forma de remontar sua base eleitoral. No entanto, as constantes declarações negacionistas de Bolsonaro somadas a uma ruptura da esfera informacional e instabilidade no estatuto da verdade levaram muitos apoiadores de Bolsonaro a acreditarem em teorias conspiratórias e informações falsas sobre a Covid-19 (De Paula *et al.*, 2021). Xavier *et al.* (2022) sugerem que as atitudes e pensamentos negacionistas de Bolsonaro impulsionaram o comportamento de risco de seus apoiadores, levando-os a se expor mais ao vírus da Covid-19. Por isso, regiões com mais apoiadores de Bolsonaro nas eleições de 2018 tiveram taxas de mortalidade mais altas quando comparadas às regiões onde Haddad teve mais votos.

### Considerações finais

“Não pode ser sério”. Esse é um pensamento comum para aqueles que já tiveram contato com *trolls* da internet. Durante os anos de 2019 a 2022, esse também foi um pensamento frequente na população brasileira em relação às declarações do ex-presidente Bolsonaro. Suas falas seguiam o mesmo estilo *troll*: eram ambivalentes, causavam algum tipo de polêmica, ao mesmo tempo transgrediam alguma norma e apresentavam um humor de extremo mau gosto. Diante disso, neste artigo buscou-se compreender como a trollagem se configura como uma estratégia de comunicação política, já que Bolsonaro a utilizou como

---

<sup>11</sup> Disponível em: <<https://globalhealth5050.org/the-sex-gender-and-covid-19-project/the-data-tracker/?explore=country&country=Brazil#search>>. Acesso em: 2 mar. 2023.

forma de se comunicar com os brasileiros durante seu mandato presidencial, principalmente durante a pandemia.

Levando em conta que uma estratégia de comunicação política visa tornar pública as ideias e as propostas tanto do governo quanto dos políticos, através da adaptação e planejamento de discursos que busquem persuadir o público (Brandão, 2009), os resultados da análise demonstram que Bolsonaro conseguiu tornar públicas suas ideias negacionistas de modo que elas passaram a ser discutidas no debate público. Embora seja impossível medir a intensidade da influência da trollagem de Bolsonaro nas pessoas, é inegável que há uma relação entre elas e o modo como muitos brasileiros se comportaram durante a pandemia. Talvez o contexto da pandemia seja a melhor demonstração de como a trollagem pode ser empregada como uma estratégia de comunicação política, pois, ao fomentar uma ideologia negacionista, parte do público brasileiro passou a concordar e defender as medidas ineficazes adotadas pelo governo federal.

Um ponto a ser destacado é que a trollagem performada por Bolsonaro não é só um ato de transgressão aos artigos da Constituição brasileira que dizem respeito à saúde do povo brasileiro, mas também pode ser vista como uma transgressão à própria política. Ao promover sua agenda política e ideológica negacionista através de suas trollagens, Bolsonaro minou a confiança da população em instituições democráticas e impregnou o debate político com ideias que impediam a deliberação política adequada sobre um assunto tão séria como a pandemia. Dessa forma, a trollagem pode ser entendida como uma estratégia política que busca desestabilizar o debate público e as relações democráticas, promovendo um ambiente de desconfiança e polarização, ou seja, a trollagem se torna uma estratégia antipolítica.

### Referências bibliográficas

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

AMARAL, Muriel Emídio Pessoa do. Jair Bolsonaro e a pandemia: notas sobre práticas idiotas. *Almanaque*, v. 5. n. 1, 2021.

AMARANTE, Erivelto. A desinformação como estratégia política: uma análise dos discursos presidenciais durante a pandemia da covid-19. *Aurora: revista de arte, mídia e política*, São Paulo, v. 14, n. 40, p. 48-67, maio 2021.

AMOSSY, Ruth. *Apologia da polêmica*. São Paulo: Editora Contexto, 2017.

AVELAR, Idelber. *Eles em nós: retórica e antagonismo político no século XXI*. 2ªed. Rio de Janeiro: Record.

BAKER, P; WHITE, A; MORGAN, R. Men's health: COVID-19 pandemic highlights need for overdue policy action. *Lancet*, 395 (10241). pp. 1886-1888, 2020.

BARBOSA DINIZ, R.; ARAÚJO MENDES, V. "Uma análise de Rede das Mídias Tradicionais e a Cobertura das eleições de 2018". *CSONline - Revista Eletrônica de Ciências Sociais*, n. 31, maio de 2020.

BISHOP, Jonathan. Representations of 'trolls' in mass media communication: A review of media-texts and moral panics relating to 'internet trolling'. *International Journal of Web Based Communities*, vol. 10, n. 1, pp 7-24, 2014.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de Comunicação Pública. IN: DUARTE, Jorge. (org.). *Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público*. São Paulo: Atlas, p. 1-33, 2009.

