

# **A amarelinha, o *Mineiraço*, Lula e Bolsonaro:**

## **Futebol, cultura e política no Brasil do século XXI**

### ***Amarelinha, Mineiraço, Lula and Bolsonaro:***

#### **Football, Culture and Politics in 21st Century Brazil**

**Paolo Demuru**

*Doutor em Semiótica pela Universidade de Bologna, Itália, e em Semiótica e Linguística Geral pela USP.*

*Professor Titular do Programa de Pós-Graduação em Letras da Mackenzie e pesquisador do Centro de*

*Pesquisas Sociosemióticas da PUC-SP.*

*Universidade Presbiteriana Mackenzie, Programa de Pós-Graduação em Letras, São Paulo (SP), Brasil.*

#### **Resumo**

O que significa o incessante retorno da camisa da seleção brasileira entre junho de 2013 e o governo de Jair Bolsonaro? Qual é o seu papel? O que o futebol tem a ver com a vida pública do Brasil no início do século XXI? Sua intervenção na recente história política e social do país limita-se à aparição da camisa da seleção e à sua apropriação pelos movimentos e partidos de extrema direita? São algumas das perguntas às quais o presente artigo procura dar uma resposta. Para tanto, a análise mobiliza o arcabouço teórico-metodológico da semiótica discursiva de Greimas e da semiótica da cultura de Jurij Lotman, combinando análises micro de textos, práticas e discursos específicos com análises macro de configurações socioculturais mais amplas e transversais, revelando os elos entre as semiosferas do futebol, da política, da mídia e da religião.

**Palavras-chave:** Futebol. Política. Semiótica. Comunicação.

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v24.ed52.2024.414>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 24, Nº 52, p.8-37, jan./abr. 2024

## Abstract

What does the incessant return of the Brazilian national team jersey between June 2013 and the government of Jair Bolsonaro mean? What is its role? What does football have to do with Brazil's public life in the early 21st century? Does its intervention in the recent political and social history of the country limit itself to the appearance of the national team jersey and its appropriation by extreme-right movements and parties? These are some of the questions that this article seeks to answer. To do so, the analysis mobilizes the theoretical-methodological framework of Greimas' discursive semiotics and Jurij Lotman's semiotics of culture, combining micro analyses of specific texts, practices, and discourses with macro analyses of broader and transversal sociocultural configurations, revealing the links between the semiospheres of football, politics, media, and religion.

**Keywords:** Football. Politics. Semiotics. Communication.

## Resumen

¿Qué significa el constante retorno de la camiseta de la selección brasileña entre junio de 2013 y el gobierno de Jair Bolsonaro? ¿Cuál es su papel? ¿Qué tiene que ver el fútbol con la vida pública de Brasil a principios del siglo XXI? ¿Se limita su intervención en la historia política y social reciente del país a la aparición de la camiseta de la selección y su apropiación por parte de movimientos y partidos de extrema derecha? Estas son algunas de las preguntas a las que este artículo busca responder. Para ello, el análisis moviliza el marco teórico-metodológico de la semiótica discursiva de Greimas y la semiótica de la cultura de Jurij Lotman, combinando análisis micro de textos, prácticas y discursos específicos con análisis macro de configuraciones socioculturales más amplias y transversales, revelando los vínculos entre las semiosferas del fútbol, la política, los medios de comunicación y la religión.

**Palabras clave:** Fútbol. Política. Semiótica. Comunicación.

## 1. Prólogo

Em junho de 2013, durante a Copa das Confederações, milhões de brasileiros saem às ruas para protestar "contra tudo" e "contra todos", para retomarmos um título do jornal *Folha de São Paulo* que se tornou emblemático do caos político-semântico que pairava sobre o país naqueles dias (FOLHA DE SÃO PAULO, 2013). Iniciadas no início de junho como gesto de oposição ao aumento das tarifas do transporte público em diversas cidades do país, as manifestações passam, no arco de uma semana, a abranger uma série nebulosa e variada de temas e reivindicações: contra o "sistema", contra a "casta", contra a corrupção, a favor da saúde e educação pública, contra a PEC (Projeto de Emenda Constitucional) 37, pelo transporte público gratuito, contra a FIFA e a construção dos estádios para a Copa do Mundo de 2014, que aconteceria dali a um ano. As principais avenidas das metrópoles brasileiras, como a Avenida Paulista, em São Paulo, são invadidas por uma multidão de bandeiras nacionais e camisas da seleção, também conhecidas como "uniforme canarinho" ou "amarelinha". Parte dos manifestantes se opõe abertamente à presença dos partidos políticos, acusando-os de quererem se apropriar dos protestos. Aos poucos, sedimenta-se a imagem de que não seria apenas uma fatia enxuta da população a protestar "contra tudo e contra todos", mas sim o Brasil inteiro, a nação toda, em uníssono. Paralelamente, afirma-se a imagem de um Brasil em crise, onde não apenas o transporte público, mas "tudo" está em colapso. Uma imagem que desmantela rapidamente a percepção do Brasil como uma "potência emergente" e "país do futuro", que caracterizou os governos do Partido dos Trabalhadores (PT), em particular os mandatos de Luiz Inácio Lula da Silva (2002-2006; 2006-2010)<sup>1</sup>.

Embora não sejam dirigidos explicitamente a ela, mas sim à casta política de modo em geral, uma das primeiras pessoas a enfrentar as consequências dos protestos de junho de 2013 é a então presidente Dilma Rousseff, eleita em 2010 pelo PT. No jogo de abertura da Copa das Confederações, Rousseff é vaiada e insultada por uma boa parte do público presente no estádio, bem como no Facebook e no Twitter. Em transmissão nacional, a Rede Globo exibe, por longos períodos de tempo, cartazes com o seguinte lema: "Estes protestos não são contra a seleção, mas sim contra a corrupção". Trata-se de uma alusão à investigação sobre o assim chamado Mensalão, no âmbito do qual membros do PT foram acusados de

---

<sup>1</sup> Sobre o papel das jornadas de junho na sociedade, na política e na comunicação política brasileira, vejam-se: NOBRE, 2013; BUCCI, 2016; SINGER, 2018. MALINI, 2016; GOMES, 2020; ALONSO, 2023; ANDRÉS, 2023.

pagar propinas a deputados e senadores de diferentes partidos em troca de votos favoráveis às leis propostas pelo governo (cf. SINGER, 2018).

No entanto, nos anos seguintes, o descontentamento com Dilma, o PT e Lula aumenta. Nas eleições presidenciais de outubro de 2014, apesar das críticas vindas de várias frentes sobre as verbas gastas para sediar, naquele mesmo ano, a Copa do Mundo, Dilma é reeleita no segundo turno com 51,64% dos votos. Logo após a publicação dos resultados, o candidato derrotado, Aécio Neves, do PSDB, questiona a vitória de Rousseff, acusando o PT de fraude eleitoral. A pedido de Neves, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) reconta os votos, mas não encontra evidências.

Com o país dividido, sem uma maioria certa no Congresso e com as suspeitas de fraude que, apesar do veredicto do TSE, continuam a cercá-la, pode-se dizer que Dilma não começa seu segundo mandato com o pé direito. Como se não bastasse, a crise econômica agrava-se, e surge, no cenário político-midiático, a Operação Lava Jato, que, a partir de março de 2014, começa a investigar um suposto esquema de propinas no centro do qual estariam o PT e a estatal petrolífera Petrobras, orgulho dos governos anteriores do partido. Em 15 de março de 2015, convocados pelos movimentos Vem Pra Rua e Movimento Brasil Livre, milhões de brasileiros vestidos, mais uma vez, com os uniformes verde-amarelos da seleção saem às ruas para protestar contra Dilma, clamando por seu impeachment. Os ventos nacionalistas que haviam surgido em junho de 2013 recomeçam a soprar com força. Como na retórica daqueles dias, é novamente o Brasil inteiro que está em revolta, desta vez não mais “contra tudo e contra todos”, mas contra inimigos específicos: Dilma, Lula e o PT. Uma imagem cuja construção se deve também, e principalmente, ao papel dos meios de comunicação brasileiros: a Rede Globo em primeiro lugar, que dá amplo destaque aos protestos, enfatizando seu caráter “espontâneo”, “patriótico” e “nacional”, como se fosse “O Brasil”, em sua totalidade e unidade, a manifestar-se contra o Partido dos Trabalhadores e seus líderes (ALBUQUERQUE, 2021).

Os protestos continuam com a mesma intensidade ao longo de todo o ano de 2015, até que, em dezembro, o então Presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, decide aceitar um dos inúmeros pedidos de impeachment apresentados pela oposição. Com o apoio da mídia, Dilma é definitivamente deposta no final de agosto de 2016, deixando o cargo para seu vice, Michel Temer, cujo partido (PMDB) votou em massa a favor do impeachment.

Enquanto isso, as investigações e os processos da Operação Lava Jato continuam, culminando, em abril de 2018, com a prisão de Lula. A sentença, proferida pelo então juiz e futuro Ministro da Justiça do governo Bolsonaro Sergio Moro, condena Lula a nove anos de prisão. A pena é sucessivamente aumentada em segunda instância para 12 anos, impedindo o líder do PT de concorrer nas eleições presidenciais previstas para novembro seguinte. Lula, que liderava as pesquisas, é então substituído por Fernando Haddad, ex-prefeito de São Paulo e Ministro da Educação de 2005 a 2012. Em segundo lugar nas intenções de voto, o deputado Jair Messias Bolsonaro começa a construir uma campanha eleitoral centrada no ódio ao PT e na continuidade entre Lula, Dilma e Haddad.

