

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE HISTÓRIA
COORDENAÇÃO DOS CURSOS DE HISTÓRIA

DIÉSSIKA COSTA SILVA

**ARTIFÍCIOS DA POLÍTICA: A UTILIZAÇÃO DA BANDEIRA NACIONAL NAS
CAMPANHAS ELEITORAIS DE 2018 E 2022**

UBERLÂNDIA
2023

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
INSTITUTO DE HISTÓRIA
GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

DIÉSSIKA COSTA SILVA

**ARTIFÍCIOS DA POLÍTICA: A UTILIZAÇÃO DA BANDEIRA NACIONAL NAS
CAMPANHAS ELEITORAIS DE 2018 E 2022**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia, como exigência para a obtenção dos títulos de Licenciatura e Bacharelado em História.

Orientador: Prof. Dr. Gilberto César de Noronha

UBERLÂNDIA
2023

DIÉSSIKA COSTA SILVA

**ARTIFÍCIOS DA POLÍTICA: A UTILIZAÇÃO DA BANDEIRA NACIONAL NAS
CAMPANHAS ELEITORAIS DE 2018 E 2022**

Banca Examinadora

Prof. Dr. Gilberto César de Noronha - Orientador

Prof. Dr. Guilherme Amaral Luz

Prof. Ms. Flávio Junio Neres Muniz

Agradecimentos

Escrever os agradecimentos deste trabalho é lembrar de toda minha trajetória/história que começou na UFU de Ituiutaba-MG, um lugar que foi extremamente importante por todos os aprendizados e conquistas e encontrou morada definitiva em Uberlândia-MG. Nessa trajetória acadêmica de muita luta para pesquisar o que realmente me instigava, encontrei muitas pedras mas não desisti de fazer o que meu coração mandava, mesmo ouvindo que não tinha como realizar e que estava no lugar errado, segui, e hoje entrego esta pesquisa com um pedacinho do sonho realizado. Enfim, fiz o que queria e encontrei pessoas que me apoiaram, me ouviram e não me deixaram desistir. Ainda não posso me definir como historiadora política ou como historiadora do tempo presente, porque tenho um longo caminho a traçar, com muita esperança em mim, nas instituições e no Brasil que tanto amo.

Agradeço ao meu orientador Gilberto, que sempre foi compreensível e me estimulou com manifestações de confiança que me ajudaram a continuar este e outros trabalhos, como a iniciação científica, onde me ensinou a fazer uma pesquisa do zero, sempre com muita calma, sabedoria e respeito. Obrigada pela confiança e pela liberdade de pensamento que foi essencial. Eu só tenho a agradecer por todos esses anos em que me acompanhou e me ensinou.

Ao meu pai Creusair, que sempre me ensinou a seguir meus sonhos e que me ensinou que o estudo era o único caminho para ser alguém na vida. Sem ele seria impossível chegar até aqui, meu muito obrigada pelo apoio, compreensão e por ter criado uma mulher que corre atrás dos sonhos. À minha mãe Márcia pela dedicação em me criar e me ensinar tantas coisas. Ao meu irmão que sempre esteve ao meu lado quando precisei. À minha sobrinha Sophia por me fazer sorrir mesmo em dias nublados e me dar esperança de dias melhores com sua inocência, doçura e carinho. Ao meu sobrinho Miguel, que ainda está no forninho da mamãe, mas tenho certeza que será a luz do mundo. Ao Wagner, que sem sombra de dúvidas foi a pessoa que ficou por mais tempo ao meu lado, antes e durante todas as pesquisas e apresentações feitas ao longo da graduação, tanto em Ituiutaba quanto em Uberlândia, me aguentando em todas as reclamações, choros, instabilidades emocionais (kkkk) e sorrisos. Passou horas ao meu lado conversando sobre política, história e lendo vários trechos sem nenhum sentido que escrevi, sendo meu ombro amigo nos momentos mais difíceis, sempre acreditando em mim e me dando força para seguir. Você foi importante para que este trabalho fosse concluído. E por último agradeço a minha amiga de graduação Letícia, que conheci em momentos turbulentos em Ituiutaba e que desde lá vem sendo minha fiel amiga e fiel leitora, que passa horas lendo um monte de bobagens e teorias malucas e me suporta nas horas de ansiedade. Letícia, obrigada por não me abandonar, mesmo distante você

sempre esteve comigo acreditando em mim e me dando força. E por fim deixo meu muito obrigada a todos que estiveram comigo nesse longo caminho de lágrimas e de sorrisos e não foram citados aqui.

“A incompreensão do presente nasce fatalmente da ignorância do passado. Mas talvez não seja menos vão esgotar-se em compreender o passado se nada se sabe do presente.”

BLOCH, Marc. *Apologia da História ou o ofício do historiador*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001, p. 65.

Resumo

Este trabalho tem como objetivo geral compreender o uso político dos símbolos nacionais na gestão das paixões políticas identificando como os candidatos os mobilizam em períodos eleitorais. Analisa especificamente a utilização da Bandeira Nacional nas campanhas eleitorais para presidente da república de 2018 e 2022, através da investigação comparativa dos artifícios da política para a mobilização da população. Para isso foram utilizados como fonte materiais de campanha eleitoral veiculados em diversos suportes, *Internet*, TV (propaganda eleitoral gratuita) e registros da imprensa (*Folha de São Paulo*). O trabalho pretende contribuir para a compreensão histórica de como os candidatos a presidente mobilizaram os afetos por meio de um símbolo, num momento intenso da gestão das paixões políticas.

Palavras-chave: Bandeira Nacional; Paixões Políticas; Campanhas Eleitorais; Brasil 2018-2022.

Abstract

This work has the general objective of understanding the political use of national symbols in the management of political passions by identifying how candidates mobilize them in electoral periods. It specifically analyzes the use of the National Flag in the electoral campaigns for president of the republic of 2018 and 2022, through the comparative investigation of the artifices of politics for the mobilization of the population. To this end, it was used as a source electoral campaign materials broadcast in various media, Internet, TV (free electoral propaganda) and press records (Folha de São Paulo). The work intends to contribute to the historical understanding of how the candidates for president mobilized the affections through a symbol, in an intense moment of the management of political passions.

Keywords: National Flag; Political Passions; Electoral Campaigns; Brazil 2018-2022.

Lista de Figuras

- Figura 1: Bandeira do Reino Unido de Portugal, Brasil e Algarve
- Figura 2: Projeto de Debret de bandeira para o Brasil independente (1820)
- Figura 3: Bandeira do Brasil Real
- Figura 4: Bandeira do Brasil Imperial
- Figura 5: Bandeira atual do Brasil
- Figura 6: Oficialização da campanha eleitoral de Haddad 2018
- Figura 7: Material de campanha de Fernando Haddad 2018
- Figura 8: Novo material de campanha do candidato Fernando Haddad tira a cor vermelha 2018
- Figura 9: Foto oficial do material campanha do segundo turno do petista Fernando Haddad e Manuela D'Ávila 2018
- Figura 10: Material de campanha Bolsonaro na internet 2018
- Figura 11: Material de campanha com as cores do Brasil 2018
- Figura 12: Material de campanha sem as cores do Brasil 2018
- Figura 13: Evento de Haddad 2018 em Petrolina - PE
- Figura 14: Evento Pró-Bolsonaro 2018 em Recife-PE
- Figura 15: Material visual Lula (PT) 2022
- Figura 16: Lula com a bandeira em mãos em discurso Uerj
- Figura 17: Pré-campanha em Diadema
- Figura 18: Anitta durante show no Coachella 2022
- Figura 19: Twitter Bolsonaro 2022
- Figura 20: Convite lançamento candidatura (PL) 2022
- Figura 21: Material pré-campanha Simone Tebet (MDB) 2022
- Figura 22: Pré-campanha Luiz Felipe D'Ávila (NOVO)2022
- Figura 23: Ciro Gomes Pré-campanha (PDT) 2022
- Figura 24: Oficialização da pré-campanha Ciro Gomes (PDT) 2022
- Figura 25: Roberto Jefferson fazendo ataques às instituições
- Figura 26: Candidato Padre Kelmon (PTB) 2022
- Figura 27: Material campanha Eymael (DC) 2022
- Figura 28: Material pré-campanha Soraya Thronicke (UB) 2022
- Figura 29: Pré-campanha Sofia Manzano (PCB) 2022
- Figura 30: Pré-campanha Leo Péricles (UP) 2022

Figura 31: Pré-campanha Vera Lúcia (PSTU) 2022
Figura 32: Propaganda Eleitoral Soraya Thronicke (UB)
Figura 33: Propaganda Eleitoral Simone Tebet (MDB)
Figura 34: Propaganda Eleitoral Padre Kelmon (PTB)
Figura 35: Propaganda Eleitoral Lula (PT) 2022
Figura 36: Propaganda Eleitoral Bolsonaro (PL) 2022
Figura 37: Última live Bolsonaro antes do segundo turno 2018
Figura 38: Live Bolsonaro 2022
Figura 39: Bandeira do Brasil estendida no Palácio do Alvorada 2022
Figura 40: Apoiadores de Bolsonaro protestam contra o resultado das eleições de 2022 em Manaus
Figura 41: Bandeira do Brasil, posse Lula Janeiro 2023
Figura 42: Vândalos invadem sedes dos Três Poderes em Brasília.
Figura 43: Ataque terrorista na sede dos Três Poderes em Brasília, em 2023.
Figura 44: Ataque à sede dos Três Poderes 2023.
Figura 45: Salão Nobre, no Palácio do Planalto, destruído após a invasão de terroristas
Figura 46: Policiais escoltando Bolsonaristas após terrorismo.

Lista de Siglas

TRF - 4 - Tribunal Regional Federal da 4ª Região
TSE - Tribunal Superior Eleitoral
STF - Superior Tribunal Federal
PT - Partido dos Trabalhadores
PCdoB - Partido Comunista do Brasil
PSL - Partido Social Liberal
PDT - Partido Democrático Trabalhista
PSDB - Partido da Social Democracia Brasileira
PL - Partido Liberal
REDE - Rede Sustentabilidade
PODE - Podemos
PATRI - Patriotas

PSOL - Partido Socialismo e Liberdade
PPL - Partido Pátria Livre
MDB - Movimento Democrático Brasileiro
NOVO - Novo
PSTU - Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado
PROS - Partido Republicano de Ordem Social
PTB - Partido Trabalhista Brasileiro
DC - Democracia Cristã
UP - Unidade Popular
PCB - Partido Comunista Brasileiro
UB - União Brasil
DIP - Departamento de Imprensa e Propaganda
AERP - Assessoria Especial de Relações Públicas

SUMÁRIO

Introdução	13
1 Bandeira Nacional: eleições e identidade nacional	21
2 Sobre os usos da bandeira nacional nas campanhas eleitorais de 2018 e 2022	31
2.1 O uso dos símbolos nacionais nas pré-campanhas eleitorais de 2022	39
2.2 As campanhas eleitorais em rádio e TV	48
2.3 O uso eleitoral das novas mídias: desafios do tempo presente	55
3 Mídias e Imaginário social	60
Considerações finais	70
Referências	72
Fontes	72
Bibliografia	78
Figuras	82

Introdução

Artifício: Processo, modo ou meios com que se consegue fazer um artefato ou produzir um objeto artístico. Expediente, dispositivo ou disposição hábeis ou engenhosos. Habilidade para não se deixar enganar ou para levar vantagem em uma negociação; astúcia, sagacidade, simulação. Aparelho projetado para determinado fim; *dispositivo*, engenho, mecanismo¹.

[Dispositivo] É um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas. Em suma, o dito e o não dito são os elementos do dispositivo. O dispositivo é a rede que se pode tecer entre estes elementos.²

Um conjunto heterogêneo que inclui virtualmente qualquer coisa, linguístico e não linguístico no mesmo título: discursos, instituições, edifícios, leis, medidas de segurança, proposições filosóficas etc. O dispositivo em si mesmo é a rede que se estabelece entre esses elementos. O dispositivo tem sempre uma função estratégica concreta e se inscreve em uma relação de poder. É algo geral (um *réseau*, uma “rede”) porque inclui em si a episteme, que para Foucault é aquilo que, em certa sociedade, permite distinguir o que é aceito como um enunciado científico, daquilo que não é científico³.

Este trabalho tem como objetivo compreender o uso dos símbolos nacionais nas campanhas eleitorais para Presidente da República nas eleições de 2018, comparando-o com as eleições de 2022, para que seja possível interpretar a disputa pelos símbolos durante a pré-campanha e a campanha eleitoral. Pretende analisar o uso político dos símbolos nacionais na gestão das paixões políticas, comparando como cada candidato os mobiliza. Observamos, especificamente, o uso da Bandeira Nacional como elemento de um dispositivo de poder, tendo em vista os resultados de pesquisa anterior sobre “os signos emocionais e a gestão das paixões políticas: sobre os (des)usos dos símbolos nacionais no governo Bolsonaro”⁴. A referida pesquisa identificou que o símbolo mais utilizado no Brasil para mobilização política entre os candidatos pesquisados têm sido historicamente a bandeira nacional. Para isso, foi realizado um levantamento de registros do acervo do jornal *Folha de São Paulo*⁵, seguindo as sugestões de Pierre Ansart

¹Artifício - Dicionário **Michaelis Online**. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/artificio>> Acesso em: 04 abr 2022.

²FOUCAULT, Michel. Sobre a História da sexualidade. In: **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2000. p.244.

³AGAMBEN, G. O que é um dispositivo? Outra Travessia, n. 5, Santa Catarina, 2005. p. 9-10.

⁴SILVA, Diessika Costa; NORONHA, Gilberto Cezar de; Os signos emocionais e a gestão das paixões políticas: sobre os (des)usos dos símbolos nacionais no governo Bolsonaro. **Boletim Historiar**, vol. 09, n. 04. Out./Dez. 2022. Disponível em: <<http://seer.ufs.br/index.php/historiar>> Acesso em: 02 jan 2022.

⁵ Jornal *Folha de São Paulo*. Acervo da Folha. Disponível em: <https://acervo.folha.com.br/index.do>

(2019) em sua obra “A gestão das paixões políticas” em que ele observa que todo discurso mobiliza paixões⁶.

Milton Luz em seu livro “A história dos símbolos nacionais: a bandeira, o brasão, o selo, o hino”⁷, reconheceu a importância dos símbolos nacionais para manter a nação unificada e o discute como representação da pátria. Para Luz, os nossos símbolos representam a realidade (simbólica, imaginada) da nação, essa realidade que evolui e muda pela história.⁸

Stuart Hall, por sua vez, argumenta que a nação não é apenas uma entidade política, mas algo que produz sentidos, um sistema de representação cultural. As pessoas não são apenas cidadãos de uma nação, elas participam da ideia de nação, assim como representada na sua cultura nacional. Uma nação é uma identidade simbólica. Isso explica o seu poder em gerar sentimento de identidade e lealdade⁹. A produção discursiva busca sentidos sobre a nação e constrói identidades na medida em que os sujeitos se identificam e esses sentidos são construídos por meio de narrativas simbólicas que trabalham na manutenção dos dizeres sobre o povo, sobre a origem e sobre as tradições da nação¹⁰.

Dessa forma, a identidade nacional, como qualquer outro discurso que seja produzido no interior das relações de poder, não é naturalmente construída e internalizada pelos sujeitos desde o nascimento, de maneira instintiva, mas uma construção social. Este discurso é estrategicamente utilizado pelo Estado na medida que faz o uso da identidade nacional legitima a obediência dos indivíduos e funciona como dispositivo de controle desses sujeitos¹¹. Como parte dessa construção simbólica, a bandeira nacional representa e dá sentido às experiências, aos triunfos e as derrotas que caracterizam coletivamente a nacionalidade. É um dos mais importantes símbolos de uma “comunidade imaginada”¹², que conecta a vida do cidadão comum ao destino de seu país¹³. É por meio da coerção, do que se imagina ser a identidade nacional, que se legitima a obediência de indivíduos tão diferentes uns dos outros e de múltiplas identificações nas narrativas nacionais.

⁶ ANSART, Pierre. **A gestão das paixões políticas** / Pierre Ansart; tradução. Jacy Seixas. - Curitiba, PR: Ed. UFPR, 2019.

⁷ LUZ, Milton (2005). **A história dos símbolos nacionais: a bandeira, o brasão, o selo, o hino**. Brasília: Senado Federal, Secretaria Especial de Editoração e Publicações, 1999 (1ª edição). Reimpressão.

⁸ LUZ, 2005, p.17.

⁹ HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 11.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. p. 49

¹⁰ SOUSA, Jacyane Dantas; BRAGA, Amanda Batista. Da política e do esporte: a bandeira brasileira e as rupturas discursivas da identidade nacional. **Entrepalavras**, Fortaleza, v. 11, n. 2, e 2011p. 1-21, maio-ago./2021. DOI: 10.22168/2237-6321-22011. p. 4.

¹¹ Idem.

¹² Termo utilizado por Benedict Anderson no livro *Comunidades Imaginadas* de 1983, para analisar o nacionalismo. O autor descreve uma nação como uma comunidade socialmente construída, imaginada pelas pessoas que se percebem como parte desse grupo. Cf. Anderson, Benedict, 2008, p.51-70.

¹³ SOUSA, Jacyane Dantas; BRAGA, Amanda Batista. 2011, p. 6.

A bandeira nacional brasileira foi criada em 1822, por meio de um decreto de D. Pedro I, que foi alterado em 1889, quando Marechal Deodoro da Fonseca esteve à frente do golpe militar que constituiu a República dos Estados Unidos do Brasil, então o governo provisório proclamou uma república federativa e as bandeiras do império foram retiradas e levadas aos armazéns do Exército¹⁴. O uso da bandeira nacional ocorreu em vários momentos da história política brasileira, e é utilizado no Brasil, pelo menos desde Getúlio Vargas em 1930, com a intenção de reconstruir o imaginário nacionalista. Na Ditadura Militar, com Emílio Garrastazu Médici, em 1970, não foi diferente, quando usava a mídia para fazer propagandas nacionalistas e reativar o sentimento nacional. Fernando Collor de Mello também usou na sua campanha eleitoral as cores do Brasil como *Slogan*. Do mesmo modo, esse mecanismo voltou a ser usado massivamente nas manifestações fora Dilma, em 2013¹⁵.

A ideia de nacionalidade opera no imaginário social, o sentimento de pertencimento e de identidade nacional, manejando as paixões políticas que, segundo Pierre Ansart, em “A gestão das paixões políticas”¹⁶, não se restringem a momentos de tensão, como nas campanhas eleitorais, mas que nesses eventos produzem fatos que tornam muito evidentes tais fenômenos. Nas campanhas eleitorais de 2018, foi verificado o uso da bandeira nacional pelo então candidato à Presidência da República, Jair Messias Bolsonaro. Na Pré-Campanha Eleitoral de 2022, o candidato Ciro Gomes (PDT), usava as cores e a bandeira do Brasil, sem os dizeres no meio “Ordem e Progresso”. Do mesmo modo, percebemos que outros candidatos estavam dispostos a mobilizar o símbolo e também manejar as paixões políticas, assim como Bolsonaro. Já Luiz Inácio Lula da Silva (PT), usava predominantemente a bandeira do seu partido e em suas manifestações públicas apenas alguns apoiadores carregavam a bandeira nacional. Uma forma de expressar melhor essa conduta do ex-presidente é com a declaração dada em 30 de março de 2022, durante um discurso na Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ), quando dizia que Jair Messias Bolsonaro era “tão frágil, que não tem partido político, não tem bandeira, não tem música, não tem hino, que ele pegou a camisa da seleção brasileira” e completava que a bandeira e as cores verde e amarela, não eram do então Presidente da República, mas que pertenciam a 213 milhões de brasileiros¹⁷.

¹⁴ SEYSSEL, Ricardo. *Um estudo histórico perceptual: A bandeira brasileira sem Brasil*. Universidade Estadual Paulista - Unesp. São Paulo, 2006. p.88.

¹⁵ SILVA, Diessika Costa; NORONHA, Gilberto Cezar de; Os signos emocionais e a gestão das paixões políticas: sobre os (des)usos dos símbolos nacionais no governo Bolsonaro. **Boletim Historiar**, vol. 09, n. 04. Out./Dez. 2022. Disponível em: <<http://seer.ufs.br/index.php/historiar>> Acesso em: 02 jan 2022.

¹⁶ Ansart, Pierre. **A gestão das paixões políticas** / Pierre Ansart; tradução. Jacy Seixas. - Curitiba, PR: Ed. UFPR, 2019.

¹⁷ SARTORI, Caio. Lula: ‘Blusa e bandeira do Brasil não são desse fascista do Bolsonaro’. **Veja**. 30 mar 2022. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/politica/lula-blusa-e-bandeira-do-brasil-nao-sao-desse-fascista-do-bolsonaro/>> Acesso em: 31 mar 2022

Percebemos nesse discurso que o símbolo nacional, desde a pré-campanha, foi amplamente debatido durante o embate político de 2022, numa percepção de que este artefato é um dispositivo importante para a mobilização política.

Para o estudo das Campanhas Eleitorais de 2022, foi realizado o registro/levantamento da pré-campanha eleitoral, a propaganda eleitoral gratuita no rádio, na TV e na internet por linguagem visual. Para tanto, foi consultado o acervo virtual *Jornal Folha de São Paulo*, por meio do mecanismo de busca avançada em todos os catálogos, no período de 16 de agosto de 2022 (data que foi permitida campanha eleitoral, inclusive na internet) até 31 de outubro de 2022, quando foi realizado o Segundo Turno das eleições. Foram consultadas todas as publicações do jornal que retornavam à palavra-chave “eleições presidenciais de 2022”. Ademais, procuramos evidenciar o uso da bandeira nacional como signos emocionais na campanha eleitoral de 2022 para presidente da república comparando com as campanhas eleitorais de 2018.

