

**Política e futebol não se discutem? Efeitos de sentidos e a ressignificação da camisa da seleção brasileira como simbologia política**

**Politics and soccer can't be discussed? Effects of meaning and the re-signification of the Brazilian national team shirt as political symbolism**

Islan Lisboa da Silva<sup>1</sup>  
Universidade Federal de Alagoas

**Resumo**

Este artigo tem como objetivo principal analisar o uso da camisa da seleção brasileira de futebol, como um símbolo, inicialmente dos protestos de direita e na atualidade como um uniforme tido como característico dos apoiadores da extrema-direita e dos seguidores do ex-presidente Jair Messias Bolsonaro. Buscaremos por meio de imagens que circulam na internet, resgatadas com o intuito de, sob a perspectiva da Análise do Discurso e da Semiótica, analisar aquilo que subjaz ao fio discursivo e os efeitos de sentido extralinguísticos oriundos da associação de duas extremidades inusitadas: política *versus* futebol, na qual a primeira é representada pela polarização entre os simpatizantes das correntes de esquerda e os outros que representam a direita e a extrema direita na política partidária brasileira.

**Palavras-chave**

Efeitos de sentido. Análise do discurso. Semiótica

**Abstract**

This article analyzes the use of the Brazilian national soccer team's shirt as a symbol, initially of right-wing protests and currently as a uniform seen as characteristic of far-right supporters and followers of former president Jair Messias Bolsonaro. We will use images circulating on the internet, retrieved with the aim of analyzing, from the perspective of Discourse Analysis and Semiotics, what underlies the discursive thread and the extralinguistic effects of meaning arising from the association of two unusual extremities: politics versus soccer, in which the former is represented by the polarization between supporters of left-wing currents and others who represent the right and extreme right in Brazilian party politics.

**Keywords**

Effects of meaning. Discourse analysis. Semiotics

---

<sup>1</sup> Doutorando em Linguística pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL). E-mail: [islanlisboa@yahoo.com.br](mailto:islanlisboa@yahoo.com.br), ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7279-9972>

## Introdução

Discutiremos neste artigo, à luz da Análise do Discurso (AD) e da Semiótica, como a polarização oriunda da conjuntura política no Brasil tem suscitado diversos pontos de tensão. Dentre eles, o uso da camisa verde e amarela da Seleção Brasileira de Futebol (SBF, doravante), ressignificada como um uniforme para expressão de protestos pelos integrantes/simpatizantes de direita. Assim sendo tentamos elucidar, conforme Hjelmslev que define como função semiótica, a junção de duas grandezas: conteúdo e expressão, posto que “uma expressão só é expressão, porque é expressão de um conteúdo, e um conteúdo só é conteúdo porque é conteúdo de uma expressão”. (2006, p. 54).

Para ilustrar nossa argumentação nos valem de imagens de domínio público, retiradas do banco de imagens do Google, mostrando essa ressignificação *conteúdo e expressão - símbolo e signo*, e os possíveis efeitos de sentidos imbricados nesta associação. Sobre a noção de signo, Bakhtin/Volochinov (2004) assevera que:

Um produto ideológico faz parte de uma realidade (natural ou social) como todo corpo físico, instrumento de produção ou produto de consumo; mas, ao contrário destes, ele também reflete e refrata uma outra realidade, que lhe é exterior. Tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, tudo que é ideológico é um signo. Sem signos não existe ideologia (Bakhtin/Volochinov, 2004, p. 31).

Diante dessa contextualização buscaremos entender, no fio discursivo, que tipos de significados um emissor transmite a seu destinatário, quando vai protestar, uniformizado com a camisa verde-amarela da SBF. Significados estes, imbricados de subentendidos e/ou pressupostos. A diferença entre esses dois conceitos é explicada por Ducrot: “a pressuposição é parte integrante dos sentidos dos enunciados. O subentendido, por sua vez, diz respeito à maneira pela qual esse sentido deve ser decifrado pelo destinatário”. (1987, p. 41).