BRITO, Leandro Teofilo de. "Enfrentar o Vírus Como Homem e não Como Moleque": quando a masculinidade tóxica se torna genocida. *Revista Docência e Cibercultura*, [S.l.], v. 6, n. 2, p. 150-162, abr. 2022.

BROWN, A. What is so special about online (as compared to offline) hate speech?. *Ethnicities*, v. 18, n. 3, p. 297-326, 2017.

BUCHER T. Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society*, v. 14, n. 7, 2012.

BUTLER, Judith. *Lenguaje, poder e identidad*. Madrid: Síntesis, 2009.

CAPELOTTI, João Paulo. *O humor e os limites da liberdade de expressão: teoria e jurisprudência*. São Paulo: Editora Dialética, 2022.

CASARÕES, Guilherme; MAGALHÃES, David. The hydroxychloroquine alliance: how far-right leaders and alt-science preachers came together to promote a miracle drug. *Revista de Administração Pública*, v. 55, n. 1, 2021.

CHAGAS, Viktor. Digerindo o indigesto: a escatologia política do Vomitação. São Paulo: *Galáxia*, n.40, pp.41-56, 2019. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1982-25532019000100041&lng=en&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1982-25532019000100041&lng=en&nrm=iso&tlng=pt)>. Acesso em: Acesso em 5 de nov. de 202.

CHAGAS, Viktor. Dolce farmeme: a retórica da brincadeira política. Trabalho apresentado no GT de Comunicação e Política da Compós 2020. Anais da Compós 2020 - XXIX Congresso da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Campo Grande, Compós, 2020.

COLEMAN, G. Phreaks, hackers, and trolls: the politics of transgression and spectacle. In: MANDIBERG, M. *The social media reader*. New York: NYU Press, 2012.

DAHLBERG, Lincoln. Computer Mediated Communication and the Public Sphere. *Journal of Computer Mediated Communication*, v. 7, n. 1, 2001.

DE PAULA, Carolina; FERES JR, João; WARDE JR, Walfrido Jorge; VALIM, Rafael. Bolsonarismo no Brasil. Pesquisa qualitativa nacional. *IREE*. Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública. Jun 2021.

DECOOK, J. R. Trust Me, I'm Trolling: Irony and the Alt-Right's Political Aesthetic. *M/C Journal*, v. 23, n. 3, 2020.

DEVITO, M. A. From Editors to Algorithms: A values-based approach to understanding story selection in the Facebook news feed. *Digital Journalism*, v. 5, p. 1-21, 2016.

DONATH, Judith. Identity and Deception in the Virtual World. In: SMITH, Marc; KOLLOCK, Peter. *Communities in Cyberspace..* New York: Routledge, p. 29-60, 1999.

DUARTE, Daniel Edler; BENETTI, Pedro Rolo. Pela Ciência, contra os cientistas? Negacionismo e as disputas em torno das políticas de saúde durante a pandemia. *Sociologias*, v. 24, n. 60, p. 98-138, 2022.

ECKSTRAND, N. The Ugliness of Trolls: Comparing the Strategies/Methods of the Alt-Right and the Ku Klux Klan. *Cosmopolitan Civil Societies: an Interdisciplinary Journal*, vol. 10, n. 3, p 1-20, 2018.

EMPOLI, Giuliano da. *Os Engenheiros do Caos – como as Fake News, as teorias da conspiração e os algoritmos estão sendo utilizados para disseminar ódio, medo e influenciar eleições*. Tradução Arnaldo Bloch. 1ª ed. São Paulo: Vestígio, 2019.

FERGUSON, Mark A. and FORD, Thomas E.. "Disparagement humor: A theoretical and empirical review of psychoanalytic, superiority, and social identity theories" , vol. 21, no. 3, pp. 283-312, 2008. <https://doi.org/10.1515/HUMOR.2008.014>, Michel. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro, RJ: Graal, 1986.

FRAGOSO, Suely. "HUEHUEHUE eu sou BR": spam, trollagem e griefing nos jogos online. *Famecos*, Rio Grande do Sul, v. 22, n. 3, 2015.

FREITAS, Ernani Cesar de; ANTUNES, Fernando Simões; BOAVENTURA, Luis Henrique. O rei e o bobo da corte: cenografia, ethos e arquétipos no discurso presidencial. *Galáxia*, São Paulo, v. 47, 2022.

FULLER, G., WILSON, J., & MCCREA, C. Troll Theory? Issue 22: Trolls and the Negative Space of the Internet. *Fibreculture Journal*, 22, p. 1-15, 2013.