Para a interpretação das fontes, revisitamos as discussões sobre os artifícios da política, análise do discurso, imaginário social e símbolos nacionais, que têm sido estudados por linguistas, filósofos, cientistas políticos, sociólogos e historiadores. Na linguística, Eni de Lourdes Puccinelli Orlandi¹⁸, pondera que a análise do discurso leva em consideração a produção de linguagem pela análise da relação da linguagem estabelecida pela língua com os sujeitos que o fala e as condições em que produz o dizer. Para a análise do discurso, a linguagem não é transparente. Nesta análise, a língua tem sua própria ordem, a história tem seu real afetado pelo simbólico e o sujeito descentrado é afetado pelo real da língua e pelo real da história e assim não tem controle sobre o modo como elas o afetam¹⁹. Patrick Charaudeau, também linguista, ao falar da análise do discurso político, reflete que a linguagem se junta à ação no político. Segundo ele, o discurso político, assim como qualquer discurso, não tem sentido fora da ação e que a ação busca, para o sujeito político, bem como para todo sujeito, o exercício de poder²⁰. O autor justifica que todo ato de linguagem é uma ação sobre o outro, com a finalidade comunicacional do objetivo de ação, que consiste em colocar o outro em uma posição de obrigação, em uma relação de submissão à posição do sujeito que fala²¹.

¹⁸ ORLANDI, Eni. P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 11ª Edição, Campinas, SP. Pontes Editores, 2013.

¹⁹ Ibid., p.20.

²⁰ CHARAUDEAU, Patrick. O discurso político. In: Wander Emediato; ida lúcia machado; William Menezes. (org.) **análise do discurso: gêneros, comunicação e sociedade**. Belo Horizonte, MG. Faculdade de Letras da UFMG, 2006. p.252.

²¹ Ibid., p.253.

Na filosofia brasileira encontramos autores que se interessam pelo tema dos símbolos nacionais, como Marilena Chauí²², que entende que as imagens (semióforos²³) têm a capacidade de unir um povo, como por exemplo, um passado em comum, isso pode acontecer com qualquer objeto, até mesmo uma pedra onde um deus apareceu ou um pedaço de pano usado por um herói. Dessa forma, o símbolo é algo capaz de celebrar alguma coisa em comum a todos que “conserva e assegura o sentimento de comunhão e de unidade”²⁴. Na filosofia, encontramos autores interessados no imaginário social, assim como Bronislaw Baczko²⁵, que acredita que os slogans elevam a própria imaginação ao nível de um símbolo, onde o domínio do imaginário e do simbólico é um importante lugar estratégico²⁶. Na sociologia, Pierre Bourdieu²⁷ argumenta que o poder simbólico é um poder quase mágico que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força física ou econômica e só exerce se for reconhecido, ou seja, ele acaba sendo ignorado, passa despercebido, assim o poder simbólico é uma forma transformada, quer dizer, irreconhecível, transfigurada e legitimada, das outras formas de poder²⁸.

Os cientistas políticos têm se dedicado a temas como símbolos nacionais para a compreensão das paixões políticas, assim como Pierre Ansart, que acredita que toda escala de sentimentos e emoções, tanto a angústia como o amor e ódio, podem ser encontradas na experiência política e também todas as intensidades do desejo, da exaltação à indiferença²⁹. Os historiadores também têm atentado para as questões do imaginário, na história cultural assim como, Sandra Jatahy Pesavento³⁰, para quem a imaginação tem sido entendida como uma função, uma capacidade inventiva para criar a realidade, as imagens produzem trocas de informações, são históricas e correspondem ao imaginário coletivo, a padrões estéticos de outra época. As imagens têm o poder de despertar para ações, porque são estimuladas pelos símbolos, sendo assim, o símbolo é expresso por uma imagem, que é seu componente espacial, e por um sentido, que se

²² CHAUI, Marilena. **Brasil**. Mito fundador e sociedade autoritária. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2000.

²³ Semióforo é um signo que indica que algo significa outra coisa que o valor não é medido por sua materialidade e sim por sua força simbólica. Sendo assim, um semióforo não pára de transmitir efeitos de significação. O semióforo é capaz de conectar um passado em comum ou uma crença em comum. Cf. CHAUI, Marilena, 2000, p. 8-9.

²⁴ Ibid., p. 9

²⁵ BACZKO, Bronislaw. **A imaginação social**. In: Leach, Edmund et Alii. *Anthropos-Homem*. Lisboa, Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985.

²⁶ Idem, p. 296-297.

²⁷ BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Tradução: Fernando Tomaz. Rio de Janeiro - RJ. Editora Bertrand Brasil S.A., 1989

²⁸ Idem., p.15.

²⁹ ANSART, Pierre. **A gestão das paixões políticas** / Pierre Ansart; tradução. Jacy Seixas. - Curitiba, PR: Ed. UFPR, 2019.

³⁰ PESAVENTO, Sandra Jatahy. **Em busca de uma outra História: imaginando o imaginário**. Revista Brasileira de História, n. 29, 1995.

reporta a um significado para além da representação explícita ou sensível³¹. As imagens têm um poder que desperta [e compõe] a memória e recordam experiências passadas.

Para os historiadores que lidam com fontes visuais como objeto de pesquisa, as imagens transpassam a indicação de sua dinâmica social em determinada época. Toda imagem mostra algo, assim podemos descrever vendo uma imagem, mas temos também em toda imagem o aspecto invisível, algo que não está sugerido, insinuado, mas ao mesmo tempo é despertado pela imagem, os silêncios, as insinuações, são pontos que devem ser considerados pelos historiadores.³²

A metodologia utilizada neste trabalho foi a pesquisa direta em fontes primárias, como no *Jornal Folha de São Paulo* e por meio de observação da campanha eleitoral na mídia como, a TV, o rádio e a *internet* por meio da linguagem visual, entre agosto e outubro de 2022, como procedimentos metodológicos descritivos e analíticos. Pesquisa bibliográfica e análise de referências teóricas sobre signos emocionais, análise do discurso, história política, história do tempo presente para observar e interpretar o uso da bandeira nacional nas campanhas eleitorais de 2018 e 2022. A pesquisa foi feita por meio do acervo do *Jornal Folha de São Paulo*, análise dos discursos feitos pelos candidatos à Presidência da República em 2022, por meio da linguagem verbal e não verbal, visando identificar o uso da bandeira nacional como forma de “falar à nação”, atrair os eleitores (re)ativando o imaginário social. O recorte temporal da pesquisa parte da inquietação das eleições de 2018, com a finalidade de responder às questões de pesquisa, hipóteses e objetivos gerais em compreender a utilização dos símbolos nacionais, especificamente, a bandeira, na campanha eleitoral para presidente da república de 2022 e os objetivos específicos que são identificar, catalogar e sistematizar a mobilização da bandeira nacional no *jornal Folha de São Paulo*, nos discursos dos presidentiáveis e nas transmissões pela TV, por meio do horário político brasileiro e na *internet*; investigar os usos e desusos da gestão das paixões políticas e por último comparar a utilização do símbolo nacional entre os candidatos à presidência da república em 2018 e 2022. Esperamos identificar de forma mais precisa como se constitui e se mobiliza o imaginário social por meio de imagens e da identidade nacional. Pretendemos produzir um trabalho que contribua para o conhecimento histórico da sociedade sobre os acontecimentos políticos contemporâneos entendendo a contemporaneidade no sentido de Giorgio Agamben, como uma distinta relação com o próprio tempo, que exerce este e ao mesmo tempo, toma distâncias dele. É uma relação com o tempo em que se adota por meio de uma dissociação e um anacronismo.³³

³¹ Ibid., p.22.

³² Idem.

³³ AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo?** e outros ensaios. Trad: Vinícius Nicastro Honesko. Argos. Editora da Unochepecó. Chapecó, 2019. Pp.59.

Foram identificados discursos, memes³⁴, reportagens e imagens desde a pré-campanha eleitoral de 2022 que fazem referência à bandeira nacional, o principal símbolo usado nas eleições de 2018 e que segundo a percepção posterior havia sido sequestrado³⁵ pelo movimento³⁶ Bolsonaroista. Evidenciando o seu uso por candidatos à presidência da república procuramos interrogar como, por que e para quê é evocada a bandeira nacional pelos candidatos, federação ou coligação como instrumento de poder. A partir disso, seguiremos as sugestões de Pierre Ansart, em seu livro “A gestão das paixões políticas”³⁷ e traremos discussões sobre a relação entre semiótica e história política, que existe desde que existe a história.

Nas áreas de ciência política, comunicação e história, os autores se interessam pelas campanhas eleitorais. Os cientistas políticos como João Francisco Pereira de Meira³⁸, abordam a importância, as regras e como analisar as eleições no Brasil entre 1989 e 2010. A maneira como o eleitor adquire e processa as informações para decidir em qual candidato irá votar, passou a chamar a atenção. O papel da campanha eleitoral na decisão do voto vem dos estudos sobre a maneira como o eleitor articula a avaliação de sua condição econômica pessoal e a ação do governo. Outro ponto que tem interessado à área é o poder da mídia em transformar ideias e os efeitos persuasivos sobre a escolha eleitoral³⁹. Encontramos também análises de cientistas políticos referente à decisão do voto. Jaqueline Kleine Buckstegge,⁴⁰ por exemplo, demonstra como as redes sociais contemporâneas servem de base para julgamento político contemporâneo, onde tendem a

³⁴A palavra “meme” foi definida inicialmente por Richard Dawkins, em seu livro *The selfish gene* (1976), para determinar um gene. O conceito foi adotado pela linguagem da internet para designar um tipo de conteúdo digital produzido que é capaz de fazer replicações de ideias, isto é, uma rápida difusão de ideias, brincadeiras, jogos e comportamentos pela circulação viral de informações que se repetem de determinada maneira. C.f. HORTA, Natália Botelho, 2015, p. 40-46. Ressaltamos ainda que os memes não foram analisados neste trabalho, pois o foco eram as peças publicitárias oficiais das campanhas eleitorais de 2018 e de 2022.

³⁵ ALONSO, Ângela. O sequestro de um símbolo. **Folha de São Paulo**. 06 mai 2021. Colunas e blogs. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/angela-alonso/2021/05/o-sequestro-de-um-simbolo.shtml>> Acesso em: 08 abr 2022.

³⁶ Movimentos sociais são ações sociopolíticas construídas por atores sociais coletivos pertencentes a diferentes classes e camadas sociais, articuladas em certos cenários da conjuntura socioeconômica e política de um país, criando um campo de força social na sociedade civil. As ações se estruturam a partir de repertórios criados sobre temas e problemas em conflitos, litígios e disputas vivenciados pelo grupo na sociedade. Essas ações se desenvolvem em um processo de criação de identidades em espaços coletivos não institucionalizados que geram transformações na sociedade de caráter conservador ou progressista. C.f. GOSS, Karine Pereira; PRUDENCIO, Kelly apud GOHN, 1997. GOSS, Karine Pereira; PRUDENCIO, Kelly. O conceito de movimentos sociais revisitado. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**. Vol. 2, nº 1 (2), janeiro-julho 2004, p. 75-91.

³⁷ ANSART, Pierre. **A gestão das paixões políticas** / Pierre Ansart; tradução. Jacy Seixas. - Curitiba, PR: Ed. UFPR, 2019.

³⁸ MEIRA, João Francisco Pereira. **Um Brasil na TV: Efeitos de campanha nas eleições presidenciais brasileiras (1989 - 2010)**. 2013. Tese (Doutorado) - Curso de Pós-Graduação em Ciência Política, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013.

³⁹ *Ibid.*, Pp. 21.

⁴⁰BUCKSTEGGE, Jaqueline Kleine. **A construção do voto: análise do processo decisório nas eleições presidenciais em 2014**. 2016. Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós-graduação em Ciência Política, Universidade Federal do Paraná, Curitiba. 2016.

incentivar seus participantes na criação do senso de identidade coletiva de suas decisões políticas⁴¹.

O cientista social, Otávio Piva⁴², também discorre sobre as Campanhas Eleitorais, especificamente entre 2006 - 2010. Considera o período de campanha eleitoral essencial para a democracia, em que os eleitores escolhem dentre tantos candidatos, e um dos processos que visam mediar essa escolha, é a campanha eleitoral, que por sua dinâmica, pode transmitir valores, informações e percepções aos eleitores. Influenciam a escolha dos governantes e quanto maior for a discussão durante a campanha eleitoral, maior será a legitimidade do eleitor em tornar efetivas as promessas de campanha⁴³.

Os comunicadores Albuquerque e Tavares, por sua vez, pesquisaram sobre o horário gratuito de propaganda eleitoral, os estilos, as estratégias, alcance e os desafios para o futuro⁴⁴. Os autores tratam da estrutura e a linguagem da Propaganda Política, que são compostas pelo que se considera “funções principais da propaganda”, que são: identificar problemas e propor soluções, promover a imagem do candidato e atacar os adversários⁴⁵. Os discursos têm o objetivo de seguir a lógica midiática da televisão. O foco não é fazer discurso e sim fazer programas de televisão e tem estilos diversos, utilizando por exemplo, temas como: biografias, temática, proposta, renovação, partido, ideologia, movimento social, apoio recebido, religião, família, pelos quais propõem elementos semânticos e simbólicos⁴⁶.

Os estudos do uso dos símbolos nacionais nas campanhas eleitorais têm sido limitados na historiografia brasileira. São abordados temas como os estudos das campanhas eleitorais regionais e sobre representação política dialogando com a antropologia, a história dos símbolos nacionais e a importância da identidade nacional para o país. Neste sentido, este trabalho poderá representar uma contribuição importante para a discussão do tema no campo da história política. Assim, o objetivo deste trabalho é analisar os artifícios da política e a utilização da bandeira nacional na propaganda eleitoral gratuita no rádio, na televisão e na internet para Presidente da República em 2022. Como, porquê e para quê a bandeira nacional tem sido invocada nas campanhas eleitorais?

⁴¹ Ibid., p.44.

⁴²PIVA, Otávio. **Campanhas eleitorais e democracia**: o diálogo a partir do direito de resposta. 2014. Tese (doutorado) - Pós-Graduação em Ciências Sociais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2014.

⁴³ Ibid., p. 16 - 17.

⁴⁴ALBUQUERQUE, Afonso; TAVARES, Camilla Quesada. Horário gratuito e propaganda eleitoral: Estilo, estratégias, alcance e os desafios para o futuro. In: BORBA, Felipe; FIGUEIREDO, Argelina Cheibub (organizadores). **25 anos de eleições presidenciais no Brasil**. 1ª ed. - Curitiba: Appris, 2018.

⁴⁵ Ibid., p. 158

⁴⁶ ibid., p. 159

1 Bandeira Nacional: eleições e identidade nacional

Para que seja possível compreender o uso da bandeira nacional brasileira como ferramenta de mobilização política, em nosso primeiro movimento na busca de compreensão do uso dos símbolos nacionais optamos por revisitar a história da sua fundação. A bandeira nacional representa a união de um povo e o sentimento de pertencimento, é aquilo que nos faz cidadãos brasileiros, uma vez que compartilhamos a mesma terra e o mesmo idioma. É importante mencionar que a nação não é resultado natural do desenvolvimento de um conjunto de marcadores culturais num determinado território (língua, raça, memória em comum) mas sim da seleção da manipulação política desses marcadores⁴⁷. Por vezes, só o estabelecimento do Estado criava culturalmente a nação da qual afirmava ser o fruto. “A Itália, como Hobsbawm gostava de lembrar, era uma nação criada antes de existirem italianos, isto é, um povo com uma língua e uma história comuns.”⁴⁸

Os símbolos são importantes para manter a nação unificada. Símbolo é tudo aquilo que representa, sugere ou substitui alguma coisa, como por exemplo, a balança é o símbolo da justiça⁴⁹. E a bandeira nacional é símbolo da união de um povo, assim como descreve Carlos Maurício⁵⁰. Marilena Chauí indica que o símbolo não para de transmitir efeitos de significação⁵¹. À vista disso, a história da bandeira nacional se torna fundamental para entender as paixões políticas.

Benedict Anderson argumenta que a comunidade política nacional é imaginada como limitada e ao mesmo tempo como soberana. Imaginada porque jamais conhecerão ou nem sequer ouvirão falar da maioria de seus companheiros, mesmo sendo membros da menor das nações. A essência de uma nação é que todos os indivíduos tenham muitas coisas em comum. A nação é imaginada como limitada porque, por maior que ela seja, ampla, possui fronteiras finitas, para além das quais existem outras nações. É comunidade porque é concebida por internas camaradagens horizontais, independente das desigualdades sociais⁵². Sendo assim, para Matheus Rodrigues dos Santos, o nacionalismo é quase indistinguível do universo linguístico e simbólico

⁴⁷ MAURÍCIO, Carlos. Hobsbawm, ou quando o nacionalismo inventa a nação. OpenEdition Journals. **Ler História**. 2012. Pp.2. Disponível em: <<https://doi.org/10.4000/lerhistoria.604>> Acesso em: 01 dez 2022.

⁴⁸ Ibid., p. 3.

⁴⁹ Símbolo. **Dicionário Online de Português**. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/simbolo/>>. Acesso em: 13 abr. 2022.

⁵⁰ MAURÍCIO, Carlos. Hobsbawm, ou quando o nacionalismo inventa a nação. OpenEdition Journals. **Ler História**. 2012. Pp.2. Disponível em: <<https://doi.org/10.4000/lerhistoria.604>> Acesso em: 01 dez 2022.

⁵¹ CHAUI, Marilena. **Brasil**. Mito fundador e sociedade autoritária. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2000. p. 09.

⁵² ANDERSON, Benedict. **Comunidades Imaginadas**: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2008. p. 32 -33.

do patriotismo, tendo em vista que são ideologias políticas de alta capacidade de mobilização política e por isso é explorado pelos candidatos. Durante as campanhas eleitorais são usadas cores, símbolos, discursos, slogans que remetem à pátria e àquilo que acreditamos pertencer ao patriotismo⁵³. A bandeira nacional é recorrentemente usada como instrumento político-partidário, como ferramenta de comoção que age diretamente no imaginário social.

Segundo Ângela Alonso, todos os nacionalismos se parecem, mas cada país os evoca de uma maneira diferente. No Brasil, as cores e os símbolos nacionais, assim como a bandeira e o hino são adotados pela direita (o Estado Novo (1937-1946), Ditadura Militar (1964-1985), Fernando Collor de Mello (1990-1992) como também, eventualmente pela esquerda, como por exemplo, nas Diretas Já, movimento suprapartidário que reuniu os principais partidos de oposição à ditadura, pedindo o retorno das eleições diretas para Presidente da República, que tinha como principal característica o caráter heterogêneo e sua despessoalização⁵⁴. E esses signos retornaram nos protestos de anticorrupção de 2011, em apoio ao projeto de lei apresentado no Senado que considerava a corrupção crime hediondo e a aplicação da Lei da Ficha Limpa⁵⁵. Esse movimento foi suscitado no bojo da repercussão do chamado “mensalão” ocorrido em 2007 e mobilizou milhares de pessoas⁵⁶. Em 2013, com as manifestações contra o aumento do transporte público, nas chamadas jornadas de junho⁵⁷ os movimentos de extrema direita se aproveitaram da chance de sair às ruas e ocuparam a internet com os slogans ufanistas resgatados de momentos sombrios da história política brasileira. Ao longo de 2014, na liderança da ala mais liberal, o Vem pra Rua; o Movimento Brasil Livre (MBL) e o Revoltados On Line, organizavam grupos para as manifestações contra o governo levando o patriotismo às ruas⁵⁸. No mesmo ano, houve eleições presidenciais onde a ex-presidente, mesmo em meio a protestos, conseguiu se reeleger. A mídia teve um grande papel na difusão das manifestações contra o governo Dilma e atuou como a principal divulgadora e convocadora dos atos, a internet também se transformou em arena de

⁵³SANTOS, Matheus Rodrigues dos. “**Brasil acima de tudo, Deus acima de todos**”. Uma análise dos usos do nacionalismo e patriotismo na candidatura presidencial de Jair Bolsonaro em 2018. 2021. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós Graduação de Sociologia e Ciência Política da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2021. p. 47.

⁵⁴ DELGADO, Lucília de Almeida Neves. A campanha das Diretas Já: narrativas e memórias. **Associação Nacional de História – ANPUH. XXIV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA** - São Leopoldo, 2007. p.3.

⁵⁵ CÉO, Rafaela; TAVARES, Jamila. Manifestantes lavam rampa do Congresso em ato anticorrupção. G1. Distrito Federal, 07 set 2011. Disponível em: <<https://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2011/09/manifestantes-lavam-rampa-do-congresso-em-ato-anticorrupcao.html>> Acesso em:04 fev 2023.

⁵⁶ ALONSO, Angela. A comunidade moral bolsonarista. In: ABRANCHES, Sérgio et al. **Democracia em Risco? 22 ensaios sobre o Brasil hoje**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019. p. 52-70.

⁵⁷ Para um estudo sobre as Jornadas de Junho cf. OLIVEIRA, Vinícius Perez. **Dos Vinte Centavos ao Fora Dilma: o papel da mídia nas manifestações de rua**. 2023. 144 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em História) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2023.