E ainda, como preconiza a AD, quais ideologias esses sujeitos evocam, discursivamente, quando se utilizam de um símbolo que representa orgulho nacional (e o patriotismo, por conseguinte), visto nas ruas com mais frequência em épocas de jogos de futebol durante a Copa do mundo.

Assim, relembramos a célebre frase do literato inglês, Samuel Johnson, quando dizia que “*o patriotismo é o último refúgio do canalha*” e observamos que com a ascensão do ex-presidente Jair Messias Bolsonaro ao Palácio do planalto no ano de 2018, com o *slogan* “O Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, foi provocando um forte sentimento nacionalista entre seus adeptos que se vestem e ornamentam as fachadas de suas casas, com as cores da bandeira nacional.

Mesmo quando este bordão (“emprestado” de outro país) invoca, a despeito de tal sentimento, a memória da campanha nazista alemã, à época da Segunda Guerra Mundial.

*Deutschland über alles*<sup>2</sup>, conforme a versão eletrônica da revista Carta Capital (2018), é um dos versos da canção nacionalista *Das Lied der Deutschen*<sup>3</sup>, composta August Heinrich Hoffmann em 1841. Hitler, consoante a revista, seria um fã declarado da canção. Quanto ao ex-presidente Bolsonaro, além de um discurso anticorrupção, sua proposta de governo propunha, dentre outras coisas, o resgate de valores conservadores, pautados pela tríade “religião, pátria e família”.

## Fundamentação teórica

Para tal empreitada, buscamos *a priori* a fundamentação na Análise do Discurso para tentarmos compreender e analisar a relação dos sentidos diversos, conforme as premissas da AD, e examinar para que interdiscursos esses sentidos apontam. Especificamente, tomamos como recorte o momento sócio-histórico de polarização político-partidária no Brasil, e nesse bojo, as ideologias ali imbricadas no acontecimento discursivo. Para caracterizar nosso objeto, apoiamo-nos em Courtine (2009) quando instrui que

O discurso, como objeto, deve ser pensado em sua especificidade. A adoção de um ponto de vista *especificamente discursivo* deve evitar, se é verdade que no discurso se estabelece uma determinada relação entre o linguístico e o ideológico, reduzir o discurso à análise da língua ou dissolvê-lo no trabalho histórico sobre as ideologias; porém, deve levar em conta a materialidade discursiva como objeto próprio [...] (Courtine, 2009, p. 31). Grifos do autor.

Igualmente, procuramos também o aporte teórico nos conceitos da semiótica, pois se faz necessário enxergar, para além dos sentidos, os fatores extralinguísticos nesta breve análise. Fatores como o uso das cores nacionais, presentes na camisa da SBF, que evocam um sentimento de paixão pela pátria, ou ainda “amor à camisa”, expressão usual entre os torcedores mais aficionados pelo futebol. Assim, tal paixão pode ser utilizada como uma ferramenta de convencimento. Para respaldar essa visão lembramos o que nos fala Charaudeau (2009) ao asseverar que:

Conseqüentemente, os argumentos usados para convencer o outro estão relacionados à razão e paixão, e ainda mais, com *ethos* e *pathos*, bem como com o *logos*, uma vez que o objetivo do discurso é fazer o outro acreditar em algo, de maneira que este último esteja em posição de acreditar<sup>4</sup>. (Charaudeau, 2009, p. 281)

Maingueneau (2008, p. 14), por sua vez, ao versar sobre estes pressupostos da *Retórica* e da *Política* aristotélica, nos esclarece que estes três conceitos de argumentação poderiam ser

---

<sup>2</sup> Alemanha acima de tudo.

<sup>3</sup> A canção dos alemães.