Mais do que isso, toda a sua comunicação, desenvolvida principalmente nas redes sociais e, em particular, no WhatsApp (RECUERO, 2021), baseia-se na mesma oposição entre Lula, Dilma, o PT e “O Brasil” que emergiu durante os protestos de 2015 pelo impeachment de Rousseff. Infundidos com tons verde-ouro, bandeiras e versos do hino nacional, os seus comerciais, o seu site, os seus perfis nas redes sociais e os grupos públicos de WhatsApp em seu apoio são emblemáticos da apropriação dos símbolos, das cores e do tema da nação feita por aquele que viria a ser o novo presidente. Bolsonaro passa assim a encarnar a pátria, construindo-se como o único representante legítimo do Brasil, de todo o “povo brasileiro”. O slogan de sua campanha, “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, condensa de forma clara e direta esta sobreposição total entre a figura de Bolsonaro e a da nação. Ao fazer isso, Bolsonaro traça um fio vermelho – ou seria o caso de dizer amarelo-verde – entre os protestos de junho de 2013 (nos quais as bandeiras e os uniforme da seleção começaram a simbolizar a indignação e a revolta popular contra “o sistema” e sua alma “corrupta”), as manifestações pelo impeachment de Dilma Rousseff e o “antipetismo” fomentado pelas investigações da Lava Jato contra Lula e seu partido. É assim que, incorporando a luta do Brasil contra seus inimigos, vestindo também, ele próprio, o uniforme da seleção brasileira, Bolsonaro vence as eleições presidenciais de 2018.

Mas a história não termina aí. Bolsonaro e seus seguidores continuam a usar a camisa da seleção também nos anos seguintes, durante suas manifestações habituais contra o sistema, a mídia, o distanciamento social imposto pelos governadores estaduais para lidar com a pandemia de Covid-19, o STF, entre as quais desponta aquela do dia 7 de setembro de 2021, quando Bolsonaro, temendo um novo risco de fraude nas eleições de 2022, admitiu abertamente a possibilidade de um golpe de estado.

O que significa esse incessante retorno da camisa da seleção brasileira entre junho de 2013 e o governo de Jair Bolsonaro? Qual é o seu papel? O que o futebol tem a ver com a vida pública do Brasil no início do século XXI? Sua intervenção na recente história política e social do país limita-se à aparição da camisa da seleção e à sua apropriação pelos movimentos e partidos de extrema direita? Em suma: como o futebol explica o Brasil do começo do século XXI?

Essas são algumas das questões às quais tentarei responder neste ensaio. Para fazê-lo, será necessário remontar a um evento importante, intencionalmente omitido na reconstrução feita acima: a derrota por 7 a 1 do Brasil para a Alemanha na Copa do Mundo de 2014, no estádio Mineirão, de Belo Horizonte, também conhecida como Mineiraço, um termo aumentativo que destaca a magnitude e o peso do acontecimento, vivido e experienciado como um trauma coletivo, uma verdadeira “tragédia nacional”<sup>2</sup>.

A perspectiva teórico-metodológica sobre a qual se erguem as páginas a seguir é aquela da semiótica. Ou melhor, de uma semiótica discursiva da cultura que combina análises micro de textos, práticas e discursos específicos com análises macro de configurações socioculturais mais amplas e transversais, buscando as conexões e sobreposições entre diferentes semiosferas – como futebol, política, mídia, religião –, construindo entre elas séries de relações que possam fornecer interpretações densas do fenômeno em questão<sup>3</sup>.

## 2. O Mineiraço

Às 17h do dia 8 de julho de 2014, no estádio Mineirão, de Belo Horizonte, começa a semifinal da Copa do Mundo da FIFA de futebol. Disputando o acesso à final estão, de um lado, o Brasil, país anfitrião, e, do outro, a Alemanha, ambos apontados como favoritos para a conquista do torneio. Aos 11 minutos do primeiro tempo, Müller marca o primeiro gol da partida, colocando a Alemanha na frente por 1 a 0. Klose amplia aos 23 minutos: 2 a 0. Até aqui, o curso dos eventos pode-se ainda encaixar nos roteiros de uma normal partida de futebol. O que escapa a qualquer previsão é o que acontece nos cinco minutos seguintes: domínio absoluto da Alemanha, caos do Brasil e mais três gols da seleção europeia: terceiro e quarto gols, de Kroos, respectivamente aos 24 e aos 26 minutos, e quinto gol, de Khedira, aos 29 minutos do primeiro tempo. Quatro gols em seis minutos. Placar total: Alemanha 5, Brasil 0. Tudo isso em menos

<sup>2</sup> Sobre o caráter traumático do 7 a 1 e sua descrição na imprensa, vejam-se: HELAL e LISBOA, 2016a; HELAL e LISBOA, 2016b.

<sup>3</sup> Sobre esta perspectiva, que combina semiótica discursiva e semiótica da cultura, vejam-se, em particular, GREIMAS e COURTÉS, 1979; LORUSSO, 2010; GEERTZ, 1973; LOTMAN, 1985; 1993; SEDDA, 2012.

de meia hora de jogo. Em Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil, na casa da seleção cinco vezes campeã do mundo.

Como é sabido, o jogo terminará com o resultado de 7-1 para a Alemanha. O técnico Luiz Felipe Scolari e, junto com ele, vários jogadores da seleção brasileira, diante das perguntas dos repórteres que pediam explicações sobre o que aconteceu naqueles seis minutos fatais, responderam dizendo que se tratou de algo "inesperado", um "apagão", um "pesadelo". Neymar, estrela da seleção, fora da semifinal contra os alemães devido a uma contusão em uma vértebra sofrida nas quartas de final, proferiu o seguinte veredicto: "Não há explicação, se Deus permitiu que isso acontecesse é porque mais adiante vamos sorrir" (CAMF, 2014).

Deter-me-ei adiante sobre essa referência à "vontade de Deus" e à relação entre futebol, política e religião, crucial, como pretendo mostrar, para entender a ascensão de Bolsonaro à Presidência. No entanto, para compreender plenamente as razões históricas, culturais, sociais, políticas e semióticas disso, será necessário proceder devagar, questionando, antes de tudo, o impacto daquele 7-1 na vida de um país já abalado pelos protestos de junho de 2013, os protestos contra a FIFA e as verbas públicas utilizadas para preparar-se para sediar a Copa do Mundo de 2014, as sentenças do Mensalão e as primeiras investigações da Lava Jato.

### **3. A futebolização da política**

Muitos se perguntaram se a recente história do Brasil teria sido diferente caso o Brasil tivesse vencido aquele mundial ou, pelo menos, tivesse perdido de forma digna. Dilma teria vencido as eleições de outubro de 2014 com uma margem maior? Teria tido mais apoio no parlamento? Seus índices de aprovação teriam subido? A percepção da crise teria sido menor? O impeachment teria tido o apoio político e popular que teve? E Bolsonaro?

O simples fato de perguntas como essas terem circulado no debate público é significativo da importância que o futebol tem no país. É difícil respondê-las, hoje como então. No entanto, o que se pode fazer é formular algumas hipóteses sobre o impacto do 7 a 1 na construção do sentimento de pertencimento nacional e do célebre "orgulho de ser brasileiro", expressão amplamente utilizada em

diversos campos da vida pública e privada brasileira<sup>4</sup>. E é aqui que uma abordagem semiótico-cultural pode mostrar sua valência heurística, sendo útil também para quem refletiu sobre o Mineiraço de outros pontos de vista. Pois a semiótica desloca o problema para outro plano, no qual não importam tanto as relações de causa e efeito entre o evento, os dados socioeconômicos que constituem o pano de fundo sobre o qual ele irrompe, e suas possíveis consequências, quanto as relações de significação entre as esferas discursivas dentro das quais ele se inscreve e transita. Nesse caso, o que ganha relevância, aos olhos do pesquisador, é a circulação e a tradução de valores, temas, figuras, humores e paixões no universo sociocultural, capazes de reconfigurar, a partir de novas fraturas e combinações de sentido, narrativas, práticas, identidades e sensibilidades coletivas.

Dito isso, revelo imediatamente minha hipótese. É claro que não é possível poder dizer com certeza que Dilma caiu por causa da derrota da seleção naquela semifinal nem que a eleição de Bolsonaro tenha ligações diretas e exclusivas com o 7 a 1. Como disse, vários são os fatores sociais, políticos e econômicos que levaram ao primeiro e, subsequentemente, ao segundo: investigações sobre corrupção, protestos de junho de 2013, queda do PIB devida principalmente à crise no mercado internacional de commodities, os primeiros sinais de aumento do desemprego, a incapacidade do PT de entender as novas necessidades do país, promessas eleitorais não cumpridas, bem como falhas na comunicação e nas campanhas eleitorais do partido (cf. SINGER, 2018).

No entanto, o Mineiraço parece ter desencadeado um movimento semiótico peculiar: ao se inscrever na trama desencadeada pelas manifestações de junho de 2013, o 7 a 1 contra a Alemanha parece ter favorecido a migração de práticas, discursos, afetos e paixões típicos da esfera semântica do futebol para a esfera da política. Tudo isso através da mediação das novas e velhas mídias, que contribuíram para transformar o Brasil em uma espécie de "país-estádio", onde a disputa político-eleitoral assumiu os contornos de um duelo entre torcidas.