⁵⁸ *Ibid.*, p.54.

debate e troca de informações⁵⁹. Bolsonaro se aproveitou de todo clima de instabilidade e insatisfação, colocando sua imagem como “anticorrupto”. Produzindo um sentimento em comum ao tentar cultivar a bandeira nacional trazendo à tona o patriotismo desmedido.

Como vimos, a mídia, incluindo como a *Folha de São Paulo* nas manifestações desde 2013, teve o papel de transformar a manifestação contra o aumento da tarifa do transporte público em opinião pública, difundindo os símbolos nacionais nos protestos. Contudo, o jornal só percebeu a tomada dos símbolos em 2020, do sequestro e o uso político da bandeira nacional em busca do patriotismo desmedido e sentimento de pertencimento. A *Folha de São Paulo* publicou a matéria: “Entenda como a bandeira do Brasil virou símbolo dos apoiadores de Bolsonaro”⁶⁰. A Folha só publicou essa matéria dois anos após Bolsonaro tomar posse e os símbolos nacionais já estarem consolidados como bandeira partidária.

Já nas manifestações contra Bolsonaro em março de 2021, o jornal *Folha de São Paulo* publicou uma matéria em que dizia que “Atos contra presidente resgata bandeira brasileira e camisa da seleção, símbolos Bolsonaristas”⁶¹, o que sugere que a população brasileira percebia esse sequestro da Bandeira Nacional e buscava resgatar os símbolos. Esta avaliação pressupõe que a bandeira seja um símbolo de todos e a pergunta que o historiador se faz é: desde quando? Ela é mesmo um símbolo de “todos os brasileiros”? Tais questões nos remetem à própria historicidade do objeto em disputa e dos seus elementos constitutivos.

A história da Bandeira do Brasil teve seu início em 13 de maio de 1816, quando D. João VI ascendeu o principado do Brasil à condição de Reino e deu ao Brasil a mesma esfera armilar de ouro sobre o campo azul. Simultaneamente, D. João VI deliberou e reuniu em um segundo escudo as armas do Brasil e as de Portugal e Algarve, uma sobrepondo à outra, para dar um ar de Coroa Real. Era essa então a bandeira do Reino Unido de Portugal, Brasil e Algarve⁶².

⁵⁹ PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Vista do Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que “o gigante acordou.”** IV Jornada Acadêmica Discente do PPGCOM-USP, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2013. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/69407/71976>>. Acesso em: 17 nov. 2021. Pp.82.

⁶⁰ BALBI, Carla. Entenda como a bandeira do Brasil virou símbolo dos apoiadores de Bolsonaro. São Paulo, 16 mai 2020. **Folha de São Paulo**. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/05/entenda-como-a-bandeira-do-brasil-virou-simbolo-dos-apoiadores-de-bolsonaro.shtml?origin=folha>>. Acesso em: 19 nov. 2021.

⁶¹ OLIVEIRA, Roberto de. Atos contra presidente resgata bandeira brasileira e camisa da seleção, símbolos Bolsonaristas. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 24 jul 2021. Política. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/07/ato-contra-o-presidente-resgata-bandeira-brasileira-e-camisa-da-selecao-simbolos-bolsonaristas.shtml?origin=folha>> acesso em: 21 out 2021.

⁶² SILVA, Diessika Costa; NORONHA, Gilberto Cezar de; Os signos emocionais e a gestão das paixões políticas: sobre os (des)usos dos símbolos nacionais no governo Bolsonaro. **Boletim Historiar**, vol. 09, n. 04. Out./Dez. 2022. p.15. Disponível em: <<http://seer.ufs.br/index.php/historiar>> Acesso em: 02 jan 2022.

Figura 1: Bandeira do Reino Unido de Portugal, Brasil e Algarve



Fonte: LUZ, Milton (2005, p.59).⁶³

Em 1820, Debret fez um esboço da bandeira nacional a pedido de D. João VI, que foi encontrado posteriormente em seus documentos pessoais. Pelo que indica o esboço da bandeira, os planos de D. João VI eram de um Brasil Independente. Nesse projeto já eram colocados o campo verde e o losango amarelo e sobre ele uma esfera armilar com um ramo de cana e um ramo de fumo para simbolizar as riquezas do país. A partir desse projeto percebemos que as cores nacionais e a configuração da Bandeira Nacional já se definiam, assim como o losango e o retângulo, os outros elementos passaram a refletir as mudanças de regimes políticos do país, segundo Milton Luz⁶⁴.

Figura 2: Projeto de Debret de bandeira para o Brasil independente (1820)



Fonte: LUZ, Milton (2005, p. 59).⁶⁵

Em 1821, as Cortes constituintes portuguesas decretaram que o Campo da Bandeira do Reino Unido fosse azul e branco e que se eliminasse a esfera armilar, para que a Bandeira

⁶³ LUZ, Milton (2005). **A história dos símbolos nacionais:** a bandeira, o brasão, o selo, o hino. Brasília: Senado Federal, Secretaria Especial de Editoração e Publicações, 1999 (1ª edição). Reimpressão. Pp. 59.

⁶⁴ Ibid., p.61

⁶⁵ Idem.

Constitucional deixasse de representar o Reino Unido ou que fosse excluído o Reino do Brasil, a intenção ao fazer essas alterações era reduzir o Brasil à colônia de novo. Entretanto, D. João já propagava a todo o país e “revelava a ideia de construir, no Brasil, um autêntico Império”. No dia 07 de setembro de 1822, como ato de recusa em obedecer às ordens da Metrópole, D. Pedro proclamou a emancipação política da nação⁶⁶.

após proferir o brado “Independência ou Morte” e de ordenar “Laços Fora!”, retirando do chapéu (ou do braço, segundo outras versões) o tope azul e branco português, o Príncipe exclama: “Doravante teremos todos outro laço de fita, verde e amarelo. Serão as cores nacionais”⁶⁷.

Em 18 de setembro de 1822, D. Pedro I criou a bandeira para o Brasil recém-independente que foi oficializada por meio de um decreto, portanto, e via uma coroa real sobre o brasão constituído. Existe uma versão dessa bandeira no museu do Ipiranga em São Paulo.⁶⁸

Figura 3: Bandeira do Brasil Real.



Fonte: LUZ, Milton. (2005, p.63).⁶⁹

Em 01 de dezembro de 1822, antes de completar quatro meses, a bandeira nacional recebeu sua primeira alteração, em consequência de um novo decreto, no qual se substituiu a coroa real pela coroa imperial. Devido à sua extensão territorial, o Brasil não poderia ser apenas um reino.⁷⁰ O decreto dizia:

“Havendo sido proclamada com a maior espontaneidade dos povos a Independência política do Brasil, e a sua elevação à categoria de Império pela minha solene aclamação, sagração e coroação, como seu Imperador Constitucional e Defensor Perpétuo: hei por bem ordenar que a Coroa Real, que se acha sobreposta no escudo das armas estabelecido pelo meu imperial decreto de 18 de setembro do corrente ano, seja substituída pela Coroa Imperial, que lhe compete, a fim de corresponder ao grau sublime e glorioso em que se acha constituído este rico e vasto Continente. – Paço, em 1º de dezembro de 1822, 1º da

⁶⁶ Ibid., p. 62

⁶⁷SEYSEL, Ricardo. **Um estudo histórico perceptual: A bandeira brasileira sem Brasil**. Universidade Estadual Paulista - Unesp. São Paulo, 2006. p. 83.

⁶⁸ Ibid., p.63.

⁶⁹ LUZ, Milton (2005). **A história dos símbolos nacionais: a bandeira, o brasão, o selo, o hino**. Brasília: Senado Federal, Secretaria Especial de Editoração e Publicações, 1999 (1ª edição). Reimpressão. Pp. 63

⁷⁰ Ibid.,p.64.

Independência e do Império – com a rubrica de sua Majestade Imperial – (a) José Bonifácio de Andrada e Silva.”⁷¹

Figura 4: Bandeira do Brasil Imperial



Fonte: LUZ, Milton. (2005, p.64) ⁷²

Vale ressaltar, que não existia uma norma rigorosa de representação da bandeira e por isso houve inúmeras “versões” da bandeira do Brasil Imperial. Como podemos notar, a simbologia da bandeira se mantém nas cores escolhidas e proclamadas por D. Pedro I, o verde e o amarelo “a riqueza e a primavera eterna do Brasil”⁷³. A cor verde marca o início da dinastia de Bragança, da qual D. Pedro era herdeiro; o amarelo se refere à Casa de Habsburgo-Lorena, família imperial da Áustria, da qual D. Maria Leopoldina, esposa de D. Pedro era herdeira⁷⁴. É importante evidenciar que a imperatriz não possuía brasão pessoal, contudo, era representada pelo losango na bandeira, já que esta estava ligada às Armas das Damas, uma vez que este formato era usado como suporte dos brasões femininos⁷⁵. A bandeira brasileira como elemento simbólico está ligada aos fatos tradicionais históricos e filosóficos e deixa de lado o principal elemento representativo da sociedade⁷⁶, o povo não está representado em nenhum componente da bandeira. Portanto, a bandeira brasileira só representa o Brasil por convenção que faz com que ela aja como símbolo de um país⁷⁷.

Desde 1822, houve apenas duas modificações na bandeira do reino do Brasil, a primeira delas foi a mudança da coroa real pela imperial.⁷⁸ Posto isso, a bandeira permaneceu a mesma por 67 anos de império. Em 15 de Novembro de 1889, aconteceu a segunda e última modificação da

⁷¹ Ibid., p.64-65.

⁷² Ibid., p.64.

⁷³ SEYSSEL, Ricardo. **Um estudo histórico perceptual: A bandeira brasileira sem Brasil.** Universidade Estadual Paulista - Unesp. São Paulo, 2006. p. 87.

⁷⁴ Idem.

⁷⁵ Idem.

⁷⁶ SEYSSEL, Ricardo. **Um estudo histórico perceptual: A bandeira brasileira sem Brasil.** Universidade Estadual Paulista - Unesp. São Paulo, 2006. p.173

⁷⁷ SANTAELLA, Lucia. **Semiótica aplicada.** São Paulo: Thomson, 2002. p.22.

⁷⁸ LUZ, Milton (2005). **A história dos símbolos nacionais: a bandeira, o brasão, o selo, o hino.** Brasília: Senado Federal, Secretaria Especial de Editoração e Publicações, 1999 (1ª edição). Reimpressão. p. 72.

bandeira nacional, quando Marechal Deodoro da Fonseca esteve à frente do golpe militar que constituiu a República dos Estados Unidos do Brasil, então o governo provisório proclamou uma República Federativa⁷⁹.

Figura 5: Bandeira atual do Brasil.



Fonte: LUZ, Milton. (2005,p.72)⁸⁰

Em 19 de novembro de 1889, por meio de decreto foi oficializada a bandeira do Brasil atual, que foi adotada com inspiração aos princípios positivistas e conservou as cores imperiais, que foram ressignificadas⁸¹. Segundo José Murilo de Carvalho, aconteceu uma batalha em torno da bandeira, já que os republicanos encontravam dificuldades em aderir à bandeira tricolor⁸², por não ser revolucionária e nem brasileira. A escolha da bandeira deixou-os divididos e indecisos. Em 1889, já existia a bandeira da Inconfidência e pelo menos duas versões da bandeira que se inspirava no modelo norte-americano, na qual eram conservadas, nas faixas horizontais, as cores verde e amarela da bandeira imperial⁸³. Essa bandeira teria sido confeccionada em uma alfaiataria da propriedade do capitão Souza Barros, que teve dificuldades em explicar a opção pelo modelo norte-americano. Havia relutância em aceitar a escolha. A escolha mais lógica, naquele momento, era de uma adaptação da bandeira dos inconfidentes. A reação dos positivistas foi imediata, rapidamente produziram outro modelo, que foi desenhado por Décio Villares e enviaram as indicações de Comte, que acreditava que, na primeira fase da transição orgânica da humanidade, deveriam ser mantidas as bandeiras vigentes, com o acréscimo da divisa política “Ordem e Progresso”. Consideraram então a bandeira imperial, foram conservados o fundo verde, o losango amarelo e a esfera azul que eram representações da nossa natureza e riqueza e retiraram os

⁷⁹ Ibid., p.80.

⁸⁰Idem.

⁸¹ Ibid., p.72-74.

⁸²Em 1880, na primeira celebração do 14 de julho na Terceira República, Paris 1790, se enfeitou de azul, branco e vermelho, como na Festa da Federação de 1790, aderindo à tricolor que substituiu a bandeira branca da monarquia, perdendo a conotação revolucionária; a tricolor era seu símbolo. C.f. CARVALHO, José Murilo, 1990, p.110-111.

⁸³CARVALHO, José Murilo. **A Formação das Almas** - o Imaginário da República no Brasil. São Paulo: Cia das Letras, 1990. p. 111.

emblemas imperiais: a cruz, a esfera armilar, a coroa, os ramos de café e de tabaco. O que gerou ainda resistência foi a divisa “Ordem e Progresso”⁸⁴. Por fim, a vitória foi dos positivistas, “mas ela se deveu certamente ao fato que o novo símbolo incorporou elementos da tradição imperial”⁸⁵. Além disso, houve várias outras modificações na legislação dos símbolos nacionais. A lei dos símbolos nacionais que permanece é a de nº5.700/1971, na qual, consta atualizada na constituição de 1988, no capítulo III da nacionalidade, no Art. 13, §1º da Constituição Federal - “são símbolos da República Federativa do Brasil, a bandeira, o hino, as armas e o selo nacionais.”⁸⁶

A disputa em torno da Bandeira Nacional aconteceu em vários momentos da história política brasileira. Com Getúlio Vargas em 1930, quando havia a intenção de (re)construir o imaginário nacionalista, na tentativa da construção de uma memória oficial, Vargas fez uso dos signos e do imaginário para legitimar o seu projeto Estatal, construir sentimentos coletivos e, para isso, utilizou o meio de comunicação mais moderno disponível em sua época, que era o rádio⁸⁷. Em 1939, durante o Estado Novo, foi criado o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que conseguiu atingir todas as camadas da população na época. A construção da imagem de Vargas como “pai dos pobres” e “doador dos direitos dos trabalhadores” se deveu à publicidade. Essa imagem contradizia uma sociedade que se expandia e unia a linguagem da casa e a linguagem da rua, a personalidade paternalista permitia a aproximação com as lideranças. Vargas fazia parecer que estava ‘junto’ ao povo por meio da sua imagem extensamente divulgada⁸⁸.

O que valia neste momento não eram as imagens, como nos dias atuais; a palavra, assim como sons que transmitiam imagens detinha o poder, já que o rádio era o principal meio de comunicação em massa. Vargas conseguia, pelas palavras, validar seus ideais nacionalista. O Estado Novo produziu uma grande ação simbólica no dia 27 de novembro de 1937 na capital da República, para sistematizar visualmente as novas diretrizes e para que a população tivesse conhecimento do artigo segundo da constituição que recentemente havia sido outorgada⁸⁹. Posicionado no centro, em um altar armado para o evento estava erguida uma enorme bandeira do Brasil, venerado como símbolo máximo da pátria. No evento foram queimadas 20 bandeiras estaduais e em substituição nos mastros hastearam 21 bandeiras do Brasil, representando os 20

⁸⁴ Ibid., p. 114-115

⁸⁵ Ibid., p.109-110.

⁸⁶ BRASIL. **Constituição federal de 1988**. Promulgada em 5 de outubro de 1988.

⁸⁷SILVA, Diessika Costa; NORONHA, Gilberto Cezar de; Os signos emocionais e a gestão das paixões políticas: sobre os (des)usos dos símbolos nacionais no governo Bolsonaro. **Boletim Historiar**, vol. 09, n. 04. Out./Dez. 2022. p.15. Disponível em: <<http://seer.ufs.br/index.php/historiar>> Acesso em: 02 jan 2022.

⁸⁸ COSTA, Marinho Ramilton. **Espelho de Narciso**: a subjetividade, o cenário e o imaginário dos anos 80 e a construção da imagem do caçador de marajás através da mídia e da publicidade. (Tese doutorado em Sociologia) Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande - PB. Centro de Humanidades .2004. Pp. 417.

⁸⁹ FRAGA, André Barbosa; LAGO, Mayra Coan. As apropriações dos símbolos nacionais pelo governo Vargas e pelas pessoas comuns (1930-1945). **Sillogés** – v.4. n.1. jan./jun. 2021. p. 306

estados e a capital do país, instituindo o culto a uma única bandeira como representação visível⁹⁰. As rádios garantiram que a informação dessa cerimônia chegasse o mais rápido possível aos lares de todo território nacional⁹¹. O discurso nas rádios era que a Bandeira do Brasil era a única e que não haveria lugar nos corações dos brasileiros para outras bandeiras, outros símbolos. O Brasil era uma só pátria e não havia lugar para outro pensamento a não ser o pensamento do Brasil⁹².

Outro momento que vimos também o culto à bandeira nacional foi no governo militar. Em 1964, o governo rejeitou um órgão oficial de propaganda. Isso porque, regimes totalitários rejeitavam a ideia de que a propaganda era um meio de manipulação das massas. O presidente militar, Castelo Branco, não gostava da relação entre a propaganda e o DIP. Sendo assim, sempre foi negado qualquer semelhança da Assessoria Especial de Relações Públicas (AERP), agência pública responsável pela propaganda pró-governo durante a ditadura militar, com a DIP, dos tempos de Getúlio Vargas⁹³. Portanto, a AERP havia sido criada para ser assessoria e não serviço nacional. Além disso, a Assessoria Especial de Relações Públicas não tinha uma definição clara do que era e isso fez com que se tornasse um órgão ligado a questões pessoais. Já no Governo Médici em 1971, foi estabelecido o Plano Global de Comunicação Social e o governo tinha como objetivo a propaganda para “mobilizar a juventude”, “fortalecer o caráter nacional”, “estimular o amor à pátria”, “a coesão familiar”, “a dedicação ao trabalho” e “a vontade de participação”⁹⁴ adentrando no imaginário social e construindo a ideia de um país em pleno desenvolvimento.

A AERP visava maior valorização da imagem do que o texto. No governo Médici, podemos notar maior valorização desse recurso, a publicidade passa a usar imagem e os textos não se passavam de títulos e um pequeno parágrafo. Lemas, frases, canções e o futebol eram amplamente divulgados e não saiam da boca do povo. A frase, por exemplo, “*Brasil: Ame-o ou deixe-o!*”, foi amplamente divulgada na mídia da época, destacando as cores do Brasil e o sentimento de pertencimento, alavancando as paixões políticas.

Recentemente no aniversário da República, após as eleições de 2014, com a vitória da presidente Dilma, o patriotismo e o verde-amarelismo irromperam mais uma vez, carregando os símbolos nacionais e as cores do Brasil. Uma onda de protestos contra o PT (Partidos dos Trabalhadores) tomou o Brasil com as investigações do chamado “Petrolão”. Em 2015 e 2016, os protestos se reafirmaram e clamaram contra Dilma e a corrupção no Brasil, com bandeiras e

⁹⁰ SILVEIRA, 1937; JORNAL DO BRASIL, 1937 apud FRAGA; LAGO. p. 306.

⁹¹ FRAGA; LAGO. p. 306.

⁹² Idem., p.307

⁹³ OLIVEIRA, Raphael. **Otimismo em tempos de repressão**: A publicidade inspirada na propaganda do Governo Médici. (tese de mestrado) Universidade Federal Fluminense. Instituto de Ciências Humanas e Filosofia. Niterói, Rio de Janeiro, 2014. p.20.

⁹⁴ Ibid., p.22.

manifestantes vestidos com camisas da seleção brasileira de futebol, buscando pelo patriotismo. Esse movimento se afunilou até o *impeachment* de Dilma Rousseff. Percebemos que Jair Bolsonaro dá continuidade às manifestações para fazer campanha eleitoral e se aproveita da fragilidade da nação para se promover como um verdadeiro “líder populista” que, conforme Debert, “não aparece como um verdadeiro político, mas como um aproveitador da ignorância popular.”⁹⁵”

O uso da bandeira nesse período reativou o ufanismo e a experiência autoritária do período militar por resgatar novamente os símbolos nacionais, as cores verde-amarela, o hino e os *slogans* ufanistas, como por exemplo, “verás que um filho teu não foge à luta” e “o gigante acordou”⁹⁶. O ambiente era de instabilidade, visto que o julgamento do “Mensalão”, em 2014, estimulou o processo de faxina ética da imprensa e da opinião pública⁹⁷. Foi nesse clima político que se desenrolaram as campanhas eleitorais de 2018 e 2022 que nos interessam mais de perto nesta pesquisa.

⁹⁵ DEBERT, GG. **Ideologia e populismo**: Adhemar de Barros, Miguel Arraes, Carlos Lacerda, Leonel Brizola [online]. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2008. p. 06.

⁹⁶ ALONSO, Ângela. Protestos em São Paulo de Dilma e Temer 1. 2017.in: **novos estudos**, CEBRAP, São Paulo, especial 49-58. Pp. 52.

⁹⁷ SILVA, Diessika Costa; NORONHA, Gilberto Cezar de; Os signos emocionais e a gestão das paixões políticas: sobre os (des)usos dos símbolos nacionais no governo Bolsonaro. **Boletim Historiar**, vol. 09, n. 04. Out./Dez. 2022. p.10. Disponível em: <<http://seer.ufs.br/index.php/historiar>> Acesso em: 02 jan 2022.