<sup>4</sup> Tradução nossa, grifos do autor.

descritos como *logos*, os argumentos imbricados, *pathos* as paixões envolvidas, mobilizando a afetividade do destinatário, e *ethos* o caráter do orador e as condutas envolvidas na argumentação.

No que tange às paixões, sabe-se que o futebol está para parte significativa do povo brasileiro, assim como o carnaval está para a outra (ou ambas) parte. O clima de copa do mundo, de rivalidade entre países, ocasiona um envolvimento de cores, de sons, de pinturas que parecem tribais, além dos próprios gritos de guerra. Tal qual se vê em campanhas políticas, constitui um movimento que demanda de seus aficionados, o emprego do corpo todo, conforme Greimas e Fontanille (1993, p.19): “[...] o desdobramento da figuratividade, o caráter ‘representacional’ de toda manifestação passional, em que o corpo afetado, torna-se, graças ao seu poder figurativo, o centro de referência da encenação passional inteira”.

## Política e futebol entram em campo

Um dos pontos de cizânia (conectando esses polos) foi o uso da camisa canarinho da SBF, que começou a ser utilizada nos protestos de março de 2015 contra o governo da então Presidenta da República Dilma Rousseff (Partido dos Trabalhadores). À época, sua gestão enfrentou graves crises políticas e econômicas.

Conforme Jinkings (2016, p. 12), tal crise no governo da petista, se estabeleceu após sua reeleição em 2014, quando: “abandonou suas promessas de campanha e adotou o programa de seu oponente, Aécio Neves [...]. Aos poucos, a base social tradicional do Partido dos Trabalhadores (PT) que garantira a vitória da candidata Dilma Rousseff se afastou do governo, abrindo caminho para uma ofensiva crescente da direita”. Além disso, as revelações trazidas à baila pela Operação Lava Jato divulgaram supostos casos de corrupção em seu partido que, no auge de sua impopularidade, chegou a atingir o índice de 67% de rejeição, conforme pesquisas da época<sup>5</sup>.

Aproveitando-se desses protestos e ainda sob alegação de violação de leis orçamentárias, conhecidas como “pedaladas fiscais”, parlamentares votaram e aprovaram o *impeachment* de Rousseff no ano de 2016, após o então Presidente da Câmara de Deputados Federais, Eduardo Cunha (PMDB), acatar a denúncia do suposto crime. O desenrolar dessa crise culminaria em um processo de polarização política no país.

Para que exista rivalidade, logicamente, é necessário que existam ao menos dois grupos/clubes/equipes. Assim, um simpatizante/torcedor opta por identificar-se com um dos lados e finda por antipatizar com o outro e, por conseguinte, este sentimento às vezes estende-se também aos apoiadores adversários.

No entanto, tal rivalidade é deixada de lado em um campeonato mundial de futebol que aglutina todas as torcidas em uma só, para torcerem pela seleção de seu país. Nessa

---

<sup>5</sup> Dados divulgados pelo Instituto de pesquisas Datafolha, em 21/12/2015.

ocasião, o uniforme de suas agremiações desportivas regionais costuma dar lugar à camisa da equipe que representa toda a nação. Sobre o uniforme da Seleção, versaremos na próxima seção.

## Segundo tempo: origem do “manto sagrado” canarinho

Para os que desconhecem, ou não se ocupam em torcer por times de futebol, aos uniformes é dado, por seus entusiastas, um cunho quase místico, sendo chamados inclusive de “manto sagrado”. Para ressaltar essa importância, por eles atribuída, assim afirmava o escritor, jornalista e teatrólogo Nelson Rodrigues<sup>6</sup> em uma de suas crônicas sobre o futebol:

Para qualquer um, a camisa vale tanto quanto uma gravata. Não para o Flamengo. Para o Flamengo a camisa é tudo. Já tem acontecido várias vezes o seguinte: - quando o time não dá nada, a camisa é içada, desfraldada, por invisíveis mãos. Adversários, juízes, bandeirinhas, tremem, então, intimidados, acovardados, batidos. Há de chegar talvez o dia em que o Flamengo não precisará de jogadores, nem de técnicos, nem de nada. Bastará à camisa, aberta no arco. E diante do furor impotente do adversário, a camisa rubro-negra será uma bastilha inexpugnável (Rodrigues, 1993, p. 52).