---

<sup>4</sup> Existem vários textos, de diferentes naturezas e gêneros discursivos, que expressam abertamente o tal "orgulho de ser brasileiro". Este não é exatamente o lugar para reconstruir os caminhos históricos e semióticos desta paixão nacional. Limito-me a citar algumas referências significativas, sem alguma pretensão estatística. Na disseminação do uso do lema "orgulho de ser brasileiro" e do termo "orgulho" em associação ao amor pela pátria, por exemplo, desempenhou um papel crucial a música *Grito de guerra*, de Nelson Biasoli, cujo refrão "sou brasileiro, com muito orgulho, com muito amor", cantado, não por acaso, nos estádios durante os jogos da seleção nacional, foi entoado várias vezes por pessoas que foram às ruas em 2015 e 2016 para manifestar apoio ao impeachment de Dilma Rousseff. A este propósito, cabe lembrar que são frequentes as pesquisas dos principais institutos brasileiros que abordam a questão do orgulho nacional, tendo sido a última realizada em junho de 2020, poucos meses antes do início da pandemia de Covid-19 (PODER 360, 2020).

Retomando uma expressão já utilizada em outros contextos e ocasiões, poderíamos dizer que o Mineirão teria favorecido, ao reacender a chama dos protestos de junho de 2013, um processo de "futebolização da política brasileira" (DEMURU, 2018). Mais especificamente, o 7 a 1 parece ter deslocado para o terreno do discurso político a busca pelo sentido de pertencimento nacional que o discurso futebolístico da e sobre a seleção foi historicamente capaz de expressar e satisfazer (DEMURU, 2014). Em outras palavras, o discurso político teria fornecido matéria e substância expressiva para dar novas formas e alentos ao orgulho de ser brasileiro martirizado pelo trauma do 7 a 1.

Como todo trauma, o Mineirão coloca então o problema de sua elaboração semiótico-discursiva (cf. DEMARIA, 2012; VIOLI, 2014). Elaboração que, no caso do Mineirão, não ocorreu, nem em palavras, nem em fatos. "Não sei o que dizer", "não há explicação", repetiam Neymar e companhia comentando o 7 a 1, quase sancionando essa impossibilidade de "textualizar" o golpe sofrido. Por outro lado, deve-se lembrar que não houve redenção nem mesmo no campo de jogo: na Copa do Mundo de 2018, o Brasil foi eliminado nas quartas de final pela Bélgica, e, apesar da Copa América vencida em 2019, o trauma ainda não foi superado esportivamente (na Copa de 2022, a seleção foi também eliminada nas quartas de final, após perder nos pênaltis contra a Croácia). Pelo contrário, como estou procurando demonstrar nas páginas que compõem este ensaio, transbordou com veemência para o campo da política, através da apropriação, por parte desta última, de fórmulas narrativas e práticas semióticas típicas do universo do futebol, as quais migram de uma esfera para a outra junto a toda sua carga temática, figurativa, estética e emocional.

Esse processo de tradução semiótico-discursiva (cf. SEDDA, 2012) se deu de duas formas. A primeira tem a ver com a uniforme canarinho, que apareceu pela primeira vez nas manifestações de junho de 2013. Símbolo da brasilidade e do orgulho nacional, a camisa amarelo-verde com o emblema da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), sobre o qual estão as cinco estrelas correspondentes aos cinco títulos mundiais, ressurgiu com força durante as primeiras manifestações a favor do impeachment de Dilma, em março de 2015, apenas três meses após o início de seu segundo mandato. A partir daí, continuou a fazer parte do panorama simbólico e iconográfico da cena política brasileira, sendo elevada por Bolsonaro a uniforme oficial para seus eventos públicos.

Em outros artigos anteriormente publicados, analisei em detalhes o surgimento e o papel dos símbolos nacionais, incluindo a camisa da seleção, no processo político-midiático que levou dos protestos de 2013 à eleição de Bolsonaro (DEMURU, 2019). No entanto, fiz isso de um ponto de vista geral, que

considerava bandeira, hino, cores e uniforme da seleção como parte de um único continuum simbólico, sem adentrar nas peculiaridades, razões e lógicas de cada um. Enriquecendo o corpus e as abordagens dessa análise, gostaria, agora, de problematizar de forma mais específica o uso e as trajetórias de sentido da camisa canarinho neste mesmo percurso.

Neste sentido, de acordo com a hipótese apresentada anteriormente, parece-me possível afirmar que uma das razões pelas quais os manifestantes que saem às ruas em favor do impeachment de Dilma usam a camisa da seleção brasileira de futebol deve ser buscada exatamente no trauma do 7 a 1 e, mais especificadamente, na sua “não elaboração”. De alguma forma, o fato de que aquela bandeira reapareça nas ruas menos de um ano após a tragédia do Mineirão parece indicar um desejo reprimido e ainda não semioticamente manifestado de vingança, isto é, o desejo de jogar uma outra partida (esta não mais em um campo de futebol) e por meio dela restaurar o brilho e a dignidade do nome e da história do Brasil, uma partida pela qual a comunidade – ou melhor, uma parte do coletivo que assumiu o direito de se representar como a “nação inteira” – poderia, finalmente, voltar a se reconhecer e se orgulhar. As imagens das manifestações de 2015 publicadas nos maiores veículos de imprensa do país parecem mostrar exatamente isso (Fig. 1).

Figura 1. Homepage da *Folha de São Paulo* (15 mar. 2015)



Fonte: *Folha de São Paulo*

Visto sob esta perspectiva, não parece coincidência o fato de que a batalha entre os movimentos e partidos antipetistas e Dilma, Lula e o PT tenha sido experienciada e narrada, tanto pelos manifestantes quanto pela mídia, como uma disputa entre "O Brasil" e o PT, "O Brasil" e Dilma, "O Brasil" e Lula. (Fig. 2)

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v24.ed52.2024.414>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 24, Nº 52, p.8-37, jan./abr. 2024

"O Brasil desce às ruas contra Dilma e Lula e a favor de Moro" foi o título, por exemplo, do jornal *O Globo* em 16 de março de 2015, no dia seguinte à primeira manifestação pelo impeachment de Rousseff. Páginas e páginas de jornais, revistas, sites, perfis no Facebook e Twitter de figuras públicas a favor da queda da presidente insistiram em enfatizar essa oposição figurativa e cromática: de um lado, o verde-ouro com a camisa da seleção; do outro, os vermelhos do PT, companheiros de Lula e Dilma, narrando, de fato, a luta política pelo impeachment como se fosse uma verdadeira partida de futebol.

Figura 2. Homepage da *Folha de São Paulo* (17 abril 2016)

## DEPUTADOS AUTORIZAM IMPEACHMENT DE DILMA

MAIS DE DOIS TERÇOS DA CÂMARA DECIDEM POR ENCAMINHAR PARA O SENADO O PEDIDO DE AFASTAMENTO DA PRESIDENTE  
 ★ Agora é que vem a parte mais difícil, diz Temer ★ Saiba o que acontece agora ★ Como será no Senado? Veja placar ★ Veja frases dos deputados  
 ★ IGOR GIELOW Governo Temer começa na prática ★ Instituições mostram solidez, dizem brasilianistas ★ In English: Read About the Impeachment



Fonte: *Folha de São Paulo*

Especifica-se, assim, a relação antagonista surgida de junho de 2013, naquela época ainda ambígua. Se, naquela ocasião, o Brasil protestava "contra tudo" e "contra todos", e Dilma parecia ser uma entre muitos inimigos do povo pertencentes à classe política, agora estamos diante da identificação de uma oposição precisa entre "a nação" e seus principais "antagonistas": Dilma, Lula e o PT, acusados de terem levado o país ao colapso (SINGER, 2018). Tanto os primeiros quanto os últimos são retratados como competidores políticos apoiados por suas respectivas torcidas, que riem ou choram quando sua equipe perde ou ganha. Sob esse aspecto, até mesmo a alegria da vitória, como a capturada no site da *Folha de São Paulo* no dia em que o sim ao impeachment obteve uma esmagadora maioria na Câmara dos Deputados (Fig. 2), fortalece o quadro da calcificação da política utilizado e divulgado pelos grandes meios de comunicação.

Chegamos, aqui, à segunda forma pela qual o imaginário futebolístico e o trauma não resolvido do 7 a 1 migraram, via mídia, para o campo da narrativa política. A representação das duas equipes em campo, com suas respectivas cores e bandeiras – de um lado, os verde-amarelos a favor impeachment e, do outro, os vermelhos pró-governo – foi sendo corroborada pela disseminação de uma série de outros

temas, figuras e símbolos tipicamente futebolísticos: o incentivo à torcida por meio da ampla e detalhada cobertura das manifestações anti-Dilma (enquanto as pró-Dilma não recebiam o mesmo tratamento); o dia escolhido para a votação do impeachment na Câmara: domingo, dia historicamente reservado para partidas de futebol e para a fruição de eventos esportivos; a construção da expectativa para o jogo, que deu espaço à representação de práticas normalmente associadas à visão coletiva de jogos de futebol, como, por exemplo, o churrasco, ou seja, o churrasco brasileiro; a transmissão ao vivo que atualizava, deputado por deputado, a contagem dos votos (DEMURU, 2016).