2 Sobre os usos da bandeira nacional nas campanhas eleitorais de 2018 e 2022

Em 2018, segundo o TSE, o Brasil teve 13 registros de candidaturas para presidente da república, foram eles: Álvaro Dias (PODE); Cabo Daciolo (PATRI); Ciro Gomes (PDT); Eymael (DC); Fernando Haddad (PT); Geraldo Alckmin (PSDB); Guilherme Boulos (PSOL); Henrique Meirelles (MDB); Jair Bolsonaro (PSL); João Amoedo (NOVO); João Goulart Filho (PPL); Marina Silva (REDE) e Vera Lúcia (PSTU)⁹⁸.

Em primeiro turno da votação em Plenário foi aprovado o pedido de barrar a candidatura do ex-presidente Lula (PT) à Presidência da República. O TSE (Tribunal Superior Eleitoral) decidiu por seis votos a um rejeitar a candidatura de Luiz Inácio Lula da Silva, com base na lei da ficha limpa (Lei Complementar nº 135, de 2010)⁹⁹. Esta Lei Complementar alterou a Lei Complementar nº 64, de 18 de maio de 1990, que estabelece, de acordo com o § 9º do art. 14 da Constituição Federal, casos de inelegibilidade, prazos de cessação e determina outras providências¹⁰⁰. A condenação de Lula em segunda instância foi confirmada em janeiro de 2019 por unanimidade pelos juízes do TRF-4 (Tribunal Regional Federal da 4ª Região). O revisor Leandro Paulsen, o relator João Pedro Gebran e o juiz federal Victor Laus votaram por aumentar a pena do petista para 12 anos e um mês de prisão. Em julho de 2017, o juiz Sérgio Moro¹⁰¹ havia determinado nove anos e seis meses de prisão. Segundo a sentença da 13ª Vara Federal de

⁹⁸ Divulgação de candidaturas e contas eleitorais. TSE. Disponível em: <<https://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/estados/2018/2022802018/BR/candidatos>> Acesso em: 10 jan 2023.

⁹⁹ CASADO, Letícia; JR, Reynaldo Turollo. TSE barra candidatura de Lula e PT tem dez dias para indicar substituto. **Folha de São Paulo**. Brasília, 01 set 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/tse-barra-candidatura-de-lula-e-pt-tem-dez-dias-para-indicar-substituto.shtml>> Acesso em 10 jan 2023.

¹⁰⁰ BRASIL. **Lei complementar nº135, de 4 de junho de 2010**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp135.htm> acesso em: 27 ago 2022.

¹⁰¹ Sérgio Moro foi juiz no caso Lava a Jato e responsável pela condenação de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) por corrupção no caso triplex do Guarujá em 2017. Teve embates durante as audiências com a defesa de Lula, que questionou juridicamente uma suposta “parcialidade” do juiz ao analisar os casos do petista. Em 05 de Abril de 2018 após a condenação em 2ª instância de Lula, Sérgio Moro determinou a prisão do petista. Moro foi acusado de tomar viés político para a sentença do caso. Durante o governo Bolsonaro, o juiz federal com 22 anos de carreira, aceitou comandar o Ministério da Justiça em 2020 deixando o cargo por divergências com Bolsonaro sobre a exoneração do diretor-geral da polícia federal. Fora do governo, Moro voltou a ser questionado sobre seus tempos de juiz. Em 08 de novembro de 2019, o STF considerou ilegal a prisão de Lula em segunda instância, alegando que Sergio Moro havia sido parcial na análise do caso triplex do Guarujá. Em junho de 2021, o ministro Gilmar Mendes estendeu a suspeição a todos os processos de Lula em que o ex-magistrado atuou. Processos do sítio de Atibaia e sobre o Instituto Lula voltaram, portanto, à estaca zero. C.f. GALVANI, Giovanna. Relembra a trajetória de Sérgio Moro, ex-Ministro e Ex-juiz que se filiou ao Podemos. São Paulo. CNN, eleições 2022. Disponível em: <cnnbrasil.com.br/politica/relembra-trajetoria-de-sergio-moro-ex-ministro-e-ex-juiz-que-filiou-se-ao-podemos/> Acesso em: 10 jan 2023.

Curitiba, Lula teria participado do esquema criminoso deflagrado pela Operação Lava Jato¹⁰², que foi uma operação iniciada em 2014 com intuito de combater a corrupção. Na ação apresentada pelo Ministério Público Federal, Lula foi acusado de receber cerca de 3,7 milhões de propina da empreiteira OAS em decorrência de contratos da empresa com a Petrobras. A acusação seria que a empresa OAS teria feito reforma no apartamento Tríplice que se alegava pertencer ao então ex-presidente Lula, e a realização do transporte e armazenamento do acervo presidencial¹⁰³.

O ex-presidente foi preso em abril de 2019 e negava os crimes dizendo ser perseguido politicamente¹⁰⁴. Após a condenação, o TSE decidiu barrar a candidatura de Lula à Presidência da República e deu um prazo de 10 dias para a escolha de um substituto de acordo com a Lei das Eleições (Lei nº 9.504/1997) “A escolha do substituto far-se-á na forma estabelecida no estatuto do partido a que pertencer o substituído, e o registro deverá ser requerido até 10 (dez) dias contados do fato ou da notificação do partido da decisão judicial que deu origem à substituição”. Com isso, o partido dos trabalhadores decidiu que quem concorreria à eleição para presidente naquele ano seria o vice-presidente na chapa de Lula, Fernando Haddad. O partido decidiu que a imagem de Lula seria utilizada amplamente na campanha eleitoral de 2018 e, no dia da oficialização da campanha Haddad, postou uma foto nas redes sociais se identificando à figura de Lula com os dizeres “Lula é Haddad presidente”.¹⁰⁵

¹⁰² TRF4 confirma condenação do ex-presidente Lula. Portal Unificado da Justiça Federal da 4ª Região. **TRF4**. 27 nov 2019. Disponível em: <https://www.trf4.jus.br/trf4/controlador.php?acao=noticia_visualizar&id_noticia=14914> Acesso em: 10 Jan 2023.

¹⁰³ ALBUQUERQUE, Ana Luiza; BÄCHTOLD, Felipe; FERREIRA, Flávio; BALLOUSSIER, Anna Virginia; SEABRA, Catia. Tribunal aumenta pena e condena Lula a 12 anos e um mês de prisão no caso tríplice. **Folha de São Paulo**. Porto Alegre, 24 jan 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/01/1953026-tribunal-aumenta-pena-e-condena-lula-a-12-anos-e-um-mes-de-prisao.shtml>> Acesso em: 10 jan 2023.

¹⁰⁴ Entenda a decisão do TSE que barrou a candidatura de Lula. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 01 set 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/entenda-a-decisao-do-tse-que-barrou-a-candidatura-de-lula.shtml>> Acesso em: 27 ago 2022.

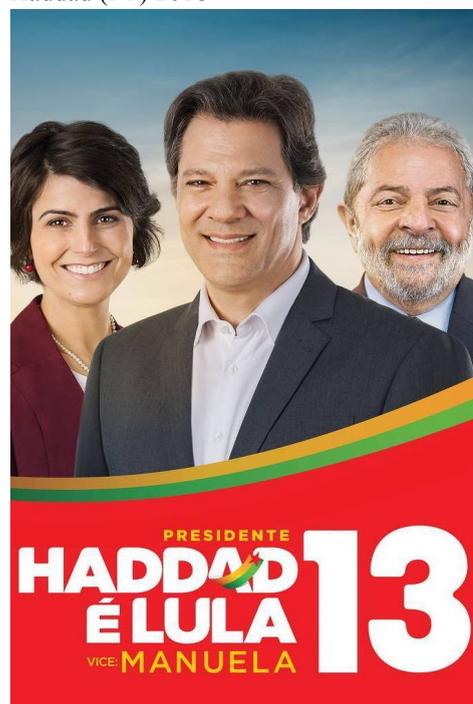
¹⁰⁵ LOPES, Nathan. Após “benção” de Lula na prisão, Haddad é anunciado candidato a presidente. **Uol notícias**. Curitiba, 11 set 2018. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/09/11/na-policia-federal-pt-substitui-lula-e-torna-haddad-candidato-a-presidente.htm>> Acesso em: 27 ago 2022.

Figura 6: Oficialização da campanha eleitoral de Haddad (PT)2018



Fonte: Uol notícias¹⁰⁶

Figura 7: Material de campanha de Fernando Haddad (PT) 2018



Fonte: Folha de São Paulo¹⁰⁷

Nos materiais de campanha, as cores da bandeira nacional eram usadas sutilmente pelo partido no primeiro turno, onde aparece referência à faixa presidencial no número do partido ou no nome de Haddad, a cor que predominava era o vermelho e a imagem de Lula sempre estava presente, junto ao candidato e à vice Manuela D'Ávila (PC do B). Já no segundo turno, Haddad tirou a imagem de Lula e reduziu o vermelho no material de campanha, substituído pelas cores do Brasil, assim como nas fotos oficiais.¹⁰⁸

Figura 8: Novo material de campanha do candidato Fernando Haddad tira a cor vermelha (PT) 2018.

¹⁰⁶ Idem.

¹⁰⁷ SEABRA, Catia; DIAS, Marina. Haddad tira Lula e reduz vermelho no material de campanha. **Folha de São Paulo**, Eleições 2018. São Paulo, 10 out 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/haddad-tira-lula-e-reduz-vermelho-de-material-de-campanha.shtml>> Acesso em: 27 ago 2022.

¹⁰⁸ Idem.

P R E S I D E N T E
H A D D A D
VICE: M A N U E L A

Fonte: Folha de São Paulo¹⁰⁹

No segundo turno da campanha de 2018, a chapa Haddad e Manoela também resolveu tirar a imagem de Lula da campanha oficial. Na foto, Haddad aparecia com sua vice, Manuela D'Ávila (PC do B), e usavam blazer. Ele de azul e ela de bordô.¹¹⁰ Eram tímidas as referências às cores da bandeira nacional.

Figura 9: Foto oficial do material campanha do segundo turno do petista Fernando Haddad e Manuela D'Ávila 2018



Fonte: Folha de São Paulo¹¹¹

Por sua vez, desde o início da campanha eleitoral de 2018, o então candidato Jair Messias Bolsonaro (PSL) e seus apoiadores usavam as cores do Brasil como símbolo partidário e um dos principais lemas contra o PT era “A nossa bandeira jamais será vermelha” que também tinha sido utilizada nos protestos contra a ex-presidente Dilma Rousseff. O PT, após (e tardiamente) entender a apropriação e o sentimento de patriotismo, resolveu descolar da imagem de partido radical e se aproximar do centro. Segundo O Globo, essa nova estética foi ao horário eleitoral gratuito no segundo turno, em outubro de 2018.¹¹²

Jair Messias Bolsonaro, entretanto, já tinha adotado a bandeira nacional como seu *slogan* antes mesmo das campanhas eleitorais de 2018. Desde 2014, Bolsonaro pegava carona nos atos

¹⁰⁹ Idem.

¹¹⁰ Idem.

¹¹¹ Idem.

¹¹² GÓES, Bruno; ROXO, Sérgio. Para enfrentar Bolsonaro, PT adota o verde e amarelo no segundo turno. **O Globo**, Política. Brasília e São Paulo, 10 out 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/politica/para-enfrentar-bolsonaro-pt-adota-verde-amarelo-no-segundo-turno-23145788>> Acesso em 27 ago 2022.

contra o aumento da tarifa do transporte público, no clima de insatisfação popular potencializado pelos preparativos para a Copa do Mundo que de algum modo reavivava o sentimento de patriotismo, atualizando os usos dos símbolos nacionais¹¹³. Nesse momento, Bolsonaro liderava um protesto com cerca de 150 pessoas no Rio de Janeiro, o qual pedia pelo *Impeachment* de Dilma e fazia elogios à ditadura militar¹¹⁴, usando as cores da bandeira nacional como elemento de comoção e de união em torno de um discurso anti-corrupção. Em 2018, a campanha de Bolsonaro aderiu às cores do Brasil no material de campanha, desde o primeiro turno, o que fez se tornar o principal *slogan* de sua candidatura.

Figura 10: Material de campanha de Bolsonaro na internet 2018.



Fonte: Facebook¹¹⁵

Em 2018, outros seis candidatos também usaram as cores da bandeira ou a bandeira em si, independente de seu espectro político, assim como: Ciro Gomes (PDT), Marina Silva (REDE), Álvaro Dias (PODE), Eymael (DC), João Goulart Filho Geraldo (PPL), Alckmin (PSDB) e Cabo Daciolo (PATRI), respectivamente. Maria Silva (REDE), por sua vez, usou as cores verde e amarelo em seu material de campanha, mas as cores não chegavam a ser do mesmo tom que a bandeira brasileira, o que dá a entender que Marina estava se aproximando da apropriação do símbolo nacional. Ciro Gomes (PDT) também usou as cores da bandeira de forma sutil, apenas como sublinhado do seu nome e seu número. Álvaro Dias foi além, usou a bandeira sem os dizeres “Ordem e progresso” como slogan de campanha, associando a esfera azul a um olho. Eymael usou apenas no seu nome as cores verde e amarelo. Geraldo Alckmin usou o nome em verde e amarelo, também sinalizando a bandeira nacional. E por fim, Cabo Daciolo que usou as cores assim como o

¹¹³ SILVA, Diessika Costa; NORONHA, Gilberto Cezar de; Os signos emocionais e a gestão das paixões políticas: sobre os (des)usos dos símbolos nacionais no governo Bolsonaro. **Boletim Historiar**, vol. 09, n. 04. Out./Dez. 2022. p.08. Disponível em: <<http://seer.ufs.br/index.php/historiar>> Acesso em: 02 jan 2022.

¹¹⁴ Capitais reúnem mais de 10 mil em atos contra governo. **Folha de São Paulo**. Brasília, São Paulo, Rio, 16 nov 2014. Caderno: Primeiro Caderno, p.A15. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/leitord.do?numero=20045&keyword=Bolsonaro&anchor=5970268&origem=busca&origemURL=&pd=57260c876be32be5368dbd82af3d41ac>>. Acesso em: 15 jun 2021.

¹¹⁵ BOLSONARO, Flávio. Material de campanha de Bolsonaro na internet. **Facebook**, 08 out 2018. Disponível em: <<https://www.facebook.com/flaviobolsonaro/photos/pb.100044162243073.-2207520000../1418976408237842/?type=3>> Acesso em: 30 ago 2022.

candidato Ciro Gomes, apenas sublinhando seu nome, já o partido Patriotas (PATRI) se apropriou do símbolo nacional e aderiu as cores e a bandeira em seu slogan.

Figura 11: Material de campanha com as cores do Brasil 2018.



Fonte: Adb¹¹⁶; Marina Silva¹¹⁷; Wikipédia¹¹⁸; Patriotas¹¹⁹; Farmfor¹²⁰; Arquivo Eleitoral (YouTube)¹²¹; José Maria Eymael (Twitter)¹²²

¹¹⁶Material de campanha de Ciro Gomes (PDT) 2018. Disponível em: <<http://www.adb.inf.br/ach/app01/index.php?p=digitallibrary/digitalcontent&id=2392#.Yw-Qx3bMLFg>> Acesso: 30 ago 2022.

¹¹⁷Material de campanha de Marina Silva (REDE) 2018. Disponível em: <<https://marinasilva.org.br/materiais-de-campanha/>> Acesso em: 31 ago 2022.

¹¹⁸Material de campanha Alvaro Dias (PODEMOS) 2018. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Campanha_presidencial_de_Alvaro_Dias_em_2018> Acesso em 30 ago 2022.

¹¹⁹Material de campanha Cabo Daciolo (PATRI). Disponível em: <<https://patriota51.org.br/jingle-cabo-daciolo/>> Acesso em: 31 ago 2022.

¹²⁰Material de campanha Geraldo Alckmin (PSDB) 2018. Disponível em: <<https://www.farmfor.com.br/posts/os-planos-de-geraldo-alckmin-para-a-agricultura/>> Acesso em: 31 ago 2022.

¹²¹Material de campanha João Goulart Filho (PPL). Youtube, Arquivo Eleitoral. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5k4eVCHrLYg>> Acesso em: 13 set 2022.

¹²²Material de campanha Eymael (DC) 2018. Disponível em: <<https://twitter.com/eymaeloficial/status/1045454358186536961>> Acesso em: 31 ago 2022.

Dos treze candidatos em 2018, apenas quatro não usaram o verde e amarelo ou a bandeira do Brasil em seu material de campanha. Não por acaso aqueles que representavam dois extremos no espectro político brasileiro: os representantes dos agentes da globalização pelo alto, neoliberais, e os da globalização de baixo que, por razões diferentes veem seus interesses transgredirem os limites do nacional¹²³. Foram eles: Henrique Meirelles (MDB); Guilherme Boulos (PSOL) - apesar de o cocar que envolvia o número do seu partido conter as cores, elas faziam mais referências ao arco-íris, as cores de outra bandeira: a bandeira LGBTQIA +, com os dizeres “Sem medo de mudar o Brasil”; João Amoedo (NOVO) e Vera Lúcia (PSTU), que optaram por não aderir ao símbolo.

Figura 12:Material de campanha sem as cores do Brasil 2018.



Fonte: Wikipedia¹²⁴; Wikipedia ¹²⁵; Poder360¹²⁶; Youtube Poder 360¹²⁷

Dessa forma, podemos concluir que, em 2018, Bolsonaro não foi o único candidato a usar a Bandeira Nacional como símbolo de sua candidatura, mas foi aquele que a adotou de forma mais efusiva. Observamos que o candidato a presidente Haddad (PT) mudou sua estratégia em segundo turno aderindo às cores, mas o símbolo já estava atrelado ao bolsonarismo. Alguns partidos perceberam essa apropriação do símbolo e aderiram ao nacionalismo, colocando a bandeira como seu principal símbolo partidário. As notícias da Folha de São Paulo em 2018, mostram que a

¹²³ IANNI, Octávio. **Globalização e Neoliberalismo**. São Paulo. Em Perspectiva, 1998. Pp. 27-32.

¹²⁴Material de campanha Henrique Meirelles (MDB) 2018. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Campanha_Henrique_Meirelles.PNG> Acesso em 31 ago 2022.

¹²⁵Material de campanha Guilherme Boulos (PSOL) 2018. Disponível em:<https://pt.wikipedia.org/wiki/Campanha_presidencial_de_Guilherme_Boulos_em_2018> Acesso em: 31 ago 2022.

¹²⁶Material de campanha Amoedo (NOVO) 2018. Disponível em:<<https://www.poder360.com.br/eleicoes/horario-eleitoral-candidatura-de-haddad-e-criticas-a-polarizacao/>> Acesso em 31 ago 2022.

¹²⁷Material de campanha Vera Lúcia (PSTU) 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=otlpyIYVX4I>> Acesso em: 31 ago 2022.

população estava dividida quando percebeu que a direita havia "sequestrado" os símbolos nacionais evocados nos protestos contra Dilma em 2016. A separação entre direita e esquerda ganhava tonalidades explícitas, evidenciando a relevância das relações entre estética e política. Podemos observar isso na imagem a seguir, onde os eventos de Haddad os apoiadores iam predominantemente de vermelho, enquanto nos atos pró-Bolsonaro o que prevalecia eram as cores e a bandeira nacional, pegando carona nas manifestações da tarifa do transporte público em 2012, que deu sequência nas manifestações contra a ex-presidente Dilma durante os eventos relacionados à copa do mundo de 2014 com escândalo do “Petrolão”¹²⁸.

Figura 13: Evento de Haddad 2018 em Petrolina-PE



Fonte: Folha de São Paulo¹²⁹

Figura 14: Evento Pró-Bolsonaro 2018 em Recife-PE



Fonte: Folha de São Paulo¹³⁰

A bandeira nacional foi amplamente usada e fixada como bandeira partidária na campanha eleitoral de Jair Messias Bolsonaro de 2018, representando os autodenominados 'cidadãos de bem', enquanto aqueles que não concordavam com a ideia eram classificados como “esquerdistas” e comunistas. Nesse momento, ainda não conseguimos observar nenhuma movimentação da esquerda brasileira tentando disputar essa simbologia que foi amplamente trabalhada no imaginário social antes, durante e depois das eleições de 2018, ou seja, Bolsonaro manejou as paixões políticas e usou essa mensagem livremente para atrair seu eleitorado. Isso porque toda

¹²⁸ SILVA, Diessika Costa; NORONHA, Gilberto Cezar de; Os signos emocionais e a gestão das paixões políticas: sobre os (des)usos dos símbolos nacionais no governo Bolsonaro. **Boletim Historiar**, vol. 09, n. 04. Out./Dez. 2022. p.09. Disponível em: <<http://seer.ufs.br/index.php/historiar>> Acesso em: 02 jan 2022.

¹²⁹ Foto: Ricardo Stuckert. Folha de São Paulo. Alckmin aposta em SP e cobra fatura do estado que governou. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 24 set 2018. Caderno: Primeiro caderno, p. A10. Disponível em: <https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=48463&keyword=Bolsonaro&anchor=6100300&origem=busca&origem_nURL=&pd=8aaaa7d29eb3a1e9c004b401c6de6d0c> Acesso em: 05 jun 2021.

¹³⁰ Idem.

gama de sentimentos e emoções do contentamento à angústia, do amor ao ódio, pode ser encontrada nas nossas experiências políticas, em todas as intensidades¹³¹.