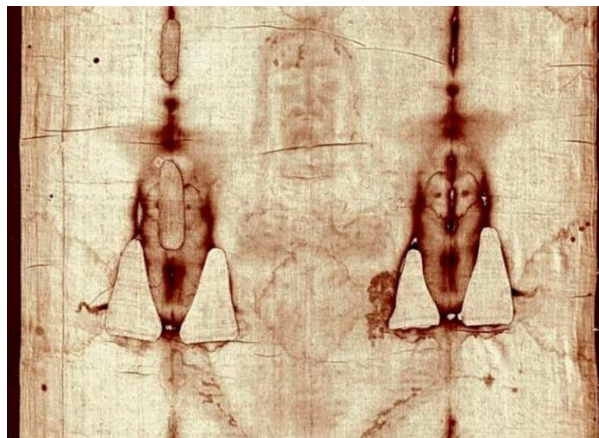
No que tange à terminologia “manto sagrado”, tal expressão, conforme o sítio eletrônico *Infobae* (2020), evoca o ideário religioso, posto que assim também é chamado o “Santo sudário”, guardado na catedral da cidade de Turim, no norte da Itália.

Trata-se de um tecido mortuário, confeccionado em linho, no qual ficaram gravados sinais do corpo de um homem de barba e braços cruzados, além das marcas deixadas por múltiplos ferimentos em seu corpo (figura 01). Tal tecido, conforme a tradição cristã, teria possivelmente<sup>7</sup> envolto o corpo de Jesus de Nazaré após a sua crucificação.

---

<sup>6</sup> Crônica publicada originalmente em 1955 na revista *Manchete Esportiva* e compilada em um livro, por Ruy Castro em 1993.

<sup>7</sup> Conforme a página eletrônica *Superinteressante* (ibidem), a autenticidade desse tecido ainda é um assunto controverso e tal discussão foge de nosso escopo.

**Figura 01: O Sudário de Turim**

Fonte: Superinteressante, 2020

Assim, o “manto sagrado” alviverde, principal uniforme da equipe do Brasil, fora criado em 1953 pelo escritor, jornalista e desenhista Aldyr Garcia Schlee que venceu, entre duzentas outras ideias, o concurso de um jornal da época para mudar a cor da camisa da seleção, que até então era branca.

Na atualidade, seu uso foi vinculado a pautas que vão de encontro ao preconizado pela Constituição brasileira, como o pedido de intervenção militar, dentre outras questões que fogem da finalidade esperada, que é torcer pelo time nas partidas da SBF contra seleções de outros países. De acordo com Guedes & Da Silva (2019), a SBF aos poucos popularizou o uso da bandeira e, por conseguinte, as cores dela representadas na camisa. A campanha vitoriosa na década de 1970, que conferiu ao Brasil o título de tricampeão mundial de futebol, fez com que o orgulho nacional e o sentimento patriota se manifestassem através das cores do manto canarinho.

### **Substituição: o “mito” é o novo titular**

Quando fora esfaqueado durante sua campanha eleitoral à Presidência da República em 2018, o capitão reformado Jair Messias Bolsonaro trajava uma camiseta amarela, e enquanto este ainda convalescia em um hospital, um de seus filhos, Flávio Bolsonaro, lançou um vídeo de uma camisa amarela (figura 2), com os dizeres “MEU PARTIDO É O BRASIL”, com letras verdes que remetem à Bandeira Nacional e com a palavra “BRASIL” escrita ao redor de um rasgo manchado de sangue, em alusão à facada recebida por seu pai.