Dito isso, o que vale a pena destacar a respeito desse segundo aspecto é o fato de que a parte política vestida com o uniforme da seleção brasileira humilhou o adversário. Não apenas o derrotou, mas o aniquilou, rindo copiosamente de sua derrocada. Imagens como aquelas mencionadas acima vão exatamente nessa direção. Assim como segue essa mesma diretriz o ódio contra Dilma, Lula e o PT que se desencadeou nas redes sociais a partir de 2015, posteriormente aproveitado por Bolsonaro em sua campanha para as eleições de 2018 (SOLANO, 2018). Isso nos remete, mais uma vez, à não elaboração discursiva do 7 a 1. Parece, de fato, que a tristeza, o ressentimento e a raiva causados pela derrota para a Alemanha escorreram, graças à mediação do discurso midiático, na esfera da política, transformando-se, como já antecipei, em desejo de revanche. Uma revanche que tinha que acontecer, e aconteceu, nas mesmas proporções da tragédia do Mineirão. Uma revanche que, para se concretizar plenamente, não poderia se limitar a uma simples vitória, mas tinha que assumir a forma de um verdadeiro aniquilamento, de uma provocação, de uma derrisão, a mesma que se espera de um torcedor.

São exatamente esses os tons que marcaram a campanha de Bolsonaro, com sua comunicação centrada nas lógicas discursivas das redes sociais, e especialmente nas práticas de *trolling* (cf. LEONE, 2020). Bolsonaro conseguiu inserir-se de maneira eficaz no quadro discursivo da “futebolização da política”, apropriando-se de seu aparato de estruturas narrativas, temas, figuras, práticas discursivas, arranjos plásticos e simbólicos, camisa da seleção em primeiro lugar. Ele retoma a oposição entre o Brasil e seus inimigos (Dilma, Lula e o PT) surgida durante as manifestações pelo impeachment da então presidente, com a irrupção da camisa da seleção e dos outros símbolos nacionais. Lembremos o slogan “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”. Bolsonaro desponta como a epítome do Brasil que luta contra seus oponentes, prometendo conduzir a nação à vitória, ao resgate, à reconquista do amor patriótico. E não apenas isso: Bolsonaro não é somente o Brasil que se vinga, mas o Brasil que aniquila e

ridiculariza o adversário, construindo e promovendo, em relação a ele, ódio, raiva, ressentimento, paixões que estão no cerne do discurso político contemporâneo (cf. MARRONE, 2021; SEDDA e DEMURU, 2019; LANDOWSKI, 2020).

Por isto Bolsonaro costumava e costuma ainda vestir, especialmente quando desce às ruas para abraçar seus apoiadores, o uniforme da seleção (Fig. 3): para reafirmar um senso de pertencimento nacional e devolver ao "povo brasileiro" o orgulho perdido. Neste sentido, pode-se dizer que a queda de Dilma e a vitória de Bolsonaro nas eleições de 2018 parecem ter preenchido o vazio causado pelo 7 a 1, construindo um discurso capaz de traduzir, no terreno da narrativa política, a necessidade de revanche e resgate emocional de uma nação esportivamente traumatizada. No entanto, o fato de Bolsonaro ter feito isso desencadeando e espalhando ódio, raiva e ressentimento é uma questão cuja análise envolve necessariamente outros aspectos, especialmente aqueles relacionados à influência das mídias sociais e suas lógicas semiótico-discursivas na comunicação política contemporânea, cujo estudo está além dos objetivos deste ensaio.

**Figura 3.** Bolsonaro na manifestação do dia 15 de março de 2020, em Brasília



Fonte: *Gazeta do Povo*

Precisemos: a leitura aqui proposta não tem a intenção de fornecer uma interpretação restrita e unívoca de como o atual cenário político brasileiro se formou, reduzindo tudo, inclusive o sucesso de Bolsonaro, ao trauma do Mineirão. Mesmo do ponto de vista semiótico, são diversas e multifacetadas as dimensões a serem consideradas se quisermos compreender os caminhos pelos quais se chegou à afirmação, no cenário político, do ex-capitão do exército brasileiro. No entanto, acredito que olhar para o 7 a 1 seja fundamental para entender esse quadro e o processo que levou ao impeachment de Dilma e à

eleição de Bolsonaro. De fato, o que se vivenciou neste lapso de tempo foi um processo de tradução entre a semiosfera do futebol e a semiosfera da política, que se deu através da mediação de uma terceira semiosfera: a semiosfera midiática, responsável pela cristalização do *frame narrativo* da “futebolização da política” aqui analisado. Neste movimento, elementos semióticos (valores, temas, figuras, símbolos como a camisa canarinho, práticas como a provocação do adversário, humores e paixões como a vergonha e a raiva causadas por uma derrota humilhante) migraram da primeira para a segunda semiosfera, encontrando um novo ambiente semiótico onde, finalmente, puderam reviver e se renovar.

#### 4. Um Messias Capitão

Para compreender a fundo o papel do futebol na eleição de Bolsonaro e na constituição de sua ideia de Brasil, bem como no ressurgimento de um sentimento de pertencimento e orgulho nacional de caráter ufanista, é necessário, contudo, ampliar o olhar e direcioná-lo para uma quarta semiosfera: a semiosfera do discurso religioso.

Assim como boa arte dos futebolistas brasileiros, Bolsonaro é evangélico. Para sermos mais precisos, Bolsonaro oficializou sua conversão ao evangelismo sendo batizado em Israel, no rio Jordão, em 12 de maio de 2016, o mesmo dia em que o Senado votou a abertura do processo de impeachment de Dilma Rousseff. Por esse motivo, sua candidatura foi apoiada por figuras como Edir Macedo, líder religioso da Igreja Universal do Reino de Deus e proprietário do Grupo Record, e Silas Malafaia, líder espiritual da Assembleia de Deus Vitória em Cristo, as duas igrejas evangélicas mais frequentadas do país sul-americano.

Alguns nomes famosos do futebol brasileiro, como Neymar, Ronaldinho, Rivaldo, Edmundo, Lucas Moura e Felipe Melo, também evangélicos, declararam seu apoio a Bolsonaro nas eleições de 2018. Ao ler suas declarações, o que fica evidente é como as figuras de Deus, Bolsonaro e do Brasil são inseparáveis. "Brasil acima de tudo, Deus acima de todos. @jairmessiasbolsonaro presidente do Brasil!! #patriaamadabrasil #obrigadojesus, #jesusemeumito" escreveu, por exemplo, Felipe Melo em 28 de outubro de 2018, quando o resultado do segundo turno já estava certo. Na mesma linha, expressaram-se, entre outros, Lucas Moura: "Que seja o início de um tempo novo e que, finalmente, nosso país comece a caminhar para uma nação justa, honesta e próspera. BRASIL ACIMA DE TUDO, DEUS ACIMA DE TODOS!!!"; Rivaldo: "Bem-aventurada é a nação cujo Deus é o Senhor (...) Parabéns, Presidente Bolsonaro, que Deus abençoe seu mandato"; Edmundo: "Bem-aventurada é a nação cujo Deus é o Senhor. Abençoa, Senhor, o

nosso Brasil"; Dagoberto: "Agora há finalmente alguém que me representa, Brasil acima de tudo, Deus acima de todos. Deus é fiel e justo". Ronaldinho, por sua vez, expressou seu apoio a Bolsonaro com uma referência genérica à necessidade de um "Brasil melhor", acompanhando o slogan de campanha do futuro presidente: "o Brasil acima de tudo, Deus acima de todos".

Assim como um Neymar que se ajoelha e levanta as mãos para o céu após marcar um gol, Bolsonaro começou seu primeiro discurso como presidente eleito com uma oração de agradecimento a Deus. Conduzida pelo senador e pastor evangélico Magno Malta, a oração é a seguinte:

Nós começamos essa aventura orando. E o movimento de Deus... Ninguém jamais será capaz de explicar... Os tentáculos da esquerda nunca teriam sido arrancados sem a mão do Senhor (...) Meu Senhor Deus e meu Pai, neste momento, somos agradecidos. Foram anos de luta, falando com o povo, pedindo a Tua proteção. Falando sobre a família, falando sobre o país, cuidando das nossas crianças. Deus na vida, Deus na vida da família, na vida do Brasil, lutando contra a corrupção, enfrentando tudo e todos. Este é um momento festivo, mas mais que isso, é um momento de gratidão (...) Devemos agradecer ao Senhor pelo que Ele fez: Ele fez Jair Bolsonaro se levantar duas vezes, porque o Senhor não permitiu que a morte o tragasse, em um momento de expectativas e sonhos do povo brasileiro (...) O Senhor ungiu Jair Bolsonaro e, a partir desta data Senhor, ela passa a ser o Presidente de todos nós, um presidente que ama a sua Pátria, um verdadeiro cristão, um patriota cheio de fé, coragem e esperança (PAIM, 2018).

Ecoando as palavras de Malta, Bolsonaro declarou, em uma entrevista concedida a Silas Malafaia em 30 de outubro de 2018, que a eleição foi muito difícil e que o resultado poderia ser explicado pela intervenção "do amor de Deus" (JANSEN e BATISTA, 2021).

Mas o que tudo isso tem a ver com a relação entre o futebol e Bolsonaro? Para responder a essa pergunta, é necessário primeiro lembrar o que foi dito no parágrafo anterior sobre o percurso que vai de junho de 2013 ao 7 a 1 contra a Alemanha de 2014, às manifestações pelo impeachment de Dilma e à campanha de Bolsonaro para as eleições de 2018.