Como vimos também, essa não era uma prática inédita, o mesmo recurso foi utilizado em vários momentos da história política brasileira como em Getúlio Vargas (1930); Emílio Garrastazu Médici (1970); Fernando Collor de Mello (1992) e nas manifestações contra o governo da ex-presidente Dilma Rousseff (2013), como forma de manipular os sentimentos e os afetos, onde o político estimula o cidadão a considerá-lo uma mera engrenagem, neutra e necessária, da nova sociedade.¹³²

2.1 O uso dos símbolos nacionais nas pré-campanhas eleitorais de 2022

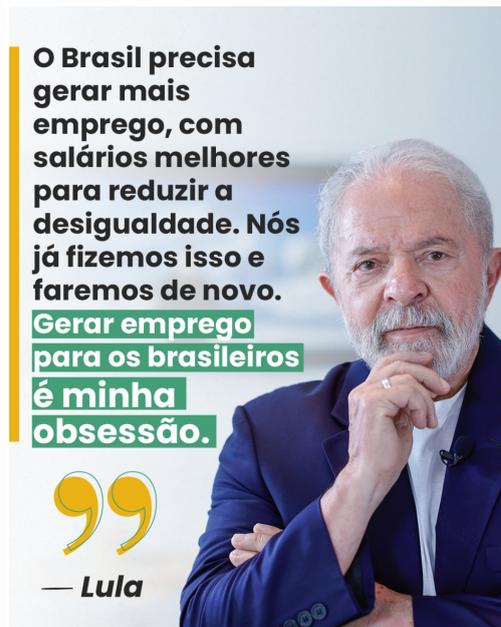
Nas eleições de 2022 para presidente notamos que a disputa pela Bandeira Nacional começou já na pré-campanha, diferente de 2018, quando ela pôde ser percebida apenas no segundo turno. Aqui podemos identificar que os candidatos entenderam a mobilização do símbolo como suporte de material visual e como dispositivo de manipulação de sentimentos. Os pré-candidatos como, por exemplo, Luiz Inácio Lula da Silva, Jair Messias Bolsonaro, Simone Tebet, Soraya Thronicke e Ciro Gomes buscam o símbolo como aporte ideológico. É importante ressaltar que neste período havia doze candidatos, sendo eles: Lula (PT); Ciro Gomes (PDT); Jair Bolsonaro (PL); Simone Tebet (MDB); Luiz Felipe D'Ávila (NOVO); Vera Lúcia (PSTU); Pablo Marçal (PROS); Roberto Jefferson (PTB); Eymael (DC), Leonardo Pericles (UP), Sofia Manzano (PCB), e Soraya Thronicke (UB). Destes, apenas três não usaram a bandeira nacional ou suas cores, são eles Sofia Manzano (PCB); Leonardo Pericles (UP); Vera Lúcia (PSTU), todos ligados a movimentos sociais de inspiração marxista, cuja luta proletária é de viés internacionalista.

Antes da pré-campanha, Lula já usava seu perfil oficial nas redes sociais para divulgação de suas propostas. Poucas vezes suas publicações evocavam a bandeira nacional, mas as postagens vinham carregadas de verde e amarelo. É importante ressaltar que o imaginário social age não apenas com o símbolo propriamente dito, mas também por suas cores, para que o inconsciente consiga capturar a mensagem. Lula até o momento usava as cores de forma sutil.

¹³¹ANSART, Pierre. **A gestão das paixões políticas** / Pierre Ansart; tradução. Jacy Seixas. - Curitiba, PR: Ed. UFPR, 2019. p.14

¹³²Ibid., p. 81

Figura 15: Material visual Lula PT)2022



Fonte: Facebook Lula¹³³

Já no início das pré-campanhas, no dia 30 de março de 2022, o jornal Folha de São Paulo exibiu notícias que evidenciavam a disputa aberta pelo símbolo nacional. O primeiro ato dessa disputa foi quando Lula criticava o uso do verde e amarelo por Bolsonaro e afirmava que houve um “sequestro” do símbolo por falta de coerência de sua carreira política¹³⁴. Lula, então, convocava a esquerda brasileira para um “resgate” do símbolo, segurando a bandeira nacional nas mãos durante seu discurso. É importante lembrar que a esquerda nunca teve o uso da bandeira nacional tão evidente como em 2022 e quando falamos em resgatar os nossos símbolos, estamos nos referindo em esvaziar o poder da extrema direita, seus slogans e referências discursivas, ou fazer com que busque outro artifício para a mobilização dos seus apoiadores. Durante a campanha, houve o uso sistemático da bandeira e suas cores por parte do ex-presidente Lula (PT) demonstrando que a esquerda deseja unificar o país, e não dividi-la entre patriotas e inimigos da pátria. Ou ainda, um sinal de que a candidatura de Lula não fosse necessariamente uma candidatura de esquerda, mas uma coalização política ampla que reunia diversos espectros políticos.

¹³³ Material visual anterior à pré-campanha eleitoral de 2022. Facebook Lula. 13 jan 2022. Disponível em: <<https://www.facebook.com/267949976607343/photos/pb.100044310762261.-2207520000../4976604975741796/?type=3>> Acesso em: 14 jan 2022.

¹³⁴ Lula critica uso de verde e amarelo por Bolsonaro: ‘Não são desse fascista’. UOL, Brasília, 31 mar 2022. <<https://www.uol.com.br/eleicoes/2022/03/31/lula-critica-uso-de-verde-e-amarelo-por-bolsonaro-nao-sao-desse-fascista.htm>> Acesso em: 01 out 2022.

Figura 16: Lula com a bandeira em mãos em discurso Uerj



Fonte: UOL¹³⁵

Figura 17: Pré-campanha em Diadema



Fonte: Instagram Lula¹³⁶

 **lulaoficial** Nós precisamos resgatar nossa bandeira, a democracia e a dignidade do povo brasileiro. Somos brasileiros e brasileiras que não desistimos nunca. Obrigado. Diadema!

 @ricardostuckert

Outro momento em que podemos comprovar essa disputa é no festival de música Pop, o Coachella, em que a cantora Anitta, que ainda não tinha declarado apoio ao candidato Lula do PT, se apresentou na Califórnia (EUA), usando roupa com as cores do Brasil. O ex-ministro do meio ambiente, Ricardo Salles fez um vídeo onde criticou Anitta por ‘danças imorais’ e também pelo uso das cores do Brasil¹³⁷. Na ocasião, Anitta afirmou que, “as cores do Brasil pertencem ao povo brasileiro. Representam o Brasil no geral, ninguém pode se apropriar do significado das cores da bandeira do nosso país”¹³⁸, a cantora não mencionou Jair Bolsonaro, que compartilhou o tuíte da cantora com um comentário irônico, escrito “Concordo com a Anitta” seguidos de *emojis* da bandeira nacional. Após essa repercussão com os símbolos nacionais vários artistas anti-bolsonaro aderiram ao uso das cores da bandeira, seja com a bandeira enrolada no corpo, como fizeram Daniela Mercury, ou até mesmo como a cantora Iza, que usou o símbolo no videoclipe de "Gueto", lançado no ano passado, sensualizando sobre um chão pintado com a estampa da bandeira¹³⁹.

¹³⁵ Idem. Imagem: Ricardo Stuckert/ Divulgação

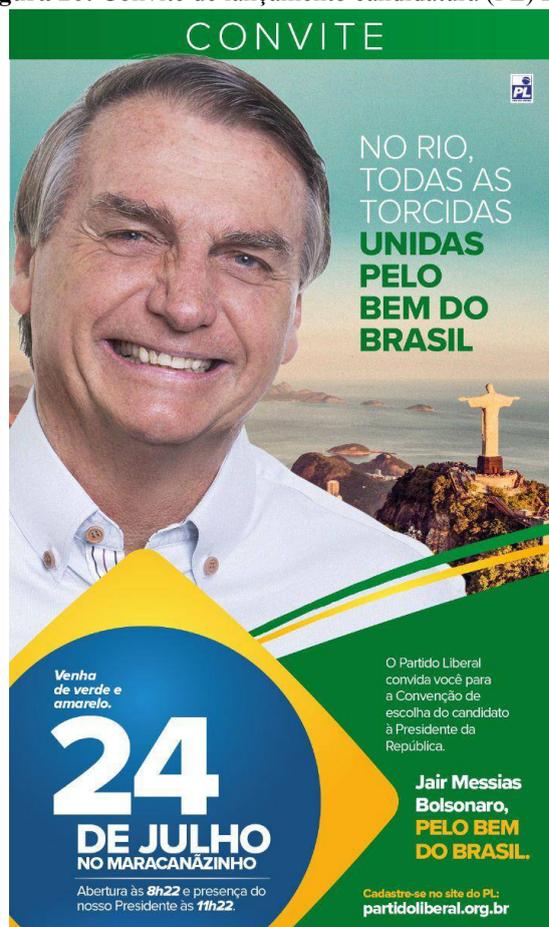
¹³⁶ Pré-campanha, Lula com a bandeira do Brasil em Diadema - São Paulo. 09 jul 2022. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CfzS6VOuYea/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>> Acesso em: 09 jul 2022

¹³⁷ Anitta bloqueia ex-ministro Salles, após vídeo em que ele a critica por 'danças imorais'. **Folha de São Paulo**. Colunas e Blogs. 23 abr 2022. Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/colunas/painel/2022/04/anitta-bloqueia-ex-ministro-salles-apos-video-em-que-ele-a-critica-por-dancas-imorais.shtml?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=fbfolha acesso em: 25 abr 2022.

¹³⁸ LOURENÇO, Marina. **De Anitta a Daniela Mercury, artistas anti-bolsonaro vestem a bandeira do Brasil**. **Folha de São Paulo**, São Paulo. Ilustrada. 08 mai 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2022/05/de-anitta-a-daniela-mercury-artistas-anti-bolsonaro-vestem-a-bandeira-do-brasil.shtml?utm_source=whatsapp&utm_medium=social&utm_campaign=compwa> Acesso em: 10 mai 2022.

¹³⁹ Idem.

Figura 20: Convite de lançamento candidatura (PL) 2022



Fonte: Poder 360¹⁴³

Ainda em julho de 2022, aconteceu a Marcha para Jesus em São Paulo, que coincidiu com a pré-campanha eleitoral de Bolsonaro. O candidato aproveitou o evento para conquistar os votos dos evangélicos. Segundo o jornal Folha de São Paulo, no evento onde os ambulantes tentavam vender bonés e bandeiras do Brasil, os bonés venderam bem por conta do sol e a bandeira nacional que custava entre R\$ 25 e R\$40 não foi vendida como o esperado. Um vendedor disse à Folha que a bandeira de Israel vendeu mais que a do Brasil. Outro vendedor disse que as pessoas perguntavam o preço e queriam tirar fotos mas não levavam a bandeira¹⁴⁴.

Já Simone Tebet, na pré-campanha optou por usar a bandeira de forma bem sutil, sem as cores da bandeira, tendo em vista que o seu partido MDB já havia aderido às cores nacionais. A

¹⁴³ Idem.

¹⁴⁴ BALLOUSSIER, Anna Virginia; PESCARINI, Fábio; OLIVEIRA, Roberto de. Bandeira do Brasil encalha e frustra ambulantes na Marcha para Jesus. **Folha de São Paulo**, cotidiano. São Paulo, 09 jul 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2022/07/bandeira-do-brasil-encalha-e-frustra-ambulantes-na-marcha-para-jesus.shtml>> Acesso em: 10 jul 2022.

candidata aderiu à cor azul no início das campanhas eleitorais. Luiz Felipe D’Ávila (NOVO) também utilizou a bandeira nacional de forma suave, quase imperceptível.

Figura 21: Pré-campanha Simone Tebet (MDB) 2022 **Figura 22:** Pré-campanha Luiz Felipe D’Ávila (NOVO) 2022



Fonte: Facebook Simone Tebet¹⁴⁵



Fonte: NOVO¹⁴⁶

Ciro Gomes do PDT, em 2022, usou a bandeira de forma mais explícita na pré-campanha eleitoral. Colocando a bandeira do Brasil atrás para o discurso da oficialização de pré-campanha a presidente da república. Desde o início do ano, o pré-candidato dava indícios que entraria na disputa pelos símbolos nacionais. No dia 12 de abril, Giro postou uma foto no Facebook, onde segurava a Bandeira Nacional com a legenda:

“Amar a pátria é amar nossos símbolos e nosso povo. Amar nosso povo é não traí-lo em um só momento e ajudar a construir o seu futuro. Construir seu futuro é se inspirar nas crianças e nas mulheres e saber que através delas virá a nossa redenção.”¹⁴⁷

¹⁴⁵Material de Pré-Campanha de Simone Tebet (MDB) 2022. Facebook, Simone Tebet. 10 mar 2022. Disponível em: <<https://www.facebook.com/simonetebet/photos/pb.100044553184359.-2207520000..5376574262375311/?type=3>> Acesso em: 07 out 2022.

¹⁴⁶ Novo faz evento para oficializar pré-candidatura de Luiz Felipe D’Ávila à Presidência. G1. São Paulo, 02 abr 2022. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/eleicoes/2022/noticia/2022/04/02/novo-faz-evento-para-anunciar-pre-candidatura-de-luiz-felipe-davila-a-presidencia.ghtml>> Acesso em: 22 out 2022.

¹⁴⁷Facebook, Giro Gomes. 12 abr 2022. Disponível em: <<https://www.facebook.com/photo?fbid=542483237241949&set=a.537439351079671>> Acesso em 14 abr 2022.

Figura 23: Ciro Gomes pré-campanha (PDT) 2022



Fonte: Facebook Ciro Gomes¹⁴⁸

Figura 24: Oficialização da pré-campanha Ciro Gomes (PDT)



Fonte: Instagram Ciro Gomes¹⁴⁹

Outro candidato à eleição de 2022, foi Roberto Jefferson, candidato do PTB que teve o registro de sua candidatura negado pelo TSE. O partido já havia formalizado a candidatura de Roberto Jefferson, com a justificativa de ampliar as opções da direita e conter os ataques da esquerda ao presidente Jair Bolsonaro (PL)¹⁵⁰. O candidato do PTB, havia sido condenado a 7 anos e 14 dias de prisão semiaberta por corrupção passiva e lavagem de dinheiro, foi preso no caso do mensalão em fevereiro de 2014 e em maio de 2015 foi liberado para cumprir prisão domiciliar. Em 2016, o STF concedeu o perdão das penas que não extinguiram a inelegibilidade do petebista. Por isso, o TSE negou por unanimidade o registro de candidatura de Jefferson à Presidência da República. Na mesma oportunidade, foi aprovado o registro da candidatura de Padre Kelmon, que era vice da chapa, que seguiu com as mesmas propostas do antigo candidato e por isso fez amplo uso da bandeira nacional, assim como Roberto Jefferson¹⁵¹.

¹⁴⁸ Idem.

¹⁴⁹ Oficialização pré-campanha eleitoral 2022. **Instagram**, Ciro Gomes. 20 jul 2022. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CgP_OOGr2yk/> Acesso em: 07 out 2022.

¹⁵⁰ VARGAS, Mateus. TSE derruba candidatura de Roberto Jefferson a presidente e aprova registro de Padre Kelmon. **Folha de São Paulo**, Brasília, 01 set 2022. <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/tse-derruba-candidatura-de-roberto-jefferson-a-presidente-por-condenacao-no-mensalao.shtml>> Acesso em 02 set 2022.

¹⁵¹ idem.

Figura 25: Roberto Jefferson fazendo ataques às instituições



Fonte: Folha de São Paulo¹⁵²

Figura 26: Candidato Padre Kelmon (PTB) 2022



Fonte: Instagram Padre Kelmon¹⁵³

Eymael (DC) fez uma campanha quase invisível em 2022. Sua campanha foi impactada pela reforma política que passou a impedir tempo de TV para partidos que tinham pouca representação dentro da Câmara, o candidato continuou usando as cores do Brasil e a bandeira durante sua campanha, assim como em 2018. Eymael não fez nenhum movimento na pré-campanha eleitoral, o que o deixou praticamente esquecido. Soraya Thronicke (UB) e o partido adotaram o símbolo na pré-campanha com a esfera e as cores que representam o Brasil.

Figura 27: Material campanha Eymael(DC) 2022

Figura 28: Material pré-campanha Soraya Thronicke (UB) 2022



Fonte: Instagram Eymael Oficial¹⁵⁴



Fonte: Instagram Soraya Thronicke¹⁵⁵

¹⁵² Idem.

¹⁵³ Material de pré-campanha. Padre Kelmon, **Instagram**. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CiALu0dsaMK/>> Acesso em: 20 set 2022.

¹⁵⁴ Material de pré-campanha. Eymael Oficial, **instagram**. 31 ago 2022. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Ch7tcJXJYbT/>> Acesso em: 22 out 2022.

¹⁵⁵ Material de pré-campanha. Soraya Thronicke, **instagram**. 03 ago 2022. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Cg0liKnO2Oh/>> Acesso em: 22 out 2022.

Os candidatos Vera Lúcia (PSTU); Leonardo Péricles (UP) e Sofia Manzano (PCB), não fizeram menção às cores e ao símbolo nacional. Podemos perceber que alguns candidatos de esquerda, pelo contrário, reafirmaram as bandeiras vermelhas, o que na conjuntura política em que a bandeira se tornou um símbolo de disputa relevante, significava uma escolha radical. O PCB, partido de Sofia Manzano, por exemplo, se classifica como comunista que luta pela transformação radical da sociedade atual e tem como objetivo mudar o sistema capitalista aderindo ao socialismo. Para isso seria necessário uma luta política e ideológica envolvendo a participação das massas trabalhadoras.¹⁵⁶ Segundo Marx, os comunistas se distinguem dos outros partidos apenas nas lutas nacionais dos proletários, traz à tona os interesses comuns de todos os trabalhadores independente de sua nacionalidade, lutando contra a burguesia de todo o globo.¹⁵⁷

Figura 29:Pré campanha Sofia Manzano (PCB) 2022



Fonte: Agência Brasil¹⁵⁸

Figura 30: Pré-campanha Leo Péricles (UP) 2022



Fonte G1¹⁵⁹

Figura 31: Pré-campanha Vera Lúcia (PSTU) 2022



Fonte: PSTU¹⁶⁰

¹⁵⁶Partido PCB. O que é o partido comunista. PCB. Disponível em: <<https://pcb.org.br/portal/docs/partidocomunista.html>> Acesso em: 20 nov 2022.

¹⁵⁷ MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Manifesto comunista**. 3. ed. São Paulo: Sundermann, 2017. p.31

¹⁵⁸ Lançamento pré-campanha Sofia Manzano (PSTU) <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2022-07/pcb-homologa-candidatura-de-sofia-manzano-presidencia>> Acesso em: 22 out 2022.

¹⁵⁹ CORTEZ, Lucas. Unidade Popular (UP) lança oficialmente Leonardo Péricles como candidato à Presidência da República. G1. Rio Grande do Norte. 24 jul 2022. Foto: Lucas Cortez. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/eleicoes/2022/noticia/2022/07/24/uniao-popular-up-lanca-oficialmente-leonardo-pericles-como-candidato-a-presidencia-da-republica.ghtml>> Acesso em: 22 out 2022.

¹⁶⁰ TSE concede registro da candidatura de Vera à presidência da República. Foto: Romerito Pontes. PSTU, redação 22 ago 2022. Disponível em: <<https://www.pstu.org.br/tag/vera-16/>> Acesso em: 22 out 2022.

É importante ressaltar que os partidos que usam a bandeira vermelha têm ideologias de extrema esquerda e, assim como a extrema direita, precisa da força das massas para que a revolução seja uma realidade. A bandeira comunista, a bandeira nacional foi utilizada pelos partidos e pelos candidatos como estratégia para manipular as paixões políticas em uma de suas fases de maior intensidade, as eleições, do mesmo modo são as revoltas ou revoluções, outorgadas ao fanatismo¹⁶¹. Para Tocqueville, cada sistema corresponde a uma paixão política dominante, como a virtude, a honra e o temor que participam da regulação do sistema¹⁶². Tanto as eleições de 2018 quanto as de 2022 foram regadas de sentimentos e afetos expressos pelas bandeiras, seja ela o símbolo nacional, a serviço de diferentes vieses ideológicos, ou aquelas explicitamente nomeadas como ideológicas, vinculadas às lutas contra a homofobia ou pela religião e pela família.

2.2 As campanhas eleitorais em rádio e TV

A campanha eleitoral de 2022 deveria seguir as regras publicadas pelo TSE em 30 de março de 2022, seguindo a lei nº 13.488, de 6 de outubro de 2017, que alterou as leis nº 9.504, de 30 de setembro de 1997 (Lei das eleições), 9.096, de 19 de setembro de 1995, e 4.737, de 15 de julho de 1965 (Código Eleitoral), e revogou dispositivos da Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015 (Minirreforma Eleitoral de 2015), a fim de promover reforma no ordenamento político-eleitoral¹⁶³. Sendo assim, a norma vigente na campanha permitia que fosse feita a propaganda eleitoral em blogs ou páginas da internet ou redes sociais das candidatas e candidatos, partidos políticos ou federações, desde que informados à Justiça Eleitoral. Publicações a favor ou contra as candidatas e candidatos feitas por eleitores não eram consideradas propaganda eleitoral, desde que não fosse pago para conseguir maior engajamento. O Art. 57, vedava explicitamente “a veiculação de qualquer tipo de propaganda eleitoral paga na internet, excetuado o impulsionamento de conteúdos, desde que identificado de forma inequívoca como tal e contratado exclusivamente por partidos, coligações e candidatos e seus representantes”¹⁶⁴.