Ao unirmos a construção semiótica da imagem ao efeito de sentido que se produz a partir da frase em letras garrafais, os sentidos que deslizam desse discurso apontam para a



mensagem de que só existe um partido que representaria legitimamente os cidadãos brasileiros, sendo esse o próprio “Brasil”. E quem não faz parte dele, não poderia ser considerado um patriota.

Tal mensagem está aliada à apropriação desse sentimento e, sobretudo, das cores pátrias, como forma de mesclar (e embutir) uma ideologia político-partidária com aquilo que representaria aspectos de uma identidade nacional.

**Figura 2: Meu partido é o Brasil**



Fonte: Site notícias Uol 2018.

Assim, o atentado fora transformado em mote eleitoral, evocando o sentimento de nacionalismo e despertando paixão em seus mais ferrenhos seguidores e quiçá, buscando simpatia de quem ainda não o era. Assim, de forma análoga ao final de uma copa do mundo, o ex-capitão fora eleito, para delírio de seus seguidores que trajando verde e amarelo, comemoravam nas ruas.

Semelhante às querelas do mundo futebolístico, convencionou-se criar alcunhas pejorativas<sup>8</sup> (Palmeiras = porcos, Corinthians = gambás, Vasco da Gama = bacalhau, Flamengo = urubus, Fluminense = pó de arroz), para designar apoiadores/eleitores do presidente Jair Bolsonaro (bolsominions) e os apoiadores/membros do Partido dos Trabalhadores (petralhas).

Para estes últimos, coube ao jornalista Reinaldo Azevedo (VEJA, Blog Reinaldo Azevedo. 2016) cunhar o neologismo “*Petralha*”. Um amálgama da sigla do partido fundado pelo ex-presidente Luís Inácio Lula da Silva com *Irmãos Metralha*, nome de uma série de histórias em quadrinhos e de desenhos animados da *Walt Disney Company*. Nela, os personagens compõem uma família de criminosos que estão sempre tentando roubar o cofre do milionário *Tio Patinhas*.

Já o termo *bolsomínion* é formado pela junção das primeiras cinco letras do sobrenome *Bolsonaro* com o nome *Minion*. Os Minions são personagens de uma animação, da *Universal Studios*, oriundos da franquia de filmes *Meu Malvado Favorito* (2010, 2013, 2017) além de uma aventura solo (2015). Aqui, as atrapalhadas criaturas são descritas como lacaios, asseclas que

<sup>8</sup> Conforme a plataforma online colaborativa Cifra Club, 2023.

estão sempre à procura de um mestre do mal, para servir. Sendo o personagem *Gru*, este mestre, pois

Para eles, que se configuram como súditos fiéis, ter um patrão mau (o pior) a quem servir compõe o sentido de sua existência. Se eles não têm um “malvado favorito” que lhes escraviza, adoecem mentalmente pela ausência de servidão, como ocorre nas animações (em especial, em *Mínions*, 2015). Gru é, para eles, mais do que um patrão que ordena e explora: Gru é o que permite que eles sejam (e continuem a ser) *mínions* (De Paula; De Oliveira, 2020, p. 02).

Para a construção da imagem do personagem “bolsomínion”, e as materialidades discursivas advindas de tal arquétipo, retomamos a explicação de Maingueneau (*op. cit.*): o *Logos* seria a postura subserviente desses personagens, servindo de argumento para o convencimento dessa alcinha, independentemente do caráter e da conduta moral de seu líder, chamado por eles de “mito”, configurando o *Ethos*, portanto. Quanto ao lugar do *Pathos*, as paixões mobilizadas por essa característica, se originariam por meio da chacota com o outro, comum entre as torcidas de futebol.