Nas páginas anteriores, vimos como, com os protestos de 2013 e o avanço das investigações anticorrupção do Mensalão e da Lava Jato, começa a se estabelecer, no debate público brasileiro, a ideia de um Brasil à deriva, em plena crise política, econômica, social e moral. Inserindo-se nessa trajetória, a tragédia do Mineirão reforça essa percepção, dando vazão, no plano do discurso político, a desejos, impulsos e paixões coletivas que, por causa do 7-1, não conseguiram se expressar no discurso do futebol. De certa forma, é como se o Brasil daquela época tivesse perdido as rédeas de sua própria história, ou talvez até mesmo de uma história, no sentido literal e literário do termo, ou seja, de uma narrativa na qual

acreditar, com a qual se identificar e encontrar novamente sua identidade, o senso de pertencimento à pátria, seu orgulho nacional.

Se adicionarmos a isso o fato de que o Brasil viu, nos últimos 30 anos, um aumento exponencial no número de evangélicos pentecostais (QUEIROZ, 2019), bem como sua participação no debate político, especialmente nas redes sociais (CUNHA, 2019), entenderemos por que um discurso como o de Bolsonaro, permeado de tons religiosos e nacionalistas, teve o sucesso que teve. Parece que, antes mesmo do "homem forte", do "Salvador da Pátria" em carne e osso que, ungido pelo Senhor, finalmente chega para colocar as coisas em ordem, o que o Brasil precisava era exatamente da narrativa do Salvador. Trata-se de uma leitura profundamente semiótica. A figura de Bolsonaro parece ter preenchido um "lugar vazio" (cf. DELEUZE, 1994), assumindo um "papel temático"<sup>5</sup> vago, que talvez até mesmo outra pessoa pudesse ter preenchido.

É dentro deste quadro discursivo que o elogio recebido pelo técnico Tite em seu primeiro ano no comando da seleção deve ser interpretado, iniciado em junho de 2016, no meio do processo de impeachment de Dilma Rousseff. Após o Mineirão, a CBF optou por um retorno ao passado, trazendo de volta para o comando o ex-técnico Dunga, que liderou a seleção de 2006 a 2010. No entanto, Dunga não era bem-visto pelo público, tanto porque seu estilo de jogo era considerado muito rígido e quadrado, estranho à cultura e ao estilo de jogo nacional (cf. DEMURU, 2014), quanto pela performance decepcionante na Copa do Mundo de 2010, na África do Sul, onde o Brasil foi eliminado nas quartas de final pela Holanda.

Os resultados obtidos por Dunga de 2014 a 2016 não conseguem reverter a sua reputação nem o trauma do 7 a 1: o Brasil joga mal e não vence nada de minimamente importante. A má fama e a perda de confiança e afeto em relação ao treinador e à seleção continuam a se consolidar. Diante desse impasse, a CBF decide mudar: demite Dunga e anuncia Tite como novo treinador. Ex-treinador do Corinthians, que, sob seu comando, conquistou, em 2012, a sua primeira Copa Libertadores, Tite vence e convence. Desde junho de 2016, quando seu contrato foi oficializado, até o final do ano, são seis vitórias em seis jogos.

---

<sup>5</sup> Na semiótica narrativa de Greimas, o conceito de "papel temático" diz respeito às expectativas que giram em torno de papéis histórica, social, cultural e discursivamente sedimentados, como "o guerreiro", "o médico", "o professor", "o espião", "o jogador de futebol", "o presidente" e assim por diante (cf. GREIMAS e COURTÉS, 1979).

Liderando seu grupo nas eliminatórias para a Copa de 2018, o Brasil parece ter reconquistado um pouco de seu antigo esplendor.

Neste momento, acontece algo semanticamente peculiar, que também está relacionado à sobreposição entre as semiosferas do futebol e da política. Nas redes sociais, alguém começa a sugerir Tite como Presidente da República Brasileira (GLOBO ESPORTE, 2016). Em março de 2017, uma pesquisa lhe atribui 15% das intenções de voto (FERNANDEZ, 2017). Ele pede para acabar com a "brincadeira". Diz que a política "é algo sério", que essa história de candidatura à presidência o deixa desconfortável e que "sua missão é outra" (ESPN, 2017).

Eis que irrompe, aqui, o tema do "lugar vazio", do papel temático do "Salvador da Pátria" que permaneceu vago, ao qual me referi anteriormente. É exatamente esse o "buraco" que o discurso místico-futebolístico-patriótico de Bolsonaro vai preencher. O vazio em que penetra o slogan "Brasil acima de tudo, Deus acima de todos" não é apenas um vazio de representação política, mas um verdadeiro "vazio narrativo", com fronteiras muito mais amplas.

Para entender completamente a magnitude da jogada de Bolsonaro, vale a pena analisar seus nomes e apelidos e o uso que foi feito deles, que estão diretamente ligados a esse vácuo. Ora, o nome completo de Bolsonaro é Jair Messias Bolsonaro. Messias. Aquele que, no Antigo Testamento, é "ungido pelo Senhor", "o unguido por excelência, enviado pelo Senhor como rei e Salvador do povo escolhido" e, figurativamente, "salvador ou libertador enviado por Deus, a pessoa da qual se espera que, implementando mudanças políticas e sociais profundas, possam vir tempos novos e felizes", como lembra a Enciclopédia Treccani (MESSIA, s/d). Em várias ocasiões, Bolsonaro mesmo brincou, mas não tão pouco, sobre o papel e o destino conferidos por seu nome. No dia de Páscoa de 2020, por exemplo, o presidente comparou sua sobrevivência ao atentado sofrido em Juiz de Fora em 6 de setembro de 2018, durante a campanha eleitoral, com a ressurreição de Cristo. Em um encontro com líderes religiosos brasileiros: "quero dizer algo, já que estamos falando de ressurreição. Eu não morri, mas estive perto (...) E então aconteceu outro milagre: eu não tinha o perfil para ser presidente. Eu não tinha chance de vitória. Eu nem tinha um partido até março de 2018" (CANAL GOV, 2020).

Quanto aos seus apelidos, dois são os epítetos a serem observados com atenção. O primeiro é "capitão". Ex-capitão do exército, Bolsonaro costuma utilizar, ao lado daqueles religiosos, um léxico e uma

narrativa tipicamente militares, transpondo metaforicamente a figura do comandante que lidera suas tropas para a comunicação política. Uma estratégia não nova, mas que assumiu, no caso de Bolsonaro, um peso relevante, especialmente diante do fato de que um líder forte, tanto no campo político quanto no campo do futebol – como o caso do Tite nos ensina –, era exatamente do que se sentia falta.

O segundo é "Mito", termo repetidamente usado pelos seguidores de Bolsonaro para se referir ao seu líder. É claro, "mito" é principalmente usado como sinônimo de "estrela", "celebridade", para afirmar que Bolsonaro seria "O Cara". No entanto, se quisermos captar completamente as suas potencialidades e nuances, é também imprescindível considerar um outro importante sentido da palavra: aquele antropológico-semiótico, que relewa o mito como uma narrativa capaz de fornecer uma explicação de uma determinada situação e, paralelamente, responder a necessidades mais profundas de compreensão do mundo, como nos ensinaram Lévi-Strauss, Dumezil, Greimas, entre outros.

Nesta ótica, bem antes de ser candidato, Bolsonaro emergiu e se afirmou no cenário não apenas político, mas sociocultural brasileiro como um "mito" no sentido etimológico da palavra: "palavra", "narrativa". Uma narrativa certa. Ou melhor, "a narrativa certa no momento certo". Uma narrativa eficaz. Eficaz porque capaz, com suas referências ao universo simbólico cristão-futebolístico-militar, e especialmente à figura do Salvador da Pátria, de preencher um vazio narrativo. Eficaz porque conseguiu, como o mais clássico dos discursos mitológicos, relacionar diferentes campos da cultura e da sociedade – política, futebol, religião, entre muitos outros – fornecendo uma explicação da conjuntura histórico-política coerente e emocionalmente atraente para as massas. Eficaz porque capaz, como o mito, de unir a comunidade toda sob a sua história.

## **5. Todas as camisas do ex-presidente**

A propósito do preenchimento de lacunas e da ocupação de posições narrativas diversas, há outro aspecto da persona pública de Bolsonaro que está relacionado ao futebol e ao modelo de Brasil que é preciso considerar. Trata-se do uso constante, por parte do ex-presidente, não apenas da camisa da seleção brasileira, mas também de outras camisas de clubes de futebol brasileiros, desde os mais célebres e seguidos, como Palmeiras, Flamengo, Botafogo, até outros menores e menos conhecidos, que competem em divisões inferiores, como Remo e Paysandu, as duas equipes de Belém do Pará.

Antes de Bolsonaro, nenhum presidente havia vestido, por sua própria vontade e em ocasiões não oficiais, uma quantidade tão diversa de uniformes. Como calculou o pesquisador Victor de Leonardo Figols (PANTOLFI, 2020), em dezembro de 2020, Bolsonaro havia usado 81 uniformes diferentes (Fig. 4). Por quê? O que ele pretende comunicar com esse desfile? E o que isso tem a ver com sua narrativa política, ou melhor, antipolítica?