GRUDA, Mateus Pranzetti. O controverso discurso do politicamente correto: algumas considerações e desdobramentos. *Revista Brasileira de Psicologia*, Salvador, Bahia, vol. 1, n. 2, 2014.

HARDAKER, Claire. Trolling in asynchronous computer-mediated communication: From user discussions to academic definitions. *Journal of Politeness Research*, vol. 6, n. 2, pp. 215-242, 2010.

LEGMAN, Gershon. *No Laughing Matter: Rational of the Dirty Joke*. New York: Bell, 1971.

LOCKYER, Sharon & PICKERING, Michael (ed.). *Beyond a Joke: The Limits of Humour*. Nova York: Palgrave Macmillan, 2006.

MACHADO CAVALCANTE, S. A condução neofascista da pandemia de Covid-19 no Brasil: da purificação da vida à normalização da morte. *Calidoscópio*, vol. 19, n. 1, pp. 4-17, 2021.

MARWICK, Alice; LEWIS, Rebecca. *Media manipulation and disinformation online*. New York: Data & Society Research Institute, 2017.

MEDRADO, B., LYRA, J., NASCIMENTO, M., BEIRAS, A., CORRÊA, A. C. P., ALVARENGA, E. C., LIMA, M. L. C. Homens e masculinidades e o novo coronavírus: Compartilhando questões de gênero na primeira fase da pandemia. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 26, n. 1, pp. 179-183, 2021.

MEYER, John C. Humor as a Double-Edge Sword: Four functions of humor in communication. *Communication Theory*, v. 10, n. 3, p. 310-331, 2000.

MILNER, Ryan M. *The world made meme: Discourse and identity in participatory media*. Tese (Doutorado em Filosofia) - University of Kansas, Lawrence, 2012.

MOREIRA, Adilson. *Racismo Recreativo*. São Paulo: Sueli Carneiro; Editora Jandaíra, 2020.

MORRISEY, Lochlan. Trolling is a art: Towards a schematic classification of intention in internet trolling. *Griffith Working Papers in Pragmatics and Intercultural Communication*, v. 3, n. 2, p. 75-82, 2010.

MYLONAS Y, KOMPATSIARIS P. Trolling as transgression: Subversive affirmations against neoliberal austerity. *International Journal of Cultural Studies*, v. 24, n. 1, p. 34-55, 2021.

NADER, Leo. Repensando a postura da esquerda na criação do 'mito' Bolsonaro. *Justificando*, 8 ago. 2018. Disponível em: <<http://www.justificando.com/2018/08/01/repensando-a-postura-da-esquerda-na-criacao-do-mito-bolsonaro/>>. Acesso em: Acesso em 5 de nov. de 2021.

NAGLE, Angela. *Kill All Normies: Online Culture Wars from 4chan and Tumblr to Trump and The Alt-Right*. Winchester, UK; Washington, EUA: Zero Books, 2017.

NASCIMENTO, Myllena Araújo do. *Acontecimento da trollagem na ordem do discurso político brasileiro: limites entre o humor e o discurso de ódio*. Dissertação (Mestrado em Linguística). Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal da Paraíba. João Pessoa, 2022.

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

NUNES, Rodrigo. Inspirado nos EUA, Bolsonaro adota tática de troll: testar limites para ganhar visibilidade, diz filósofo. [Entrevista concedida a] Giuliana Vallone. *BBC News Brasil*, São Paulo, 22 de fev. 2020. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-51511316>>. Acesso em: 5 nov. 2021.

OLIVEIRA, Thaiane; QUINAN, Rodrigo; TOTH, Janderson. Antivacina, fosfoetanolamina e Mineral Miracle Solution (MMS): mapeamento de fake sciences ligadas à saúde no Facebook. *RECIIS*, v. 14, n. 1, p. 90-111, 2020

OLIVERIA, Bruna Silveira de; MAIA, Rousiley Celi Moreira. Redes Bolsonaristas: ataque ao politicamente correto e conexões com o populismo autoritário. *Confluências*, v. 22, n. 3, pp. 83-144, 2020.

OTT, Brian. The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. *Critical Studies in Media Communication*, n. 34, p. 59-68, 2017.

PETERS, Gabriel. Trollar até a morte: a persistência do bolsonarismo nos tempos do Corona. *Rádio Paulo Freire*, 2020. Disponível em: <<https://sites.ufpe.br/rpf/2020/04/13/trollar-ate-a-morte-a-persistencia-do-bolsonarismo-nos-tempos-do-corona/>>. Acesso em: 5 nov. 2021.

PHILLIPS, W. *This is why I can't have nice things*. Cambridge: MIT Press, 2015.