## Apito final: análise e resultados

Figura 3: Protestos de 2015



Fonte: Galeria de imagens do Google

Manifestações antigovernamentais tomaram as ruas em vários estados do país. Esses manifestantes trajavam-se com a camisa da SBF ou de vestes com as cores da Bandeira Nacional. Pinto (2017, p. 119) apresenta uma contribuição interessante, sobre os protestos de 2013 e 2014, quando versa sobre o uso dos símbolos nacionais nas manifestações, sinalizando “um deslocamento discursivo em uma direção conservadora”, a despeito do discurso progressista que ecoava desde a redemocratização, em manifestações de rua.

Outra peculiaridade que também conecta estes polos (futebol e política) foi a utilização de um personagem-símbolo. Essas figuras são comuns no universo futebolístico e, assim sendo, tal “time” também adotou uma mascote: um pato amarelo. Em contrapartida,



na contenda pela ressignificação de enunciados, com o *slogan* “com medo de vestir a amarelinha na Copa do Mundo e ser confundido com pato paneleiro? (O povo online, 2018)”, uma designer recria o uniforme da SBF na cor vermelha.

**Figura 4: Pato da FIESP**



Fonte: Site Poder360

Essa mascote fora confeccionada para a campanha “Não vou pagar o pato”, em setembro de 2015, lançada pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp). Conforme Perrin (2018, p. 06), “a Fiesp é a maior entidade de classe industrial do Brasil, representando cerca de 130 mil empresas”. À época, a entidade contratou uma banda de fanfarra para executar o Hino Nacional e uma empresa de infláveis para distribuir<sup>9</sup> cerca de 20 000 balões em forma de pato, para os manifestantes presentes no evento na Avenida Paulista, no centro da cidade de São Paulo-SP.

**Figura 5: Protestos de 2016<sup>10</sup>**



Fonte: Galeria de imagens do Google

Observando-se ainda a figura acima, e os efeitos de sentidos oriundos desta, provavelmente um estrangeiro poderia pressupor tratar-se da imagem de mais uma partida

<sup>9</sup> Fonte: <https://veja.abril.com.br/brasil/fiesp-distribui-20-000-patos-inflaveis-na-paulista>

<sup>10</sup> Mesmo estando em domínio público, optamos por desfocar a imagem.

da SBF, captada no ato de um gol ou como forma de motivação ao time. Consoante Pontes-Ribeiro (2021), paulatinamente foi se vivenciando no país, tal qual se vê nas partidas de futebol entre clubes com rivalidade histórica, um clima de “nós x eles”, haja vista que

As eleições presidenciais passaram a ser o ponto nevrálgico mirado por ambos os lados (“nós” e “eles”) para o estabelecimento legítimo de uma nova ordem. Treze (!) candidatos foram confirmados pelas convenções partidárias à Presidência da República. O líder disparado para vencer essas eleições, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, é preso e condenado por corrupção, sendo impedido, portanto, de disputar o pleito e substituído por aquele que seria o seu vice, Fernando Haddad (Pontes-Ribeiro, 2021, p. 862).

Ao unir política e futebol, essa tendência fez com que apoiadores e opositores levassem esse entusiasmo ao extremo, inundando redes sociais e outros tipos de mídias com *memes* e provocações, inclusive em diferentes línguas (figura 6a em espanhol e figura 6b em francês).

“Nossa bandeira jamais será vermelha” é uma das materialidades discursivas produzidas por esses apoiadores, como alusão às cores do comunismo e do Partido dos Trabalhadores (PT). O “temor” da ameaça comunista não é um discurso novo. Souza & Braga (2021) nos lembram que no período entre 1964 e 1985, durante o regime militar, havia uma “busca por legitimação político-ideológica (p. 08)” e o combate ao comunismo era um dos alvos da ditadura.

O discurso nacionalista da época citada buscava promover o que eles chamavam de *patriotismo*, exaltando as cores da bandeira, além dos símbolos nacionais.