**Figura 4.** Os uniformes de Bolsonaro



**Fonte:** <https://www.uol.com.br/esporte/reportagens-especiais/bolsonaro-ja-exibiu-81-camisas-de-clubes-de-futebol-especialistas-apontam-uso-politico-/#page10>

Antes de tudo, por trás dessa estratégia, está um objetivo preciso: unir discursivamente o país. Vestindo as camisas de clubes menores, muitas vezes de cidades pequenas e médias do interior do Brasil ou das periferias metropolitanas, Bolsonaro dá voz e visibilidade, trazendo-as para o palco da cena político-midiática, a realidades geralmente esquecidas, que não costumam ter espaço nas mídias e no debate público. Por outro lado, essa operação produz um vínculo entre “pedaços” muito diferentes e distantes do Brasil, inscrevendo-os, ao mesmo tempo, em um “todo” solidário: a nação brasileira.

Estamos, portanto, diante de dois tipos de relações semióticas: uma relação horizontal, que une as partes entre si, e uma conexão vertical, que as une à totalidade que as engloba. Um jogo de encaixes e encadeamentos entre o local e o global que encontra no uso das camisas de futebol uma expressão específica, capaz de reafirmar, em diferentes escalas, o sentido de pertencimento à nação.

Em segundo lugar, o uso dessas camisetas reforça uma das características distintivas do discurso de Bolsonaro: sua suposta "simplicidade" e "autenticidade", outro pilar da retórica dos líderes populistas contemporâneos (MOFFIT, 2016).

Sabe-se que vestir a camisa do time pelo qual se torce é uma prática comum no Brasil, não apenas quando se reúne para assistir a um jogo no estádio ou na televisão, mas também em outras ocasiões banais da vida cotidiana. Uma prática "comum", "ordinária", que reafirma, através de uma dimensão somática e emocional baseada no ato de vestir um símbolo socialmente compartilhado, o pertencimento do indivíduo a um coletivo (TOLEDO, 2019).

Ao renovar e dar prestígio institucional a um gesto realizado diariamente por milhões de brasileiros, Bolsonaro parece se colocar no mesmo nível que eles. Mais do que isso: não há, entre ele e seus seguidores, entre ele e o "povo" (com todas as aspas do caso), nenhuma solução de continuidade. O que se percebe é um reflexo mútuo, a simulação de um corpo a corpo estético que contagia (LANDOWSKI, 2014; 2020). Bolsonaro é o povo, e o povo é Bolsonaro. De certa maneira, pode-se dizer que Bolsonaro é, ao mesmo tempo, "todos" e "ninguém". Ele é uma figura "anônima", no sentido de que não apresenta traços distintivos, características que o diferenciem do "homem comum" (SEDDA e DEMURU, 2020). Ele é um líder genuíno e banal (BARTEZZAGHI, 2021), um homem qualquer, que se veste, come, acessa suas redes sociais como todo mundo cotidianamente faz. Um brasileiro "normal", que, aos domingos, se senta diante da televisão para assistir a seu time jogar.

Por fim, a coleção de camisas bolsonaristas revela e corrobora uma outra característica do discurso do ex-presidente brasileiro: a identidade fluida e vaga de Bolsonaro e do Brasil por ele discursivamente arquitetado. Como bom populista, Bolsonaro constrói a ideia de povo e nação "significantes vazios" (LACLAU, 2005), nos quais valores, temas, figuras, atores, tempos e espaços diferentes podem assumir identidades diferentes. O Brasil de Bolsonaro, assim como o próprio Bolsonaro, podem ser tudo ao mesmo tempo. Neles, convivem valores, identidades e funções heterogêneas e até mesmo contraditórias: Palmeiras e Corinthians, Flamengo e Fluminense, governo e oposição, sistema e antissistema. Na narrativa bolsonarista sobre o Brasil, coexistem e podem coexistir facetas opostas, cuja coexistência se torna (aparentemente) pacífica graças ao uso "simbólico", no sentido atribuído ao termo por Umberto Eco (1984), dos emblemas nacionais. Nesses casos, quando bandeiras, hinos ou a camisa da seleção são usados desta forma, o símbolo passa a responder a uma "necessidade de controle social": uma autoridade

carismática "polariza, em reverência ao símbolo, conflitos e contradições, porque no conteúdo nebuloso do símbolo as contradições (podendo todas conviver) de alguma forma se compõem." (ECO, 1984, p. 240). É isso que faz Bolsonaro com seu desfile de uniformes: manifesta abertamente suas contradições internas, mostra como elas, quando necessário, por razões estratégicas, podem conviver, compor um cenário heteróclito, onde até o impossível (como ser ao mesmo tempo Flamengo e Fluminense) se torna possível.

## 6. Um campo de disputas

Em novembro de 2022, após uma campanha construída, mais uma vez, em torno da oposição entre "O Brasil" e os "inimigos da nação" (Lula e o PT), Jair Bolsonaro perde, no segundo turno, as eleições presidenciais, obtendo 49,10% dos votos, contra 50,90% de seu adversário. Assim como na campanha de 2018, o PT, cujo candidato, na época, era o ex-prefeito de São Paulo Fernando Haddad, os opositores de Bolsonaro travaram uma batalha para se reapropriar da bandeira e das cores nacionais. Peças publicitárias, posts no Facebook, no Twitter e no Instagram, vídeos no TikTok adquirem tonalidades explicitamente verde-amarelas. No entanto, o plano não tem o êxito desejado. A operação é vista e apontada, pelo campo bolsonarista, como uma tentativa hipócrita e malsucedida de "saque narrativo".

Durante os meses que precederam o voto, o uniforme da seleção nem sequer entra nessa disputa, sendo percebido como uma propriedade exclusiva da direita antipetista. Trata-se de uma percepção tão enraizada na opinião pública nacional e internacional que até a FIFA, em uma exposição temporária realizada em seu museu de Zurique em janeiro de 2024, exibiu o uniforme canarinho com a seguinte legenda: "Nos últimos anos, o distintivo amarelo e verde do uniforme do Brasil tem se confundido com a política, já que a camisa foi apropriada por apoiadores do ex-presidente de extrema direita Jair Bolsonaro" (TRINDADE, 2024).

Todavia, após a eleição, em ocasião da estreia da seleção na Copa do Mundo de 2022, realizada pela primeira vez no mês de novembro – devido às condições climáticas do Qatar, país organizador –, Lula volta a vestir a "amarelinha". Em um post publicado na rede social Instagram no dia 24 de novembro de 2022, no qual aparece ao lado da primeira-dama, Janja, o presidente eleito afirma: "Orgulhoso de vestir a camisa verde e amarela outra vez e de assistir aos jogos da nossa Seleção. Parabéns aos nossos jogadores. Depois de 20 anos, vamos conquistar o Hexa".

Tanto a imagem quanto a legenda fazem parte de uma campanha mais ampla, que visa a reapropriação do símbolo. No site de Lula, é possível baixar um arquivo para imprimir uma camiseta personalizada da seleção. Em negrito, encontra-se, antes das instruções para realizar o *download*, a seguinte chamada: “Faça sua camisa verde e amarelo para torcer pelo Brasil na Copa com Lula”. Mais abaixo, um texto explicativo:

Somos um povo de garra, raça e determinação e o verde e amarelo é a nossa cor! A esperança, a coragem e a disposição de correr atrás do que queremos e trazer alegria para o povo é o que nos une. O Brasil do Futuro está chegando, e é hora de a gente encher o peito de orgulho e torcer desde já pelo nosso país. Por isso, baixe e confeccione a sua camisa verde e amarela e vamos torcer pelas conquistas do Brasil na Copa do Mundo e com Lula presidente! A gente quer unir esse país e trazer de volta o que faz da gente brasileiro, com muito orgulho, com muito amor. A gente quer o fim do ódio, da divisão, quer abraçar a família, os amigos e celebrar o Brasil do Futuro que vem aí. A paixão pelo futebol nos une, e as conquistas estão apenas começando! Para ter o uniforme da nossa seleção, faça o download do arquivo abaixo. Procure um serviço especializado na sua cidade para confeccionar a sua camisa da Copa. Agora é só estufar o peito de orgulho e torcer pelas conquistas do Brasil, na Copa e com Lula presidente! (FAÇA SUA CAMISA VERDE E AMARELO PARA TORCER PELO BRASIL NA COPA COM LULA, 2022, negrito original)

Emerge, aqui, o tema do orgulho de ser brasileiro anteriormente discutido. Diferentemente do discurso bolsonarista, que associou a camisa da seleção a uma ideia vaga e monolítica de “cidadão de bem” e ao antagonismo explícito com “o mal” representado por todos aqueles que não compactuavam com seus valores, aquele de Lula opta por tons inclusivos. Não é presente, no texto acima, nenhuma oposição nítida, nenhum “contra”, apenas “paras”. O uniforme aparece como um símbolo de “ligação” e “união” (“A gente quer o fim do ódio, da divisão, quer abraçar a família, os amigos e celebrar o Brasil do Futuro que vem aí. A paixão pelo futebol nos une...”).

Além disso, Lula destaca sua paixão pelo futebol, procurando se apropriar não apenas do emblema da seleção, mas também da prática esportiva como um todo. Conforme prossegue o texto do site:

O futebol é uma das maiores paixões do presidente eleito Luiz Inácio Lula da Silva. Em 15 de maio de 2003, ainda em seu primeiro mandato como presidente da República, Lula sancionou a Lei nº 10.671/03, chamada de Estatuto do Torcedor, um marco na defesa da transparência e no combate à violência nos estádios brasileiros. Em dezembro passado, em sua participação no PodPah, um dos maiores podcasts do Brasil, Lula falou de sua paixão pelo futebol e como participou da fundação de um time de várzea quando morava na Vila Carioca, em 1962. O time foi batizado de Náutico Futebol Clube, em homenagem ao Náutico pernambucano, terra de Lula. O presidente eleito conta que era um excelente ponta-direita. “Um Kaká”, em suas próprias palavras. Lula também já sonhou em ser jogador de futebol. Fato é que ele continua batendo um bolão dentro e fora dos campos, mesmo aos 77 anos (FAÇA SUA CAMISA VERDE E AMARELO PARA TORCER PELO BRASIL NA COPA COM LULA, 2022).