¹⁶¹ANSART, Pierre. **A gestão das paixões políticas** / Pierre Ansart; tradução. Jacy Seixas. - Curitiba, PR: Ed. UFPR, 2019. p.11 - 12.

¹⁶² Ibid., p.12

¹⁶³ BRASIL. **Das alterações da legislação eleitoral**. Disponível em: <[¹⁶⁴ BRASIL. **Lei nº 13.488, de 6 de outubro de 2017**. Art. 57. Das alterações da legislação eleitoral. Disponível em: <\[48\]\(http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/L13488.htm#:~:text=%C3%89%20vedada%20a%20veicula%C3%A7%C3%A3o%20de,e%20candidatos%20e%20seus%20representantes.> Acesso em: 25 Jan 2022.</p></div><div data-bbox=\)](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/L13488.htm#:~:text=%C3%89%20vedada%20a%20veicula%C3%A7%C3%A3o%20de,e%20candidatos%20e%20seus%20representantes.> Acesso em: 25 Jan 2022.</p></div><div data-bbox=)

Já na lei de propaganda eleitoral no rádio e TV, a partir do dia 06 de agosto de 2022, as emissoras estavam proibidas de veicular propaganda política e transmitir imagens de pesquisas eleitorais ou qualquer outro tipo de consulta popular de natureza eleitoral. A regra valia também para conteúdo em forma de entrevista jornalística. Não era permitido tratamento privilegiado a determinada candidatura, legenda, federação ou coligação, veicular filmes, novelas e qualquer tipo de programa que fizesse insinuações ou críticas aos participantes da eleição, com exceção de programas jornalísticos ou debates políticos. Já o tempo da propaganda entre candidaturas era de competência das legendas, federações e coligações. Não eram permitidos cortes instantâneos ou qualquer tipo de censura prévia nos programas eleitorais gratuitos. O texto também vedava a exibição de propaganda que pudesse degradar ou ridicularizar candidatas e candidatos. De acordo com o calendário divulgado pelo TSE, a propaganda eleitoral gratuita para presidente da República; seria transmitida às terças, quintas-feiras e aos sábados, das 7h às 7h12m30 e das 12h às 12h12m30 no rádio; das 13h às 13h12m30 e das 20h30 às 20h42m30 na televisão, a partir do dia 26 de agosto até o dia 29 de setembro de 2022.¹⁶⁵

A campanha eleitoral na TV foi acompanhada e registrada pela plataforma do Globo Play pela internet e gravada pelo aplicativo Screen Recorder, selecionando o recurso de gravador de tela e o áudio dos programas eleitorais. As gravações foram organizadas por datas e armazenadas. O horário eleitoral em rádio e TV para candidatos às eleições de 2022, no primeiro turno, tiveram duração de doze minutos e trinta segundos, e a ordem e o tempo de veiculação foram decididos em audiência pública no dia 18 de agosto¹⁶⁶. Conforme definição do TSE, o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT) era o candidato com mais tempo disponível: de 3 minutos e 39 segundos por bloco. Jair Messias Bolsonaro (PL) teve o segundo maior espaço, foram 2 minutos e 38 segundos por bloco. Simone Tebet (MDB) teve 2 minutos e 20 segundos, Soraya Thronicke (UB), com 2 minutos e 10 segundos, Ciro Gomes (PDT), teve 52 segundos, Padre Kelson (PTB), 25 segundos e por último Felipe D'Ávila (NOVO) com 22 segundos. Eymael (DC), Léo Péricles (UP), Sofia Manzano (PCB) e Vera Lúcia (PSTU) não tiveram direito a tempo de TV e rádio porque seus partidos não atingiram a cláusula de barreira¹⁶⁷. Segundo o Senado Federal, essa cláusula é uma norma que impede ou restringe o funcionamento parlamentar ao partido que não alcançar determinado percentual de votos. O dispositivo foi aprovado pelo Congresso em 1995 para ter

¹⁶⁵ Idem.

¹⁶⁶ O plano de mídia da propaganda eleitoral dos candidatos a presidente da República é debatido em audiência pública. **Tribunal Superior Eleitoral** Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Agosto/plano-de-midia-da-propaganda-eleitoral-dos-candidatos-a-presidente-da-republica-e-debatido-em-audiencia-publica-808305>> Acesso em: 01 dez 2022.

¹⁶⁷ Tribunal Superior Eleitoral. **Resolução N° 23.706, de 23 de agosto de 2022**. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2022/resolucao-no-23-706>> Acesso em: 07 dez 2022.

validade nas eleições de 2006, mas foi considerado inconstitucional pela unanimidade dos ministros do Supremo Tribunal Federal (STF), sob o argumento de que prejudicaria os pequenos partidos¹⁶⁸. Antes, as legendas tinham acesso aos recursos do fundo partidário e ao tempo de propaganda de forma proporcional à votação obtida para a Câmara dos Deputados, mas não havia nenhum desempenho mínimo exigido. A emenda constitucional Nº 97, de 4 de outubro de 2017, passou a excluir os partidos que não atingiram o percentual mínimo de votos, o que antes não havia¹⁶⁹. O dispositivo entrou em vigor em 2018 e estabeleceu um aumento gradual das obrigações mínimas de desempenho impostas aos partidos¹⁷⁰.

A propaganda eleitoral na TV seguiu quase o mesmo modelo dos materiais de pré-campanha. Sendo assim, sabemos que os candidatos que utilizaram a bandeira ou as cores em algum momento foram: Luiz Inácio Lula da Silva, Jair Messias Bolsonaro, Simone Tebet, Padre Kelmon, Soraya Thronicke e Ciro Gomes. O candidato do NOVO, Luiz Felipe D'Ávila não usou as cores ou a bandeira nas propagandas. A seguir iremos analisar como cada candidato evoca o símbolo nacional e porque essa evocação é tão importante para moldar [ou para perceber como pretendiam moldar] o imaginário social.

À vista disso, Soraya Thronicke (UB) não utilizou falas sobre a bandeira nacional, mas manteve o slogan assim como da pré-campanha eleitoral, com a esfera azul da bandeira nacional em seu nome e os números com as cores do Brasil. Simone Tebet (MDB) usou a bandeira do Brasil sem a frase “Ordem e Progresso” e as estrelas em seu nome, na propaganda não usou a bandeira, focou mais em contar sua trajetória política, usando a mesma tática de Soraya (UB). Ciro Gomes (PDT) usou as cores do Brasil em seu nome de forma tímida e subliminar, em rápidas inserções no vídeo. A propaganda subliminar produz mensagens que influenciam as decisões dos eleitores e quem utiliza esse artifício conhece bem a estrutura psicológica do ser humano, elaborando artifícios para intrujar os indivíduos a fim de propagar seus ideais¹⁷¹. Padre Kelmon

¹⁶⁸Cláusula de Barreira. Senado notícias. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/glossario-legislativo/clausula-de-barreira>> Acesso em: 01 dez 2022.

¹⁶⁹ Emenda Constitucional nº 97. Altera a Constituição Federal para vedar as coligações partidárias nas eleições proporcionais, estabelecer normas sobre acesso dos partidos políticos aos recursos do fundo partidário e ao tempo de propaganda gratuita no rádio e na televisão e dispor sobre regras de transição. C.f. Emenda constitucional Nº 97, de 4 de outubro de 2017. Disponível em: <[¹⁷⁰ BARBIÉRI, Luiz Felipe. Cláusula de barreira: entenda o que é e como partidos podem superá-la se unindo em federações. **G1**. Brasília, 09 abr 2022. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/04/09/clausula-de-barreira-entenda-o-que-e-e-como-partido-s-podem-supera-la-se-unindo-em-federacoes.ghtml>> Acesso em: 10 jan 2023.](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/emendas/emc/emc97.htm#:~:text=Emenda%20Constitucional%20n%C2%BA%2097&text=Altera%20a%20Constitui%C3%A7%C3%A3o%20Federal%20para%20dispor%20sobre%20regras%20de%20transi%C3%A7%C3%A3o.> Acesso em: 10 jan 2023.</p></div><div data-bbox=)

¹⁷¹ SANTOS, Alexsandro dos; SILVA, Maria Lívia Campos; SILVA, Tiago Emanuel Alencar e. A Mensagem Subliminar na Propaganda. **SEMOG - Semana de Mobilização Científica**. UCSAL, Universidade Católica do Salvador. Out-2003. p.5.

(PTB) usou a bandeira nacional para falar de família e religião, além das cores em seu nome. Já o candidato Luiz Felipe D'Ávila não usou o símbolo na maioria das propagandas na TV.

Figura 32: Propaganda Eleitoral Soraya Thronicke (UB)



Fonte: OHF News¹⁷²

Figura 33: Propaganda Eleitoral Simone Tebet (MDB)



Fonte: OHF News¹⁷³

Figura 34: Propaganda Eleitoral Padre Kelmon (PTB)



Fonte: OHF News¹⁷⁴

Luiz Inácio Lula da Silva (PT) usou a bandeira na maior parte das propagandas de forma leve e em *frames*¹⁷⁵, exceto no dia 06 de setembro de 2022, quando a propaganda foi inteira dedicada ao símbolo para falar sobre o Bicentenário da Independência e criticar o adversário Bolsonaro do PL. A propaganda começou com a narração de Marieta Severo que afirmou que "O verde e o amarelo pertencem a todas as cores desse país. Nossa bandeira é nossa pátria, pátria amada. Não daqueles que propagam o ódio."¹⁷⁶ Em seguida Lula faz críticas ao Bolsonaro, nas quais diz que:

¹⁷² Propaganda Eleitoral (Presidente) - 27/08/2022. Soraya Thronicke (UB). **OHF News**. YouTube, 27 ago 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2T4V0xj9ghs>> Acesso em: 30 ago 2022.

¹⁷³ Propaganda Eleitoral (Presidente) - 27/08/2022. Simone Tebet (MDB). **OHF News**. YouTube, 27 ago 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2T4V0xj9ghs>> Acesso em: 30 ago 2022.

¹⁷⁴ Propaganda Eleitoral (Presidente) - 10/09/2022. Padre Kelmon (PTB). **OHF News**. YouTube, 10 set 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ME2hvQ4h2OE>> Acesso em: 10 set 2022.

¹⁷⁵ "É cada um dos quadros ou imagens fixas de um produto audiovisual. Em inglês, fala-se em "film frame" ou "vídeo frame", conforme o produto em questão tenha sido realizado em película (tecnologia cinematográfica) ou vídeo (tecnologia eletrônica, seja ela analógica ou digital)." **Dicionário inFormal** - Dicionário Online de Português. Disponível em: <<https://www.dicionarioinformal.com.br/frames/>> Acesso em: 10 Dez 2022.

¹⁷⁶ Propaganda Eleitoral (Presidente) - 06/09/2022. Lula (PT). **OHF News**. YouTube, 06 set 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=20jm6QmDFxQ>> Acesso em: 06 set 2022.

“O Brasil está completando 200 anos de independência. O 7 de setembro é para ser comemorado com alegria e união por todos brasileiros, infelizmente não é o que acontece hoje. Esse governo (Bolsonaro) abandonou o povo e vem destruindo o país. Eles usam nossa bandeira para mentir, pregar o ódio e incentivar a venda de armas. Eles ameaçam a nossa soberania, e soberania é a defesa do nosso território e nossas riquezas. É respeito à democracia. É povo feliz com comida na mesa e oportunidades. Eu tenho fê que o Brasil reconquistará a sua independência e voltará a ser respeitado pelo mundo.”¹⁷⁷

A propaganda ainda ressalta as propostas de campanha de Lula, que prometia manter os R\$600 do Auxílio Brasil, além de R\$150 para cada filho de até seis anos e o programa “Desenrola Brasil”, que é o programa de renegociação de dívidas e finaliza com a mensagem de Geraldo Alckmin. O candidato a vice-presidente também aparece no vídeo para falar sobre a soberania e a democracia, ele diz:

“Viva o 7 de setembro, viva a nossa independência. Porém vivemos um momento grave: nossa democracia e soberania estão sob ameaça. Se é o que está em jogo, precisamos nos unir, acima das diferenças. Do nosso lado tem lugar para todos os democratas, os verdadeiros patriotas desse país.”¹⁷⁸

A intenção desse conteúdo eleitoral, segundo a folha, era fazer um contraponto às manifestações organizadas por apoiadores de Jair Bolsonaro que foram encorajadas pelo próprio atual presidente que “sequestrou”, assim como fez com a bandeira nacional, as comemorações do bicentenário da independência¹⁷⁹. Ainda com falas emblemáticas sobre a bandeira, Lula (PT) usou a imagem do símbolo de forma delicada, sempre com seu slogan para dar ênfase, como vemos a seguir:

Figura 35: Propaganda Eleitoral Lula (PT)



Fonte: OHF News¹⁸⁰

¹⁷⁷ Idem.

¹⁷⁸ Idem.

¹⁷⁹ GIELOW, Igor. Bolsonaro mostra força de efeito duvidoso no 7 de setembro. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 07 set 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/bolsonaro-mostra-forca-de-efeito-duvidoso-no-7-de-setembro.shtml>> Acesso em: 10 out 2022.

¹⁸⁰ Propaganda Eleitoral (Presidente) - 06/09/2022. Lula (PT). **OHF News**. YouTube, 06 set 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=20jm6QmDFxQ>> Acesso em: 06 set 2022.

Já Jair Messias Bolsonaro (PL) desde o início, usou em sua campanha na TV as cores do Brasil. Na propaganda política obrigatória, o candidato usa predominantemente a bandeira, assim como em 2018, trazendo à tona o amor à pátria.

Figura 36: Propaganda Eleitoral Bolsonaro (PL)



Fonte: OHF News¹⁸¹

No dia 06 de setembro, não houve falas sobre o bicentenário da independência ou sobre a bandeira nacional, já que o candidato e atual presidente estava articulando manifestações para o dia seguinte. Segundo o jornal *Folha de São Paulo*, havia muitas pessoas nas ruas no ato de apoio à candidatura à reeleição, além de faixas em inglês e palanques para bolsonaristas com pedidos de impeachment de ministros do STF, intervenção militar e criminalização do comunismo¹⁸². Muitos brasileiros e brasileiras flertam com a intervenção militar e esse sonho sempre foi “possível” com a candidatura de Bolsonaro e seu vice Hamilton Mourão, General da reserva do Exército Brasileiro em 2018. E mais uma vez, Bolsonaro colocou como seu vice em 2022, um militar: Braga Neto, outro general da reserva do exército. Bolsonaro usa esse artifício para potencializar valores conservadores, os valores da família tradicional e a liberação do uso de armas. Usou em 2018 e 2022 o mesmo slogan “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, buscando sempre o patriotismo desmedido - quase uma paixão cega - por meio dos símbolos nacionais, o que nitidamente tem relação com discursos fascistas.

¹⁸¹ Propaganda Eleitoral (Presidente) - 27/08/2022. Jair Bolsonaro (PL). **OHF News**. YouTube, 27 ago 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2T4V0xj9ghs>> Acesso em: 30 ago 2022.

¹⁸²Atos no 7 de setembro pelo país incluem faixas golpistas em inglês e palanque para bolsonaristas. **Folha de São Paulo**. Ribeirão Preto, Salvador, São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba, Porto Alegre e Recife, 07 Set 2022. <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/atos-no-7-de-setembro-pelo-pais-incluem-faixas-golpistas-em-ingles-e-palanque-para-bolsonaristas.shtml>> Acesso 08 set 2022.

Como sabemos, no fascismo italiano Mussolini defendia o Estado e as tradições nacionais¹⁸³, os discursos fascistas eram conservadores. Hitler, por exemplo, se apresentava como o revolucionário mais conservador do mundo. Segundo M. Maruyama, citado por João Bernardo, “o fascismo se mascara frequentemente com a imagem dos seus inimigos” e manipula a versatilidade das palavras. Portanto, o fascismo nunca foi uma política tradicional e sim uma fantasia política, assim como um teatro, se apresentando como a única verdade, em um vocabulário harmonioso¹⁸⁴. Os governos fascistas têm como estratégia a propaganda em órgãos midiáticos, ou modernamente em redes sociais e a propaganda passa a ser a única realidade para o indivíduo, tudo que estiver fora desse círculo é dado como *Fake News*, a única fonte confiável é a do partido ou grupo ideológico¹⁸⁵. Além disso, esses governos têm como característica a exaltação do nacionalismo e do militarismo, sendo os principais objetivos a tomada do poder por meio das eleições e uso da violência no combate ao “socialismo”.

Os símbolos nacionais são tomados pela extrema-direita por serem parte de uma estratégia que confunde o Estado e a nação com o partido e coloca uma escolha para o eleitor: ou você é brasileiro e está ao meu lado ou você não é patriota. Colocam-se como os únicos e verdadeiros defensores da nação. Em 2018, em sua conta no Twitter, Bolsonaro se refere aos eleitores do PT como “vermelhos” e diz: “Vamos varrer do mapa os bandidos vermelhos do Brasil” e se referia a ele e seus apoiadores como “o Brasil de verdade”.¹⁸⁶ Tendo isso em vista, um signo remete a valor, um símbolo tem efeito de sentido que podem ser percebidos de várias maneiras, em diferentes horizontes sociais de valores¹⁸⁷. Por isso, qualquer objeto pode se tornar um signo, se for carregado de valor, já que dependerá da vivência social de cada indivíduo. Posto isto, percebemos que a extrema direita brasileira se apropria desses artifícios, tanto em suas falas nas redes sociais como no horário político eleitoral na TV e no rádio, quanto as próprias instituições para moldar o imaginário do eleitor, inflamando a população com seus ideais nacionalistas e usando a força nacional a seu favor.

¹⁸³ BERNARDO, João. **Labirintos do fascismo**: na encruzilhada da ordem e da revolta. 2ª Edição. Porto, 2015. p.13-23

¹⁸⁴ Ibid., p.23

¹⁸⁵ SOUZA, Felipe Freitas de. Como o fascismo funciona: a política do Nós contra Eles. **Revista Espaço acadêmico** - n.211 - dezembro 2018.p. 118

¹⁸⁶ GORTÁZAR, Naiara Galarraga; MENDONÇA, Heloísa. Bolsonaro a milhares em euforia: “vamos varrer do mapa os bandidos vermelhos”. **El país**. São Paulo, 22 out 2018. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/22/actualidad/1540162319_752998.html> Acesso em: 26 Dez 2022.

¹⁸⁷ FARACO, Carlos Alberto. **Linguagem & Diálogo**. As ideias do Círculo de Bakhtin. São Paulo: Parábola Editorial, 2009. p. 54

2.3 O uso eleitoral das novas mídias: desafios do tempo presente

A disseminação de conteúdos de desinformação nas novas mídias, assim como no *WhatsApp* e no *Telegram*, continua sendo um desafio e vem ganhando espaço desde as eleições de 2018. O TSE (Tribunal Superior Eleitoral), proíbe a prática de disparos em massa¹⁸⁸ e o próprio aplicativo de mensagem, em tese, veta em suas regras o envio automático, serviços terceirizados ainda são oferecidos via internet. Em 2018, reportagens da *Folha de São Paulo* revelaram que empresas estavam comprando pacotes de disparos de mensagens em massa contra o PT (Partido dos Trabalhadores)¹⁸⁹. A partir disso, o TSE proibiu a prática na eleição seguinte e determinou que mensagens políticas só poderiam ser enviadas “para endereços cadastrados gratuitamente pelo candidato, pelo partido ou pela coligação, observadas as disposições da Lei Geral de Proteção de Dados quanto ao consentimento do titular” (Res.-TSE nº 23.610/2019, art. 28, III)¹⁹⁰.

As novas mídias são as estratégias mais recentes da comunicação eleitoral e são cada vez mais importantes na comunicação política, mesmo que as mídias tradicionais continuem desempenhando esse papel de maneira dominante.¹⁹¹ Segundo Antonia Barriga, citada por Leonardo Ferreira Sousa, a estratégia das mídias sociais leva as propostas dos candidatos a debates públicos e dá uma sensação de proximidade entre candidato e eleitor. O Facebook, o Twitter, o Instagram, o WhatsApp e o Telegram não substituem a televisão por completo, mas andam em conjunto com a nova mídia na realização de campanhas e os políticos acabam se vendo obrigados a se comunicar tanto pelas redes como pelas mídias tradicionais¹⁹². Segundo Gilboa, citado por Cirino; Leite; Nogueira, a internet sofre pouco com as limitações de espaço presente na mídia escrita e falada convencional, é um modo rápido de comunicação, que permite funções de

¹⁸⁸Resolução sobre propaganda prevê punição para desinformação e disparo em massa de mensagens. **Tribunal Superior Eleitoral**. 05 jan 2022. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Janeiro/resolucao-sobre-propaganda-nas-eleicoes-2022-ja-preve-punicao-para-desinformacao-e-disparo-em-massa-de-mensagens-on-line>> Acesso em: 04 jun 2022.

¹⁸⁹ MELLO, Patrícia Campos. Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 18 out 2018. Política, Eleições 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contr-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>> Acesso em: 04 jul 2022.

¹⁹⁰ Brasil. Lei geral de proteção de dados (2018). 2. Proteção de dados pessoais – Brasil. 3. Processo eleitoral – Brasil. I. Brasil. Presidência da República. Autoridade Nacional de Proteção de Dados Pessoais. II. Brasil. **Tribunal Superior Eleitoral**. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/hotsites/catalogo-publicacoes/pdf/guia-orientativo-aplicacao-da-igpd.pdf>> Acesso em: 04 jul 2022.