Figura 6a em francês e 6b em espanhol



Fonte: montagem galeria de imagens do Google

A figura 6b (imediatamente acima) nos remete ao título do conhecido quadro do pintor surrealista belga, René Magritte, *Ce n'est pas une pipe*<sup>11</sup>, uma forma de opacificar a polissemia e afastar os sentidos outros, acentuando que a camisa utilizada, indica a paixão pela SBF e não a qualquer tipo de predileção político-partidária, expressa pelos dizeres “Isso não é uma camisa de bolsominion”<sup>12</sup>.

Tal prática, explicitada nas figuras geminadas 6a e 6b, nos rememoram o que Ricoeur (2005, p. 17) nomina de “intenção desejante”, realizada quando aquele que fala “tem a intenção de que o outro saiba que ele tem a intenção de”, em outras palavras, a intenção imbricada nesses dizeres é a de passar a mensagem de que quem está ali, com a camisa da SBF, é um torcedor e não um possível apoiador da extrema-direita, reafirmado na figura abaixo (05), cujo trecho informa: “Só estou torcendo pro jogo do Brasil”, para tentar dicotomizar futebol/política

**Figura 7: Tentativa de dicotomizar futebol e política**



Fonte: galeria de imagens do Google

A imagem mostrada na figura 7 exhibe a tentativa de um torcedor de deslocar (ou realocar) o sentido produzido pelo momento histórico, vivido na contemporaneidade no cenário brasileiro. Quanto a estas questões, para a tentativa de (re)significar uma imagem, Neiva (1993, p. 29) pondera que [...] para entender a imagem é preciso considerá-la não apenas em sua dimensão presente de uso, mas a partir de sua perspectiva histórica, devemos examinar criticamente os pressupostos das teorias de cunho histórico.

É justamente o complexo momento histórico contemporâneo, de polarização político-partidária que abarca disputas por símbolos nacionais, que nos provocou as reflexões apresentadas ao longo deste artigo. Percorremos esse caminho buscando lançar sobre as imagens analisadas, o olhar do analista do discurso, para que este aponte significados outros que poderiam se perder no tempo, caso mudem as condições de produção que suscitaram as materialidades discursivas aqui apresentadas.

<sup>11</sup> Isso não é um cachimbo.

<sup>12</sup> Tradução nossa para as versões escritas em espanhol e em francês.

## Considerações Finais

Retomamos o que fora postulado por Hjelmlev (2006, p. 54), em nossa introdução: “uma expressão só é expressão, porque é expressão de um conteúdo, e um conteúdo só é conteúdo porque é conteúdo de uma expressão”. Assim, com base na flexão do linguísta dinamarquês, percebemos que no simbólico que é a camisa da seleção brasileira de futebol (a expressão), submetida pelas condições de produção da época, passou a subjazer (e também conter) um discurso-outro. De antemão justificamos a utilização do termo “também”, entre parênteses, por entender que esse discurso aponta para outros sentidos.

Ademais, tal fato findou por ressignificar um objeto, saltando aos olhos de um observador mais atento, os sentidos nele produzidos, fazendo-se necessária a intervenção do linguístico, como forma de compreensão desse momento sócio-histórico em que um *uniforme*, de uma equipe desportiva nacional, converteu-se também em um *uniforme* de protestos de grupos da extrema-direita. Grupo esse que procura provocar através dos efeitos de sentidos advindos do uso da camisa da SBF, que se mostra como uma “metonímia para a Bandeira Nacional” nas palavras de Souza & Braga (2021, p. 09), um sentimento de união, de aglutinação das massas, pelo que julgam ser uma causa patriótica.

Aqui corroboramos Guedes & Da Silva (2019, p. 82) ao denominar de “segundo sequestro do verde e amarelo”<sup>13</sup>, posto que as cores e os símbolos, enquanto nacionais, pertencem a toda a nação, um discurso que esbarraria no óbvio, se não fosse o momento de expropriação e ressignificação de tais símbolos representados no traje da SBF, por uma parcela dessa mesma nação que se identifica com o pensamento exacerbado dos que se posicionam à direita.