Com essas palavras, a comunicação de Lula procura mostrar como o futebol não é “propriedade exclusiva” de nenhuma parte política. O então presidente eleito do Brasil joga futebol desde criança. Era, aliás, um excelente ponta direita, como Kaká. A referência ao ex-jogador do São Paulo e do Milan não é casual. Pelo contrário, ela pode ser vista como uma tentativa de aproximar, de modo implícito e sutil, a figura de Lula ao mundo evangélico, do qual Kaká sempre foi um expoente de ponta. Mais do que isso. Lula não se limita a vestir a camisa da seleção: ele se empenha em primeira pessoa pela promoção e pela salvaguarda da cultura futebolística brasileira, como demonstra a promulgação da lei do assim chamado “Estatuto do Torcedor”.

No entanto, essa jogada não foi suficiente para firmar, no imaginário coletivo, o vínculo entre Lula, a camisa de seleção e o amor à Pátria. Após a derrota eleitoral de 2022, Bolsonaro e seus seguidores continuaram a exibir publicamente o uniforme. Os terroristas que depredaram os palácios das instituições do estado brasileiro, em Brasília, em 8 de janeiro de 2023, vestiam, em boa parte, a “amarelinha”. Diante da gravidade dos eventos, a CBF chegou a se manifestar contra o uso da camisa: “A camisa da seleção brasileira é um símbolo da alegria do nosso povo. É para torcer, vibrar e amar o país. A CBF é uma entidade apartidária e democrática. Estimulamos que a camisa seja usada para unir e não para separar os brasileiros” (BONIN, 2023).

Em fevereiro de 2024, Jair Bolsonaro, investigado, ao lado de outros integrantes de seu governo, por sua participação direta na organização de um Golpe de Estado, publica, no Instagram, um vídeo no qual convoca uma manifestação em sua defesa e em defesa do Estado Democrático de Direito. Mais uma vez, o ex-capitão aparece vestindo a camisa da seleção. A peça está associada aos termos “Deus”, “Pátria”, “Família” e “Liberdade”, que despontam no texto do post. Reforça-se, assim, o vínculo entre as esferas discursivas do futebol, da religião e da política que analisamos nas páginas precedentes. Mais especificamente, em termos semióticos, a camisa da seleção age como um “conector de isotopias” (cf. GREIMAS e COURTÉS, 1979), isto é, um “pivô” em torno do qual giram os temas e os valores mobilizados pelo bolsonarismo. Quem veste a camisa da seleção é patriota, cristão e preza pela família (tradicional) e a liberdade.

Muito poderia ser dito sobre essa disputa. No entanto, há um ponto que a perspectiva semiótica adotada neste ensaio pode evidenciar. Trata-se da relação entre a camisa da seleção e os valores a ela atrelados, bem como da “imagem” da nação que ela encarna. No caso de Bolsonaro, o uniforme da CBF

funciona como um “símbolo neutralizador”, em que as diferenças sociais, culturais e econômicas que caracterizam a sociedade brasileira são apagadas. Em nome da nação “verde e amarela”, a diversidade constitutiva do povo brasileiro é suprimida. O que prevalece e tem que prevalecer é sempre e simplesmente o “todo”. Um todo indistinto no qual as partes não podem falar por si, mas apenas pela globalidade que as acolhe. “A minha cor é a cor do Brasil”. Era esse o lema de Hélio Lopes, conhecido como “Negão Bolsonaro”, para promover sua candidatura a deputado. Um mote que resume bem o processo de ocultamento da diversidade operada pelo populismo de extrema direita. Na direção oposta àquela traçada pelos movimentos que lutaram, ao longo dos anos de 2010 e 2020, contra o racismo e por uma maior visibilidade e presença de pessoas pretas no poder público e na sociedade, Hélio Lopes eclipsa sua cor e a história de opressão e resistência que ela encarna. O preto é escondido. Mais do que isso: ele só pode existir se se confundir com as cores do Brasil, com o verde-amarelo da camisa da seleção.

No caso de Lula, a camisa da seleção contribui para corroborar um discurso que projeta o Brasil como um termo semântico complexo (cf. GREIMAS e COURTÉS, 1979), que responde a uma lógica oposta àquela da neutralização operada por Bolsonaro. Na comunicação do presidente eleito em 2022, o uniforme, assim como as cores do Brasil, torna-se um espaço simbólico que promove, multiplica e acolhe o diverso enaltecendo sua diversidade. Nele, as alteridades não se confundem em uma globalidade nebulosa e hierarquicamente superior (a “Pátria”), mas convivem entre si mantendo suas especificidades. É o que se viu na cerimônia de posse de Lula, realizada em Brasília em 1 de janeiro de 2023. Ali, a ideia de um Brasil como rede de alteridades em conexão ganhou corpo tanto no discurso pronunciado pelo presidente eleito quanto no ritual de passagem da faixa presidencial. Na ausência de Bolsonaro, ex-presidente – que, como de praxe, deveria cumprir essa tarefa –, foram oito integrantes do povo brasileiro a entregar a faixa para Lula. Entre eles estavam o Cacique Raoni, líder indígena Kayapó, e Aline Sousa, mulher negra, catadora de recicláveis. Uma escolha que valoriza e destaca a diversidade social e cultural do país, reconhecendo que a construção do povo e do Estado brasileiros deve levar em consideração as múltiplas vozes presentes na sociedade. Nesse sentido, a cerimônia da posse do presidente Lula pode ser compreendida como um ritual que reforça a ideia de um povo brasileiro plural, cujas diferenças são valorizadas e consideradas fundamentais para a construção de um projeto coletivo inclusivo e democrático. Em Lula, a camisa da seleção, bem como o futebol de modo geral – o futebol “raiz”, como mostra a referência ao time de várzea da Vila Carioca de 1962, que ele contribuiu a fundar –, serve exatamente para esse escopo.

## Conclusões

Não encontrando uma elaboração discursiva adequada em nenhum campo da vida e da cultura brasileira, a névoa de ódio, raiva e ressentimento desencadeada pelo 7 a 1 encontra uma válvula de escape na esfera da política. A partir dos primeiros meses de 2015, com as primeiras manifestações pelo impeachment de Dilma Rousseff, emerge, no debate público, uma oposição fundamental: aquela entre o "povo brasileiro" e "Dilma, Lula e o PT", acusados de terem conduzido a nação à deriva. Neste embate, representando o "Brasil", desponta a camisa da seleção brasileira de futebol. Na transição do futebol para a política, os meios de comunicação de massa desempenham um papel central, funcionando como plataforma discursiva mediadora, capaz de traduzir elementos de um para o outro, e vice-versa.

Bolsonaro intercepta esse furacão de emoções, figuras, símbolos e valores coletivos. Ele veste o uniforme amarelo e se apropria dos símbolos nacionais, construindo uma narrativa de salvação que vincula junho de 2013 aos movimentos pelo impeachment de Rousseff e à sua candidatura. Uma narrativa capaz de elevá-lo ao epítome da nação. Capaz de preencher, para aqueles que a ela aderem, o vazio deixado pelo 7 a 1.

A camisa da seleção torna-se, sucessivamente, um campo de disputa narrativa. Nela, são projetadas, por cada uma das partes políticas, imagens diversas de "povo" e "nação", conforme apresentado na seção anterior.

Neste ensaio, procuramos reconstruir este percurso, mostrando como o olhar semiótico pode ser útil, por um lado, para compreendermos a dinâmica de circulação de valores entre esferas discursivas diversas e, pelo outro, para desvendarmos as lutas que são travadas em torno dos símbolos nacionais. Símbolos cuja identidade, é bom lembrar, nunca é dada ou definitivamente garantida.

**Paolo Demuru**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1559-9530>

*Universidade Presbiteriana Mackenzie, Programa de Pós-Graduação em Letras, São Paulo (SP), Brasil*

*Doutor em Semiótica pela Universidade de Bologna, Itália, e em Semiótica e Linguística Geral pela USP*

*E-mail: [paolo.demuru@mackenzie.br](mailto:paolo.demuru@mackenzie.br)*

Recebido em: 8 de março de 2024.

Aprovado em: 12 de abril de 2024.

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v24.ed52.2024.414>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 24, Nº 52, p.8-37, jan./abr. 2024

**Referências:**

ALBUQUERQUE, Afonso de. The two sources of the illiberal turn in Brazil. **The Brown Journal of World Affairs**, v. 27, p. 127-144, 2021.

ALONSO, Angela. **Treze**. São Paulo: Companhia das Letras, 2023.

ANDRÉS, Roberto. **A razão dos centavos**. São Paulo: Companhia das Letras, 2023.

BARTEZZAGHI, Stefano. **Banalità: luoghi comuni, semiotica, social network**. Milano: Bompiani, 2019.

BONIN, Robson. O recado da CBF sobre os usos da camisa da seleção por terroristas. **Revista Veja**, 9 jan. 2023. Disponível em: [https://veja.abril.com.br/coluna/radar/o-recado-da-cbf-sobre-o-uso-da-camisa-da-selecao-por-terroristas#google\\_vignette](https://veja.abril.com.br/coluna/radar/o-recado-da-cbf-sobre-o-uso-da-camisa-da-selecao-por-terroristas#google_vignette). Acesso em 28 fev. 2024.