¹⁹¹ SOUSA, Leonardo Ferreira. **Eleições presidenciais de 2021: as redes sociais online como plataforma de informação e influência**. (tese de mestrado) Instituto universitário de Lisboa. Departamento de Sociologia. 2021. Pp.16

¹⁹² Idem.

multimídia e de interações, onde não está sujeita a regulações e tem um custo baixo de manutenção¹⁹³.

Desse modo, a comunicação política é essencial para que o candidato tenha capacidade de convencer o eleitor, tanto pelas mídias tradicionais quanto pelas novas mídias. Desde o início da modernidade, até mais da metade do século XX, o uso da palavra detinha o poder, o convencimento estava ligado à capacidade argumentativa, à retórica e não ao imaginário. A imagem não era a estrela, ela ocupava lugar apenas ilustrativo. O primeiro passo para a construção do imaginário coletivo foi perceber que as imagens produziam efeitos eminentemente maiores na aceitação de determinados produtos¹⁹⁴. Baczko identifica que o domínio do imaginário e do simbólico é uma estratégia importante para o poder político e que as situações de conflito entre poderes estimulavam a invenção de novas técnicas de combate no domínio do imaginário, sendo constituído por uma imagem negativa do adversário, procurando invalidar a sua legitimidade¹⁹⁵. A invenção de novas técnicas, assim como a sofisticação e o aperfeiçoamento, envolvia “a passagem do simples manejo dos imaginários sociais e sua manipulação cada vez mais sofisticada e especializada.”¹⁹⁶

É importante destacar que as mídias tanto digitais quanto tradicionais tiveram um papel importante durante o governo Dilma Rousseff (2011 - 2016), principalmente nos protestos contra o aumento da tarifa do transporte público e nos movimentos contra o governo Dilma, após a reeleição em 2014, quando aconteceu uma onda de protestos contra o PT, que tiveram impulso pelas notícias do “Petrolão”, já citado neste trabalho, difundindo os símbolos nacionais nos protestos. Essas manifestações foram articuladas pelas redes sociais que já se tornaram instrumentos e espaço de mobilização social¹⁹⁷. Por conseguinte, nas eleições de 2018, as mídias digitais tornaram-se o principal canal de debate e discussões durante as campanhas eleitorais e tiveram um papel fundamental na campanha que tornou possível a vitória de Jair Messias Bolsonaro, o qual desenvolveu campanha centrada no uso de redes sociais: YouTube, Twitter e WhatsApp. O uso de aparelhos celulares com internet foi um grande facilitador da informação

¹⁹³ CIRINO, Thais Emmanuelle da Silva; LEITE, Alexandre César Cunha; NOGUEIRA, Silvia Garcia. Mídia e política externa brasileira: a diplomacia midiática na crise do impeachment de Dilma (2016). *Intercom - Rbccc*, São Paulo, v. 42, n. 1, p. 57-71, abr. 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/DS5Y3Q6zsjQSb5cwPKMBYcL/?lang=pt#..> Acesso em: 1 out. 2021. p.67

¹⁹⁴ OLIVEIRA, Raphael. *Otimismo em tempos de repressão*: A publicidade inspirada na propaganda do Governo Médi. (tese de mestrado) Universidade Federal Fluminense. Instituto de Ciências Humanas e Filosofia. Niterói, Rio de Janeiro, 2014. p.17-18.

¹⁹⁵ BACZKO, Bronislaw. *A imaginação social*. In: Leach, Edmund et Alii. *Anthropos-Homem*. Lisboa, Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985. p. 300.

¹⁹⁶ Idem.

¹⁹⁷ SILVA, Diessika Costa; NORONHA, Gilberto Cezar de; Os signos emocionais e a gestão das paixões políticas: sobre os (des)usos dos símbolos nacionais no governo Bolsonaro. *Boletim Historiar*, vol. 09, n. 04. Out./Dez. 2022. p.08. Disponível em: <<http://seer.ufs.br/index.php/historiar>> Acesso em: 02 jan 2022.

rápida a qualquer momento e isso popularizou tanto seu uso como também popularizou as notícias em tempo real, o que contribuiu para a redefinição do jogo político partidário¹⁹⁸. Em 2018, o Instituto DataSenado, em conjunto com as ouvidorias da Câmara dos Deputados e do Senado Federal, desenvolveu uma pesquisa sobre a influência das redes sociais como fonte de informação para os eleitores. Foram entrevistadas 2.400 pessoas, sendo que 45% afirmaram ter decidido seu voto por meio de informações vistas em alguma rede social¹⁹⁹.

Com isso, surgiram as discussões sobre *Fake News* ou notícias falsas, que tomaram conta das redes sociais em períodos eleitorais e que se proliferaram na tentativa de identificação. O que impulsiona essas notícias falsas é o sentimento de pertencimento, o companheirismo incentiva os compartilhamentos, isto é, existe um comportamento emocional para que as Fake News sejam disseminadas²⁰⁰. Além disso, as novas mídias abriram portas para a criação e produção de notícias falsas, pela velocidade e praticidade. É importante frisar que as notícias falsas sempre existiram, mas por meio da *internet* atingiu novos patamares por passarem pela formação da opinião pública em torno das políticas públicas, ondas de violências coletivas ou até mesmo pela pandemia de Covid-19²⁰¹.

No dia 28 de setembro de 2022, em transmissão nas suas redes sociais, Bolsonaro disseminou *Fake News* sobre votação com a camisa da seleção brasileira, alegando que poderia determinar que as forças armadas fechassem seções eleitorais no dia da eleição caso os eleitores fossem impedidos pelo TSE de entrar nas seções com camisas verde e amarela- e convocou os eleitores para irem votar com as cores da bandeira do Brasil. Numa reunião da Comissão de Transparência das Eleições com as entidades do Observatório da Transparência da Eleições; um participante havia pedido veto ao uso de camisas da seleção brasileira por mesários, mas a ideia não foi levada adiante e nunca se cogitou a ideia de proibição de roupas verde e amarelas por eleitores²⁰².

¹⁹⁸ OLIVEIRA, Wilson José Ferreira de. Mídias digitais, participação política e protestos anticorrupção. **Estud. sociol. Araraquara** v.26 n.50 p.277-299 jan.-jun. 2021. Pp. 291.

¹⁹⁹ BAPTISTA, Rodrigo. Redes Sociais influenciam voto de 45% da população, indica pesquisa do DataSenado. **Senado Notícias**, 12 dez 2019. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/12/12/redes-sociais-influenciam-voto-de-45-da-populacao-indica-pesquisa-do-datasenado>> Acesso em: 20 Dez 2022.

²⁰⁰ MENDONÇA, Ricardo Fabrino; FREITAS, Viviane Gonçalves; AGGIO, Camilo de Oliveira; SANTOS, Nina Fernandes. Fake News e o repertório contemporâneo de ação política. **Dados**, Rio de Janeiro, vol.66 (2): e20200213, 2023. Pp. 6.

²⁰¹ Ibid., Pp. 10.

²⁰² MACHADO, Renato. Bolsonaro usa fake news para dizer que Forças Armadas podem fechar seção eleitoral. **Folha de São Paulo**. Brasília, 28 set 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/bolsonaro-usa-fake-news-para-dizer-que-forcas-armadas-podem-fechar-secao-eleitoral.shtml?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_campaign=twfolha> Acesso em: 16 jan 2023.

Com base nisso, o TSE tentava regulamentar e controlar as *Fake News* nesses momentos de maior intensidade das paixões políticas, oferecendo ferramentas para combater a desinformação, sendo uma delas a página *Fato ou Boatos*, que desmentia inverdades propagadas na internet contra o sistema de votação e fornecia informações corretas e verdadeiras vindas da Justiça Eleitoral. O TSE desenvolveu em conjunto com o WhatsApp um assistente virtual que promove acesso a informações sobre o processo eleitoral, também dá a opção de seguir os perfis do TSE nas redes, como: Instagram, Facebook, Twitter, Flickr, Youtube e TikTok, os quais esclarecem várias dúvidas sobre o processo eleitoral²⁰³.

Outro ponto que merece ser discutido é a utilização das *lives* feitas semanalmente por Jair Bolsonaro na campanha eleitoral, disseminando signos e linguagem informal. A respeito da projeção midiática Bolsonaro parece ter sido o candidato que melhor soube tirar vantagem da polarização social, desde 2018, do alcance e da força das plataformas digitais, ao usar a bandeira nacional como metáfora identitária, Bolsonaro cria novamente o ideal patriótico da população, de maneira que eleger o PT seria uma ameaça ao conceito de nação e negação dos valores nacionais²⁰⁴. Tanto em 2018 quanto em 2022, Bolsonaro faz os mesmos usos da Bandeira Nacional em suas *lives*, com a mesma estética em um cenário que dá a impressão de ser “improvisado”.

Figura 37: Última live Bolsonaro antes do segundo turno 2018



Fonte: Canal YouTube, Jair Bolsonaro²⁰⁵

Figura 38: Live Bolsonaro 2022



Fonte: Canal Youtube, Jair Bolsonaro²⁰⁶

No primeiro vídeo de 2018, Bolsonaro aparecia do lado do seu amigo e companheiro Hélio

²⁰³ Justiça Eleitoral oferece ferramentas para combater a desinformação. **Tribunal Superior Eleitoral**. 19 jul 2022. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Julho/justica-eleitoral-oferece-ferramentas-para-combater-a-desinformacao-286936>> Acesso: 29 Dez 2022.

²⁰⁴ BENTO, Camila da Costa. **Uma análise do discurso político de Bolsonaro que contribuiu para a chegada da extrema-direita brasileira ao poder**. Tese (mestrado em estudos lusófonos) - Faculdade de artes e letras, universidade Beira interior. Portugal, 2020.p.73.

²⁰⁵ Bolsonaro: última live antes do segundo turno. Canal: **Jair Bolsonaro**. Youtube, 27 out. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2py6E3U2wCc&t=901s>> Acesso em: 21 nov. 2021.

²⁰⁶ Bolsonaro: Live - Pr Bolsonaro 25/09/2022. Canal: **Jair Bolsonaro**. Youtube, 25 set 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=FaNbAbr070o>> Acesso em: 18 jan 2022.

Lopes, sinalizando também patriotismo com a camisa escrito “minha cor é o Brasil”, eleito em primeiro turno o deputado federal mais votado do Rio de Janeiro. No segundo vídeo, já nas eleições de 2022, Bolsonaro não tão descontraído começa o vídeo pedindo atenção aos candidatos a governadores e deputados que estava apoiando. Podemos perceber, no geral, que a estratégia das mídias digitais continua igual e o objetivo também continua o mesmo, reforçar sua imagem no imaginário social, colocar-se próximo ao eleitor e transmitir sentimento de igualdade e amor à pátria, visto que não abandona o símbolo nacional, que transmite sentimento apenas de aparecer no quadro. A linguagem não verbal constitui uma projeção de sentimentos e constrói um cenário ideológico. Não são apenas palavras e declarações escritas que despertam as emoções. Os gestores das sensibilidades políticas investem na gestão do espaço, pela criação de lugares emocionais de forma que os portadores de afetos, silenciosamente, participam da formatação das atitudes coletivas²⁰⁷. “A ideologia materializa-se no discurso que, por sua vez, é materializado pela linguagem em forma de texto; e/ou pela linguagem não-verbal, em forma de imagens.”²⁰⁸

A atuação das redes sociais na política é uma realidade do tempo presente e se converte em um desafio para os historiadores políticos, já que se tornou uma ferramenta barata e rápida para reprodução de ideologias e sentimentos políticos. E como seria possível o historiador trabalhar com esses arquivos que podem se perder em um piscar de olhos? Como lidar com essa quantidade de informações disparadas simultaneamente e como acessar esses conteúdos são algumas questões que devemos responder e aprender a lidar ao longo do tempo.

²⁰⁷ ANSART, Pierre. **A gestão das paixões políticas** / Pierre Ansart; tradução. Jacy Seixas. - Curitiba, PR: Ed. UFPR, 2019. Pp. 80-81.

²⁰⁸ FERNANDES, Cleudemar Alves. **Análise do Discurso reflexões introdutórias**. São Carlos: 2 ed. Claraluz, 2008. p.14.

3 Mídias e Imaginário social

Neste capítulo pretendemos analisar como os símbolos nacionais são explorados e como a mídia pretende manipular o imaginário social por meio de imagens e símbolos a partir das paixões políticas, onde os atores políticos pretendem mobilizar as paixões com um conjunto ideológico, que usa a eficácia emocional das mensagens para atrair seu eleitorado. Essa ideologia política, segundo Ansart, é um sistema ordenado e coerente do imaginário coletivo, que associa a ideia de paixão, as representações e os afetos. São sistemas de representações que resumem a interpretação da situação e denomina os objetivos a serem seguidos e os mecanismos para realizá-los e é aí que entrelaçam as linguagem e os sentimentos²⁰⁹. Além disso, Pierre Bourdieu entende que “as ideologias devem a sua estruturas e as funções mais específicas às condições sociais da sua produção e da circulação”, isto é, a ideologia não atende apenas aos interesses específicos de classe, mas também aos interesses daqueles que produzem a lógica específica do campo de reprodução²¹⁰. Esses discursos aparecem de forma mascarada e só têm força por aparecerem de forma irreconhecível de relações de sentidos. O que faz o poder das palavras valer é a crença na legitimidade das palavras daquele que as pronuncia²¹¹, melhor dizendo, tudo depende de quem está falando e o lugar de fala.

A imagem dos candidatos é elemento chave das campanhas eleitorais por terem impactos significativos nos resultados eleitorais. Avaliações não-verbais de elementos das campanhas divulgados tanto nas mídias tradicionais quanto nas novas mídias têm impacto na influência dos candidatos. A imagem é um atalho cognitivo que auxilia na decisão quando falta informação para o processo decisório eleitoral, segundo Castro citado por Buckstegge²¹². A avaliação no processo decisório pode ser feita por meio da evocação de informações na memória de cada indivíduo, não é por acaso que o ex-presidente Lula adotou em seus discursos e na propaganda eleitoral a frase “Para o Brasil voltar a ser feliz outra vez”. Nesta frase existe o discurso da memória que permite que o indivíduo se lembre da época em que Lula foi presidente de maneira que o eleitor não perceba que está se lembrando como era antes.

²⁰⁹ OLIVEIRA, Wilson José Ferreira de. Mídias digitais, participação política e protestos anticorrupção. **Estud. sociol. Araraquara** v.26 n.50 p.277-299 jan.-jun. 2021. Pp. 78.

²¹⁰ BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Tradução: Fernando Tomaz. Rio de Janeiro, RJ: Ed. Bertrand Brasil S.A, 1989. Pp. 13

²¹¹ *Ibid.*, Pp.15

²¹² BUCKSTEGGE, Jaqueline Kleine. **A construção do voto**: análise do processo decisório nas eleições presidenciais em 2014. 2016. Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós-graduação em Ciência Política, Universidade Federal do Paraná, Curitiba. 2016. Pp. 48.

É importante destacar o papel das mídias tradicionais, assim como a Folha de São Paulo nesta disputa eleitoral. O jornal por meio de sua plataforma digital traz reportagens em que a bandeira nacional é ligada diretamente com os movimentos bolsonaristas, a maioria dessas reportagens informam que os manifestantes estão usando a bandeira e as cores do Brasil. Já em outras reportagens assim como a matéria: “Bandeira do Brasil substitui material de campanha em SC e vira selo do Bolsonarismo”²¹³, a Folha diz que “Turbinado pelos atos do 7 de Setembro, o símbolo está em sacadas e janelas de casas e carros, tornando-se um rótulo de que naquela residência, veículo ou estabelecimento comercial há um eleitor de Bolsonaro.” Portanto, o jornal tenta indicar aos seus leitores de forma cuidadosa que o símbolo nacional estava de fato nas mãos da extrema direita.

A mídia tradicional percebeu o “sequestro” das cores e da bandeira nacional, mas as publicações em 2020 eram raras por parte da Folha. Em maio de 2019, aparentemente a população já se sentia incomodada com essa apropriação indevida da bandeira e das cores, foi quando os internautas começaram a adotar as bandeira do Brasil nos perfis de suas redes sociais para contrapor a ‘apropriação’ do símbolo nacional por bolsonaristas, que antes era usado apenas por internautas com ideologias conservadoras, começou a ser usado por todos para conter o avanço da tomada do símbolo nacional²¹⁴.

Bolsonaro de fato tomou a bandeira como slogan e símbolo de seu governo desde 2018. Em outubro de 2022, antes do segundo turno das eleições, o presidente mandou estender uma bandeira do Brasil gigante no Palácio do Planalto, ocupando grande parte da fachada, e disse que “ninguém teria coragem de tirar”. A fala aconteceu em apoio a igreja Assembleia de Deus de Belém do Pará, que tinha colocado uma bandeira enorme do Brasil na entrada em apoio ao então candidato Jair Bolsonaro. A campanha de Lula (PT) fez o pedido à justiça para retirada da bandeira alegando ser propaganda eleitoral. Na ocasião, Bolsonaro havia prometido em uma das suas transmissões ao vivo por meio das redes sociais que estenderia a bandeira “em sua casa”, e não no Planalto²¹⁵. Em um vídeo também nas redes sociais, o filho de Bolsonaro, Flavio Bolsonaro

²¹³ FONSECA, Caue. Bandeira do Brasil substitui material de campanha em SC e vira selo do Bolsonarismo. **Folha de São Paulo**. Chapecó, 12 out 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/10/bandeira-do-brasil-substitui-material-de-campanha-em-sc-e-vira-selo-de-bolsonarismo.shtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

²¹⁴ MARRA, Renan. Internautas adotam bandeira do Brasil nas redes contra ‘apropriação’ dos símbolos nacionais por bolsonaristas. **Folha de São Paulo**. 19 mai 2020. Disponível em: <https://hashtag.blogfolha.uol.com.br/2020/05/19/internautas-adotam-bandeira-do-brasil-nas-redes-contra-apropriacao-do-simbolo-nacional-por-bolsonaristas/?utm_source=mail&utm_medium=social&utm_campaign=undefinedmail> Acesso em: 18 jan 2023.

²¹⁵ MACHADO, Renato. Bolsonaro manda estender bandeira gigante no Planalto e diz que ninguém terá coragem de tirar. **Folha de São Paulo**. Brasília, 14 out 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/10/bolsonaro-manda-estender-bandeira-gigante-no-planalto-e-diz-que-ninguem-tera-coragem-de-tirar.shtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

(PL-RJ), exaltou a colocação da bandeira do Brasil e escreveu “Nossa bandeira jamais será vermelha”²¹⁶, repetindo uma frase dita por seu pai no dia 01 de janeiro de 2019, durante a posse²¹⁷.

Figura 39: Bandeira do Brasil estendida no Palácio do alvorada 2022



Fonte: Estado de Minas²¹⁸

Isso reafirmava o apelo de Flávio Bolsonaro em julho de 2022, nas pré-campanhas eleitorais, quando pedia para que os apoiadores colocassem bandeiras do Brasil em suas casas como ato de apoio ao governo²¹⁹, ativando novamente o imaginário e reativando o sentimento desmedido de patriotismo e as bandeiras ideológicas defendidas pelo então candidato à presidência da República. A ação gerou opinião pública por parte da mídia, a Folha diz:

“Desde 1987, os dois palácios são considerados Patrimônio Cultural da Humanidade pela Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura). Por isso, não podem ter suas dinâmicas arquitetônicas desrespeitadas.”²²⁰

No dia 21 de outubro de 2022, a bandeira foi rasgada e derrubada pela força do vento e consequentemente retirada do Palácio; a Secretária-Geral da Presidência informou por meio de nota que a bandeira seria substituída²²¹, o que nunca aconteceu. Gustavo Castro, ao citar Eugenio

²¹⁶ Idem.

²¹⁷ Bolsonaro: "Bandeira só será vermelha se for preciso nosso sangue". Uol. 01 jan 2019. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/01/01/bolsonaro-bandeira-so-sera-vermelha-se-for-preciso-nosso-sangue.htm?cmpid=copiaecola>> Acesso em: 25 jan 2023.

²¹⁸ MACHADO, Renato. Bolsonaro manda estender bandeira gigante no Planalto e diz que ninguém terá coragem de tirar. **Estado de Minas**. 14 out 2022. <https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/10/14/interna_politica.1407448/bolsonaro-manda-estender-bandeira-e-diz-que-ninguem-tera-coragem-de-tirar.shtml> Acesso em: 18 jan 2023.

²¹⁹ MESTRE, Gabriela. Campanha de Bolsonaro divulga convite do lançamento de candidatura. **Poder 360**, 16 jul 2022. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/brasil/campanha-de-bolsonaro-divulga-convite-do-lancamento-de-candidatura/>> Acesso em: 04 out 2022.

²²⁰ Bandeira do Brasil é retirada da fachada do Palácio do Planalto. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 03 nov 2023. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/11/bandeira-do-brasil-e-retirada-da-fachada-do-palacio-do-planalto.shtml>> Acesso em: 10 jan 2023.

²²¹ Idem.

Montale, indica que toda imagem conduz o homem para outra esfera, sendo a imagem uma efetiva forma de comunicação²²². Além disso, o imaginário social opera por meio de um sistema simbólico que se baseia nas experiências afetivas dos indivíduos. Sua potência é eficaz por sua eficiência no processo de interiorização de valores e conceitos por parte do indivíduo e pela junção dos conceitos de verdade e normatividade²²³. Para Baczko, os símbolos mais instáveis estão fixados em necessidades profundas e acabam se tornando uma razão de existir e agir para os indivíduos e para os grupos sociais²²⁴.