Se antes valia a máxima popular de que política e futebol não se discutiam, agora uma parte dos brasileiros procura, forçosamente, uma forma apartidária de exercer sua paixão nacional, (para não ser confundido com um manifestante nacionalista) quer seja recorrendo em tempos de copa ao uniforme azul (adotado na copa de 1950), ou procurando deixar seu posicionamento político-partidário claro, como estampado na figura 7.

## Referências

BAKHTIN, Mikhail; VOLOCHINOV, Valentin Nikolaevich. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 2004.

CHARAUDEAU, Patrick. **La argumentación persuasiva. El ejemplo del discurso político**. Haciendo discurso. Homenaje a Adriana Bolívar, p. 277-295, 2009.

---

<sup>13</sup> O primeiro sequestro, ainda conforme Guedes & Da Silva (2019, p. 76), teria sido feito pelos militares na ditadura, posto que detinha o monopólio dos símbolos nacionais, determinando onde, quando e de que forma esses símbolos poderiam ser utilizados.

COURTINE, Jean-Jacques. **Análise do discurso político**: discurso comunista endereçado aos cristãos. EdUFSCar, 2009.

DE PAULA, Luciane; DE OLIVEIRA, Natasha Ribeiro. Minions nas telas e bolsominions na vida: uma análise bakhtiniana. **Letrônica**, v. 13, n. 2, p. e36198-e36198, 2020.

DUCROT, Oswald. **O Dizer e o dito**. Tradução de Eduardo Guimarães. Campinas (SP): Pontes, 1987.

GUEDES, Simoni Lahud; DA SILVA, Edilson Márcio Almeida. O segundo sequestro do verde e amarelo: futebol, política e símbolos nacionais. **Cuadernos de Aletheia**, n. 3, p. 73-89, 2019.

GREIMAS, Algirdas Julien; FONTANILLE, Jacques. **Semiótica das paixões**. São Paulo: Ática, v. 57, n. 73, p. 100, 1993.

HJELMSLEV, Louis. **Prolegômenos a uma teoria da linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 2006.

JINKINGS, Ivana. Apresentação: O golpe que tem vergonha de ser chamado de golpe. In: SINGER, André. et al. **Por que gritamos golpe? :para entender o impeachment e a crise política no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2016.

MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do ethos. **Ethos discursivo**. São Paulo: Contexto, p. 11-29, 2008.

NEIVA, Eduardo. Imagem, história e semiótica. **Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material**, v. 1, p. 11-29, 1993.

O POVO ONLINE. Designer cria camisa vermelha da Seleção Brasileira para pessoas de esquerda. **O povo online**, 11 de abril, 2018. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/esportes/futebol/2018/04/designer-cria-camisa-vermelha-da-selecao-brasileira-para-pessoas-de-es.html>. Acesso em: 23 de novembro. 2023

PERRIN, Fernanda F. O voo do pato: a atuação política da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo durante os governos Dilma Rousseff (2011-2016). **Anais [...]**. Seminário Discente da Pós-Graduação em Ciência Política da USP, VIII, 2018.

PINTO, Céli Regina Jardim. A trajetória discursiva das manifestações de rua no Brasil (2013-2015). **Lua Nova**, São Paulo, n. 100, p. 119-153, 2017.

PONTES-RIBEIRO, Dulce Helena. Estudo semiótico do slogan da campanha bolsonarista: Brasil acima de tudo, Deus acima de todos. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 7, n. 6, p. 843-872, 2021.

RICOEUR, P. **Discours et communication**. In: Cahiers de l'Herne-Paul Ricoeur. Paris, 2005.

RODRIGUES, Nelson. **À sombra das chuteiras imortais**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.

SOUSA, Jacyane Dantas; BRAGA, Amanda Batista. Da política e do esporte: a bandeira brasileira e as rupturas discursivas da identidade nacional. **Entrepalavras**, v. 11, n. 2, 2021.