BUCCI, Eugenio. **Forma bruta dos protestos**. São Paulo: Companhia das Letras, 2016.

CAMF, Wayne. **Para Neymar não existe explicação para o 7 a 1 : “foi um apagão”**. YouTube, 10 jul. 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JCKKz12n9QQ>. Acesso em 26 fev. 2024.

CANAL GOV. Celebração de Pascoa no Palácio da Alvorada. Canal Gov, 12apr. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yoULwu1diHw>. Acesso em 23 fev. 2024.

CUNHA, Magali. Os processos de midiatização das religiões no Brasil e o ativismo político digital evangélico. **Revista Famecos**, v. 26, n. 1, pp. 1-20, 2019.

DELEUZE, Gilles. **Lógica do sentido**. Trad. de Luiz Roberto Salinas Forte. São Paulo: Perspectivas, 1994.

DEMARIA, Cristina. **L'archivio, il trauma e il testimone: la semiotica, il documentario e la rappresentazione del reale**, Bologna: Bononia University Press, 2012.

DEMURU, Paolo. **Essere in gioco. Calcio e cultura tra Brasile e Italia**. Bologna: Bononia University Press, 2014.

DEMURU, Paolo. La crisi brasiliana spiegata con il calcio. **Doppiozero**. 4 mai. 2016. Disponível em: <https://www.doppiozero.com/la-crisi-brasiliana-spiegata-con-il-calcio>. Acesso em 16 fev. 2024.

DEMURU, Paolo. Entre vagueza e futebol: Esboços para uma semiótica da comunicação política no Brasil. In: OLIVEIRA, Ana Claudia de (org). **Semiótica do Social**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2018.

DEMURU, Paolo. Simboli nazionali, regimi di interazione e populismo mediatico: prospettive sociosemiotiche. **Estudos Semióticos**, v. 15, n. 2, 2019.

ECO, Umberto. Il modo simbolico. In: **Semiotica e filosofia del linguaggio**. Torino: Einaudi, 1984.

ESPN. Tite pede fim da brincadeira sobre candidatura à presidência do Brasil. “Fico desconfortável”. ESPN, 19 mai. 2017. Disponível em: [http://www.espn.com.br/noticia/696295\\_tite-pede-fim-das-brincadeiras-sobre-candidatura-a-presidencia-do-brasil-fico-desconfortavel](http://www.espn.com.br/noticia/696295_tite-pede-fim-das-brincadeiras-sobre-candidatura-a-presidencia-do-brasil-fico-desconfortavel). Acesso em 24 fev. 2024.

FAÇA SUA CAMISA VERDE E AMAARELO PARA TORCER PELO BRASIL NA COPA COM LULA. **Lula**, 2022. Disponível em: <https://lula.com.br/camisa-da-copa-torcer-com-lula/>. Acesso em 29 fev. 2024.

FERNANDEZ, Martin. Pesquisa: 15% votariam em Tite se ele fosse candidato a presidente do Brasil. **Bastidores FC**, 28 mar. 2017. Disponível em: <https://ge.globo.com/blogs/especial-blog/bastidores-fc/post/pesquisa-15-votariam-em-tite-se-ele-fose-candidato-presidente-do-brasil.html>. Acesso em 23 fev. 2024.

FOLHA DE SÃO PAULO. Milhares vão às ruas “contra tudo” e “contra todos”. **Folha de São Paulo**, edição impressa, 18 jun. 2013.

GEERTZ, Clifford. **The Interpretation of Cultures. Selected Essays**. New York: Basic Books, 1973.

GLOBO ESPORTE. Tite é exaltado pela FIFA e vira até candidato a presidente em memes.

GOMES, Wilson. **Crônica de uma tragédia anunciada: como a extrema direita chegou ao poder**. Salvador de Bahia: Sagga Editora, 2020.

GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. **Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage**. Paris: Hachette, 1979.

HELAL, Ronaldo; LISBOA, Fábio Aguiar. Uma derrota para se guarda na memória. Um estudo das narrativas jornalísticas sobre o 7 a 1 da Copa de 2014. **Alceu**, [S.L], v. 16, n. 32, p. 5-20, 2016a. Disponível em: <https://revistaalceu.com.puc-rio.br/alceu/article/view/145>. Acesso em: 26 fev. 2024.

HELAL, Ronaldo; LISBOA, Fábio Aguiar. Do Maracanazo ao Mineiraten: um estudo a partir das narrativas da imprensa na Copa de 2014. **Logos**, v. 23, n. 1, 2016b. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/19332>. Acesso em: 26 fev. 2024.

JANSEN, Roberta; BATISA, Renata. Bolsonaro diz que eleição não foi fácil e pode ser explicada pelo amor de Deus. Estado de São Paulo, 3 nov. 2018. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,bolsonaro-diz-que-eleicao-nao-foi-facil-e-pode-ser-explicada-pelo-amor-de-deus,70002583067>. Acesso em 22 fev. 2024.

LANDOWSKI, Eric. **Les interactions risquées**. Limoges, 2005.

LANDOWSKI, Eric. **Passions sans nom**. PUF, 2004.

LANDOWSKI, Eric. Crítica semiótica do populismo. **Galáxia**, n. 44, 2020.

LACLAU, Ernesto. **On populist reason**. London: Verso, 2005.

LOTMAN, Jurij M. **La semiosfera. L'asimmetria e il dialogo nelle strutture pensanti**. Venezia: Marsilio, 1985.

LOTMAN, Jurij M. **La cultura e l'esplosione**. Venezia: Marsilio, 1993.

LORUSSO, Anna Maria. **Semiotica della cultura**. Roma: Laterza, 2010.

MALINI, Fabio. Um método perspectivista de análise de redes sociais: cartografando topologias e temporalidade em rede. **Anais do XXV Encontro anual da Compós**, Goiânia: Universidade Federal de Goiás, 2016.

MESSIA. Treccani. Vocabolario online, s/d. Disponível em: <https://www.treccani.it/vocabolario/messia/>. Acesso em: 24 fev. 2024.

LEONE, Massimo. Il linguaggio del trolling. Ingredienti semiotici, cause socioculturali ed effetti pragmatici. **Rivista italiana di filosofia del linguaggio**, ago. 2020. Disponível em: <http://rifl.unical.it/index.php/rifl/article/view/574>. Acesso em 23 fev. 2024.

MARRONE, Gianfranco. Rancore al potere. **Doppiozero**. 31 ago. 2018. Disponível em: <https://www.doppiozero.com/rancore-al-potere>. Acesso em 30 jan. 2024.

MOFFITT, Benjamin. **The global rise of populism. Performance, political style and representation.** Stanford: Stanford University Press, 2016.

NOBRE, Marcos. **Choque de Democracia: razões da revolta.** São Paulo: Companhia das Letras, 2013.

PODER 360. 67% têm orgulho de ser brasileiro, diz Datafolha. **PODER 360**, 2020. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/pesquisas/67-tem-orgulho-de-ser-brasileiro-diz-datafolha/>. Acesso em 26 fev. 2024.

PAIM, Juliano. Oração da vitória. Presidente Jair Bolsonaro e Senador Magno Malta. Presidente Brasil 2018. **YouTube**, 28 out. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=x8vwX3XIHvI>. Acesso em 23 fev. 2024.

PANTOLFI, Sergio. Jogo de poder. UOL, 9 dez. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/reportagens-especiais/bolsonaro-ja-exibiu-81-camisas-de-clubes-de-futebol-especialistas-apontam-uso-politico-/#page3>. Acesso em: 23 fev. 2024.

QUEIROZ, Christina. Fé pública. **Pesquisa FAPESP**. Edição 286, dez. 2019. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/fe-publica/>. Acesso em 23 fev. 2024.

RECUEIRO, Raquel. Discursive strategies form disinformation on WhatsApp and Twitter during the 2018 Brazilian presidential election. **First Monday**, v. 26, pp. 1-17, 2021.

SEDDA, Franciscu. **Imperfette traduzioni. Per una semiopolitica delle culture.** Roma: Nuova Cultura, 2012.

SEDDA, Franciscu & DEMURU, Paolo. La rivoluzione del linguaggio socialista: umori, rumori, sparate e provocazioni. **Rivista Italiana di Filosofia del Linguaggio**, v. 13, n. 2, 2019.

TOLEDO, Luiz Henrique de. (In)Vestindo camisas de futebol: moda e agência na produção das emoções torcedoras. **Dobras**, v. 12, n. 27, pp. 32-46, 2019.

TRINDADE, Luciano. Museu da FIFA diz que camisa da seleção foi “apropriada” por apoiadores de Bolsonaro. **Folha de São Paulo**, 31 jan. 2024. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2024/01/museu-da-fifa-diz-que-camisa-da-selecao-foi-apropriada-por-apoiadores-de-bolsonaro.shtml>. Acesso em 28 fev. 2024.

VIOLI, Patrizia. **Il trauma, lo spazio, la storia.** Milano: Bompiani, 2014.

*Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution Non-Commercial (CC-BY-NC 4.0), que permite que outros remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho para fins não comerciais, e embora os novos trabalhos tenham de lhe atribuir o devido crédito e não possam ser usados para fins comerciais, os usuários não têm de licenciar esses trabalhos derivados sob os mesmos termos.*