PHILLIPS, W.; BEYER, J.; COLEMAN, G. Trolling scholars debunk the idea that the alt-right's shitposters have magic powers. *VICE*, 22 mar. 2017. Disponível em: <<https://www.vice.com/en/article/pgw88g/trolling-scholars-debunk-the-idea-that-the-alt-rights-shitposters-have-magic-powers-motherboard>>. Acesso em: 2 maio 2023.

PHILLIPS, W.; MILNER, R. *The ambivalent internet*. Cambridge: Polity Press, 2017.

PHILLIPS, W. It Wasn't Just the Trolls: Early Internet Culture, "Fun," and the Fires of Exclusionary Laughter. *Social Media + Society*, v. 5, n. 3, 2019.

POSSENTI, Sírio. *Humor, língua e discurso*. Cotia, SP: Margem da Palavra, 2021.

ROCHA, Camila; SOLANO, Esther. Bolsonarismo em crise?. *Friedrich-Ebert-Stiftung Brasil*. Jun. 2020. Disponível em: <<https://brasil.fes.de/detalhe/bolsonarismo-em-crise>>. Acesso em: 24 maio 2023.

ROMANO, Aja. How the alt-right uses internet-trolling to confuse you into dismissing its ideology. *Vox*. 11 jan. 2017. Disponível em: <<https://www.vox.com/2016/11/23/13659634/alt-right-trolling>>. Acesso em 24 maio 2023.

**Dossiê Crises da democracia e desinformação: diagnósticos do tempo presente**

<https://revistaecopos.eco.ufrj.br/>

ISSN 2175-8689 – v. 26, n. 1, 2023

DOI: 10.29146/eco-ps.v26i01.28019

SANTANA, Luciana; PEREZ, Olívia Cristina; NASCIMENTO, Emerson. Pandemia, negacionismo e crise no governo Bolsonaro In: SANTANA, Luciana; NASCIMENTO, Emerson (org.). *Governos e o enfrentamento da COVID-19*. Maceió: EDUFAL, 2021. cap. 2, p. 7-25.

SANTOS, Mateus da Cunha; FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. A Disputa Pelo Poder Político em Meio à Pandemia de Covid-19: análise do confronto entre João Dória e Jair Bolsonaro. *Revista Panorama - Revista de Comunicação Social*, Goiânia, v. 10, n. 1, p. 8-13, set. 2020.

SILVA, Jéssica Fernandes da; BLEICHER, Taís. Trauma na epidemia brasileira de covid-19: contribuições a partir de Lacan, Ferenczi e Kai Erikson. *Revista Brasileira de Psicanálise*, v 54, n.3, p. 95-106, 2020.

SOUZA, Ícaro Joathan de. Bem Antes da Eleição: Uma análise da campanha permanente promovida por Bolsonaro durante a 55ª legislatura (2015-2018). In: Anais do VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VIII COMPOLÍTICA). Brasília: maio 2019.

SOUZA, P. . E daí? O sujeito fora e dentro da cena de sua fala. *Revista da Abralin*, v. 19, n. 1, p. 530-540, 2020.

TAJFEL, Henri; TURNER, John. An Integrative Theory of Intergroup Conflict. In: AUSTIN, William G.; WORCHEL, Stephen (ed.). *The Social Psychology of Intergroup Relations*. Monterey, CA: Brooks/Cole, 1979, p. 33-47.

VAN DIJK, T. A. *Discurso e poder*. São Paulo: Contexto. 2018.

XAVIER, D.R.; LIMA e SILVA, E., LARA, F.; R.R. e SILVA, G.; OLIVEIRA, MF.; GURGEL, H.; BARCELLOS, C. Involvement of political and socio-economic factors in the spatial and temporal dynamics of COVID-19 outcomes in Brazil: A population-based study. *Lancet Regional Health - Americas*, v. 10, jun. 2022.

ZAGO, Gabriela da Silva. Trolls e Jornalismo no Twitter. *Estudos em Jornalismo e Mídia*. Florianópolis, v. 9, n. 1, p. 150-163, mar. 2012.

---

### **Daniel Kei Namise** – Universidade Federal do Paraná – UFPR

Mestre e doutorando em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná. Membro do Grupo de Pesquisa em Comunicação Política e Opinião Pública (CPOP).

Email: daniel.namise@gmail.com

### **Carla Rizzotto** – Universidade Federal do Paraná - UFPR

Doutora em Comunicação. Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Comunicação e Participação Política (COMPA).

Email: carlarizzotto84@gmail.com

Dossiê **Crises da democracia e desinformação: diagnósticos do tempo presente**

<https://revistaecopos.eco.ufrj.br/>

ISSN 2175-8689 – v. 26, n. 1, 2023

DOI: 10.29146/eco-ps.v26i01.28019