Além da manipulação do imaginário com as imagens, Jair Bolsonaro usou o discurso para inflar ataques à democracia. O candidato, desde 2018, colocava em dúvida o sistema eleitoral brasileiro e em julho de 2021 disse que poderia não aceitar o resultado das eleições de 2022, defendendo o voto impresso e afirmando que Aécio Neves (PSDB) teria derrotado Dilma Rousseff (PT) nas eleições de 2014²²⁵. Quatro dias antes das eleições, no dia 28 de setembro de 2022, o partido de Bolsonaro, PL, questionou a segurança das urnas eletrônicas no momento em que Bolsonaro aparecia em segundo lugar nas pesquisas eleitorais²²⁶ e após Bolsonaro declarar, na sabatina das eleições no Jornal da Record, que não haveria problema em aceitar a derrota após um pleito com “eleições limpas”. Ao ser questionado como seria possível provar isso, diz que “o outro lado não tem como provar que o processo foi sério também.”²²⁷ Seria tudo uma questão de narrativas, dando de entender que se não saísse vencedor do pleito, iria questionar o resultado, manipulando as paixões políticas para que seus apoiadores acreditassem num possível golpe militar.

Após a apuração do primeiro turno, Bolsonaro questionou o resultado registrado pelo TSE em que o candidato acabou com 43,2% contra 48,4% do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva (PT). O então presidente voltou a falar sobre as eleições de 2014 afirmando que Aécio Neves

²²² CASTRO, Gustavo. Imaginário, literatura e mídia. In: **Mídia e Imaginário**. Org. Gustavo de Castro. Intr. Sérgio Dayrell Porto. – São Paulo: Annablume, 2012. p.52

²²³ OLIVEIRA, Selma Regina Nunes. Imaginário e narrativa. In: **Mídia e Imaginário**. Org. Gustavo de Castro. Intr. de Sérgio Dayrell Porto. – São Paulo: Annablume, 2012. p. 60

²²⁴ BACZKO, Bronislaw. **A imaginação social**. In: Leach, Edmund et Alii. *Anthropos-Homem*. Lisboa, Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985. p. 311.

²²⁵ Bolsonaro diz que pode não aceitar o resultado de 2022 e volta a mentir sobre eleições de 2014. **Carta Capital**. 07 jul 2021. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/bolsonaro-diz-que-pode-nao-aceitar-o-resultado-de-2022-e-volta-a-mentir-sobre-eleicoes-de-2014/>> Acesso em: 18 jan 2023.

²²⁶ VARGAS, Mateus; CHAIB, Julia; HOLANDA, Marianna. Partido de Bolsonaro questiona urnas as vésperas da eleição, e TSE chama relatório de mentiroso. **Folha de São Paulo**. Brasília, 28 set 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/partido-de-bolsonaro-questiona-urnas-as-vesperas-da-eleicao-mas-faz-jogo-duplo-e-acena-a-tse.shtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

²²⁷ TEIXEIRA, Matheus; MACHADO, Renato. Bolsonaro diz que ‘vai esperar resultado’ para reconhecer o pleito e acusa TSE de atrapalhar campanha. **Folha de São Paulo**. Brasília, 26 set 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/bolsonaro-diz-que-vai-esperar-resultado-para-reconhecer-pleito-e-acusa-tse-de-atrapalhar-campanha.shtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

(PSDB) venceu o pleito, o que já havia sido desmentido por Aécio²²⁸, colocando em dúvida novamente o sistema eleitoral. Após a derrota de Bolsonaro (PL) com 49,10% dos votos válidos em que Lula (PT), com 50,90%²²⁹, saiu vitorioso no segundo turno das eleições de 2022, apoiadores extremistas de Jair Bolsonaro, já inflados pelos discursos antidemocráticos do mandatário, realizaram manifestações com teor golpista em ao menos 18 estados e no Distrito Federal e montaram acampamentos na porta dos Quartéis Gerais para protestar contra o resultado das eleições presidenciais.²³⁰ Todos os manifestantes usavam a camisa da seleção brasileira e portavam nas mãos a Bandeira do Brasil e faixas pedindo intervenção federal.

Figura 40: Apoiadores de Bolsonaro protestam contra o resultado das eleições de 2022 em Manaus



Fonte: Folha de São Paulo²³¹

Foram criados grupos no WhatsApp e no Telegram para incentivar as manifestações e orientar os participantes a não citarem o nome de Bolsonaro, número do presidente nas urnas e o slogan da campanha. Os principais acampamentos eram em frente aos quartéis de São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre e Brasília.²³² No dia 12 de Dezembro de 2022, dia da diplomação de Lula,

²²⁸ TEIXEIRA, Mateus. Bolsonaro questiona sem provas apuração do 1º turno e recicla teoria já desmentida. **Folha de São Paulo**. Brasília, 05 out 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/10/bolsonaro-questiona-sem-provas-apuracao-do-1o-turno-e-recicla-teoria-ja-desmentida.shtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

²²⁹ Eleições 2022. Apuração. Uol notícias. 30 out 2022. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/apuracao/2turno/>> Acesso em: 18 jan 2022.

²³⁰ FEITOSA, César; MARCHESINI, Lucas; OLIVEIRA, Thaísa. Generais evitam condenar apoiadores de Bolsonaro. **Folha de São Paulo**. Brasília, 03 nov 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/11/generais-evitam-condenar-atos-golpistas-de-apoiadores-de-bolsonaro.shtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

²³¹ FEITOSA, César; MARCHESINI, Lucas; OLIVEIRA, Thaísa. Generais evitam condenar apoiadores de Bolsonaro. **Folha de São Paulo**. Brasília, 03 nov 2022. Foto: ALVES, Julcemar/Onzex Press - 02 nov 2022/Agência Globo. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/11/generais-evitam-condenar-atos-golpistas-de-apoiadores-de-bolsonaro.shtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

²³² Idem.

após uma ordem de prisão expedida pelo ministro Alexandre de Moraes, do STF, contra um indígena bolsonarista que teria sido apontado pela Procuradoria-Geral da República como um dos integrantes de ato antidemocrático em frente ao hotel que Lula estava hospedado durante a transição²³³, apoiadores de Jair Bolsonaro, todos trajados com a camisa da seleção brasileira, tentaram invadir o local, que teve a segurança reforçada após o início do confronto com a polícia²³⁴. Após serem repelidos, os manifestantes foram para outras vias de Brasília e atearam fogo em ao menos dois ônibus e em carros. Tentaram também derrubar um ônibus de um viaduto. Vestidos com a camisa da seleção e com bandeiras do Brasil, quebravam veículos que estavam estacionados próximos ao prédio da Polícia Federal²³⁵. Isso seria apenas uma prévia do que viria acontecer após a posse do presidente eleito.

No dia 01 de janeiro de 2023, Luiz Inácio Lula da Silva (PT) tomou posse, não houve ameaças ou riscos contra o presidente ou seus apoiadores na Esplanada dos Ministérios. Um dos principais receios da equipe de Lula eram os acampamentos feitos por apoiadores de Jair Bolsonaro (PL) em frente ao quartel-general de Brasília. A equipe de segurança acreditava que esses acampamentos tinham perdido força²³⁶ quando Jair Bolsonaro viajou para os Estados Unidos no dia 30 de dezembro de 2022²³⁷, indicando que não passaria a faixa presidencial a Lula no dia da posse, ato simbólico na troca de governo. Na posse de Lula, a disputa pelo símbolo nacional não ficou de fora: uma bandeira de 50 metros foi levada do Piauí a pedido da primeira-dama, Rosângela Silva, Janja²³⁸. Conforme explicava o seu idealizador,

Na vinda do Lula [ao Piauí, em 03 de agosto de 2022, durante a campanha presidencial], estendemos a bandeira pela primeira vez na hora do Hino Nacional. Depois o presidente pediu para abrimos a bandeira de novo. Nesse momento ele se emocionou pela representatividade que o verde e amarelo têm.

²³³ Bolsonaristas tentam invadir PF e vandalizam Brasília após prisão e em dia de diplomação de Lula. **Folha de São Paulo**. Brasília, 12 dez 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/12/bolsonaristas-tentam-invadir-pf-e-vandalizam-apos-prisao-de-indigena-por-ordem-de-moraes.shtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

²³⁴ Idem.

²³⁵ Idem.

²³⁶ Posse de Lula termina sem ocorrências graves após temor com segurança. **Folha de São Paulo**. Brasília, 01 jan 2023. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/01/posse-de-lula-termina-sem-ocorrencias-graves-apos-temor-com-seguranca.shtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

²³⁷ Bolsonaro viaja para os EUA e não vai passar a faixa a Lula. **Poder 360**. 30 dez 2022. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/governo/bolsonaro-viaja-para-os-eua-e-nao-vai-passar-faixa-a-lula/>> Acesso em: 18 jan 2023.

²³⁸ LEAL, Isabela. Bandeira do Brasil de 50 metros feita no Piauí foi usada na posse de Lula a pedido de Janja. **G1**. 02 jan 2023. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pi/piaui/noticia/2023/01/02/bandeira-do-brasil-de-50-metros-feita-no-piaui-foi-usada-na-posse-de-lula-a-pedido-de-janja.ghtml>> Acesso em: 20 jan 2023.

Foi um resgate da nossa bandeira e um símbolo de que o povo resistiu ao ódio²³⁹.

Apesar do esforço da campanha presidencial da chapa de Lula para utilizar a bandeira nacional como símbolo de mobilização política, o resultado parece não ter sido o esperado.

Figura 41: Bandeira do Brasil, posse Lula Janeiro 2023



Fonte: Instagram Lula²⁴⁰

Percebemos que na posse do presidente eleito havia poucas bandeiras do Brasil e as cores verde e amarelo tinham pouco destaque na festa democrática. Enquanto os contestadores do pleito pintavam a porta dos quartéis com as cores da bandeira, ocupados em planejar novas tentativas de golpe, os apoiadores do presidente empossado usavam em sua maioria camisas vermelhas como forma de apoio ao novo governo. A bandeira do Brasil gigante marcou presença durante a posse, como tentativa de resgatar as paixões políticas que esse símbolo emite, entretanto, continuou um símbolo pontual na imagem. Uma sobreposição, um esforço não suficiente para que a esquerda adotasse por completo as cores e a bandeira do Brasil. Durante toda a campanha eleitoral identificamos uma disputa pelo símbolo nacional na tentativa de aderi-lo aos movimentos de esquerda, mas suas cores ainda continuam nas mãos dos bolsonaristas, como podemos observar na figura 40.

No dia 08 de janeiro de 2023, 70 dias após o segundo turno das eleições, e uma semana depois da posse de Lula, o Brasil e o mundo assistiram a acontecimentos que evidenciavam o que já não se podia negar: a sucessão presidencial não tinha se encerrado. As ameaças de Golpe se

²³⁹ NOLLETO, Marcelo apud LEAL, Isabela. Bandeira do Brasil de 50 metros feita no Piauí foi usada na posse de Lula a pedido de Janja. **G1**. 02 jan 2023. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pi/piaui/noticia/2023/01/02/bandeira-do-brasil-de-50-metros-feita-no-piaui-foi-usada-na-posse-de-lula-a-pedido-de-janja.ghtml>> Acesso em: 20 jan 2023.

²⁴⁰ Bandeira do Brasil posse de Lula. Foto: Ricardo Stuckert. **Instagram** Lula Oficial. 01 jan 2023. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Cm5D8Oau95A/>> Acesso em: 20 jan 2023.

concretizaram e cerca de quatro mil apoiadores extremistas de Bolsonaro invadiram e atacaram as sedes dos Três Poderes em Brasília em protesto contra a vitória do presidente Luiz Inácio Lula da Silva nas eleições de 2022. Novamente todos estavam com bandeiras do Brasil e camisas da seleção brasileira para demonstrar de qual lado estavam²⁴¹. Assim, como as cores da democracia que se festejava com a posse era vermelha, a estética do golpe, não restava dúvida, era verde e amarela.

Figura 42: Vândalos invadem sedes dos Três Poderes em Brasília



Fonte: Folha de São Paulo²⁴²

No dia 07 de janeiro de 2022, diversos ônibus chegaram a Brasília e desembarcaram no acampamento em frente ao quartel do Exército, desde que Bolsonaro foi derrotado, o ministro da Justiça de Lula, Flávio Dino, determinou o uso da Força Nacional a fim de evitar que os “manifestantes” causassem algum tumulto²⁴³. Entretanto, a Polícia Militar do Distrito Federal, constitucionalmente responsável pela segurança da Praça dos Três Poderes, foi passiva e os bolsonaristas invadiram o Palácio do Planalto, o Congresso e o STF, onde depredaram o plenário que acontecem as sessões de julgamento, cometendo atos de vandalismo. Móveis foram revirados e danificados, vidros quebrados, documentos espalhados e cadeiras arrancadas do chão. Policiais Militares do Distrito Federal foram vistos distantes do local sem reagirem diretamente²⁴⁴,

²⁴¹ LOPES, Raquel; TEIXEIRA, Matheus. PRF apreende 30 ônibus de manifestantes que vandalizaram sedes dos Três Poderes. **Folha de São Paulo**. Brasília, 08 jan 2023. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/01/prf-apreende-30-onibus-de-manifestantes-que-vandalizaram-palacios-em-brasilia.shtml>> Acesso em: 18 Jan 2023.

²⁴² Idem. Foto: Gabriela Biló/Folhapress.

²⁴³ Idem.

²⁴⁴ GABRIEL, João. Golpistas invadem Planalto, Congresso e STF; PM reage com bombas. **Folha de São Paulo**. Brasília, 08 jan 2023. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/01/bolsonaristas-sobem-em-teto-do-congresso-e-pm-reage-com-bombas.shtml>> Acesso em: 18 Jan 2023.

assistindo bestializados à consumação da tentativa de golpe contra a República, para usar uma frase de Aristides Lobo²⁴⁵. Durante o ato de terrorismo, o presidente Lula disse que todos seriam encontrados e punidos e anunciou intervenção federal até o final de Janeiro no Distrito Federal²⁴⁶.

Figura 43: Ataque terrorista na sede dos Três Poderes em Brasília, em 2023.



Fonte: Folha de São Paulo²⁴⁷

Bolsonaro não se manifestou depois das eleições, reconhecendo a derrota, e saiu do país antes da posse do presidente Luiz Inácio da Silva e isso pode ter estimulado o pensamento de possível golpe militar que foi acreditado por seus apoiadores durante anos pelos diversos ataques à democracia brasileira, participando de atos antidemocráticos e dando declarações de duplo entendimento sobre possível intervenção das Forças Armadas. Após mais de 6 horas do ataque terrorista, Jair Bolsonaro, por meio de suas redes sociais, associou os atos de vandalismo à esquerda, disse que depredações “fogem à regra” e criticou o presidente Lula²⁴⁸. Em suma, Bolsonaro e seus discursos ultraconservadores conquistaram os afetos dos mais radicais, o que nos

²⁴⁵ Carta de Aristides Lobo. “O povo assistiu àquilo bestializado“, artigo de Aristides Lobo. Rio, 1889. Disponível em: <<https://imagensehistoria.wordpress.com/tema-1-republica-velha/carta-de-aristides-lobo/>> Acesso em: 25 jan 2023.

²⁴⁶ TEIXEIRA, Matheus; Marcelo, TOLEDO. Lula decreta intervenção na segurança do DF, culpa Bolsonaro e chama invasores de fascistas. **Folha de São Paulo**. Brasília, 08 jan 2023. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/01/lula-decreta-intervencao-na-seguranca-do-df-e-diz-que-invasores-sao-fascistas.shtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

²⁴⁷ RESENDE, Gustavo. AGU sobe para R\$ 18,5 mi pedido de bloqueio de bens de financiadores dos ataques golpistas. **Folha de São Paulo**. Foto: Gabriela Biló. Brasília, 19 jan 2023. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/01/agu-sobe-para-r-185-mi-pedido-de-bloqueio-de-bens-de-financiadores-dos-ataques-golpistas.shtml>> Acesso em: 24 jan 2023.

²⁴⁸ SOARES, Jussara; BARBOSA, Kathlen. Bolsonaro nega responsabilidade e compara invasão terrorista a atos ‘praticados pela esquerda’. **O Globo**. Brasília, 08 jan 2023. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2023/01/bolsonaro-nao-condena-atos-terroristas-critica-lula-e-compara-invasao-a-acao-da-esquerda.ghtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

leva a crer que a luta pelos símbolos e pelos afetos ainda está em pleno curso e continuará em disputa ainda por muito tempo.

Figura 44: Ataque a sede dos Três Poderes 2023



Fonte: BBC²⁴⁹; BBC²⁵⁰; G1²⁵¹; Agência Brasil²⁵²; Senado Notícias²⁵³

Observamos pelas imagens que os terroristas usaram a bandeira nacional como elemento golpista de forma ostensiva, retomando a ideia de que, durante a campanha eleitoral, o símbolo nunca deixou de pertencer ao bolsonarismo. A bandeira e as cores-símbolo do Brasil, disputadas

²⁴⁹ A invasão de bolsonaristas a prédios públicos em 10 imagens. **BBC News Brasil**. 08 jan 2023. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-64206175>> Acesso em: 24 jan 2023.

²⁵⁰ PASSARINHO, Nathalia. Invasores bolsonaristas podem pegar mais de 15 anos de prisão, dizem criminalistas. **BBC News Brasil**. 08 jan 2023. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-64206303>> Acesso em: 24 jan 2023.

²⁵¹ Veja pessoas que participaram da invasão do Congresso, do STF e do Planalto. **G1**. 08 jan 2023. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2023/01/08/veja-pessoas-que-participaram-de-invasao-do-congresso-do-stf-e-do-planalto.ghtml>> Acesso em: 24 jan 2023.

²⁵² Fórum de governadores oferece forças de segurança para conter atos. **Agência Brasil**. 08 jan 2023. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-01/forum-de-governadores-oferece-forcas-de-seguranca-para-conter-atos>> Acesso em: 24 jan 2023.

²⁵³ Senadores pedem providências e repudiam violência e vandalismo em Brasília. Agência Senado. 08 jan 2023. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2023/01/08/senadores-pedem-providencias-e-repudiam-violencia-e-vandalismo-em-brasil>> Acesso em: 24 jan 2023.

nas eleições de 2022, continuaram, tal qual em 2018, capturadas por Jair Messias Bolsonaro e permaneceram vinculadas ao viés político que ele representa.

Considerações finais

Os símbolos nacionais surgem frequentemente como artifícios de projetos políticos autoritários que usam o poder simbólico como dispositivo da política, usando as sensibilidades no que diz respeito à identidade e à imagem de si. Dessa forma, torna-se importante para a história política a análise dos símbolos nacionais e do imaginário social, nos quais grande parte dos candidatos se apoiam para fazer as campanhas eleitorais em busca da identificação com os eleitores a partir de imagens e discursos eficazes. Os resultados da pesquisa afirmam a relevância da análise histórica dos símbolos nacionais e das paixões políticas para compreender o que gera a decisão do voto.

Percebemos por meio da investigação que os símbolos nacionais são resgatados pela direita em momentos de crise, demonstramos que alguns governos usaram a bandeira ou suas cores como slogans de seu governo, como por exemplo, na Era Vargas (1930) e na Ditadura Militar com Emílio Garrastazu Médici (1970). Em 2016, nas manifestações pró-golpe da ex-presidente Dilma Rousseff, voltamos a presenciar a retomada desse recurso como forma de mobilização e vimos esse artifício intensificar como ferramenta partidária nas eleições de 2018, quando Jair Bolsonaro se aproveitou dos símbolos para promover ideais nacionalistas e ultraconservadores.

A análise permitiu compreender a estratégia do sequestro dos símbolos nacionais pela extrema direita em 2018 e a tentativa malsucedida de apropriação por parte dos partidos de esquerda em 2022 por meio das redes sociais e as mídias tradicionais, que "são espaços de produção e recepção do imaginativo"²⁵⁴. Em 2018, a ideologia apoiada no imaginário conservador mobilizou as paixões políticas e manejou suas bandeiras ideológicas de forma habilidosa nas mídias digitais, que foram seu principal recurso nesse período. Já em 2022, a disputa pela Bandeira Nacional foi intensificada; Luiz Inácio Lula da Silva decidiu que era importante trazer o símbolo nacional para todos os brasileiros como forma de união. O candidato colocou em pauta o símbolo e as cores do Brasil desde o primeiro dia da pré-campanha eleitoral de forma que o debate fosse mais amplo e levou a todas as camadas da população o sentimento de pertencimento por meio das mídias tradicionais, como a Propaganda Eleitoral gratuita e das mídias digitais, apoiando-se nos veículos de comunicação disponíveis e mais utilizados pela população.

²⁵⁴ CASTRO, Gustavo. Imaginário, literatura e mídia. In: **Mídia e Imaginário**. Org. Gustavo de Castro. Intr. Sérgio Dayrell Porto. – São Paulo: Annablume, 2012. p.45

Igualmente, a maioria dos candidatos à eleição de 2022 e os artistas fizeram menções às cores ou a bandeira do Brasil indicando que perceberam o sequestro da bandeira e iniciaram o processo de disputa nas mídias alternativas. Entretanto, nessa batalha estética, nos parece claro que quem continuou a utilizar o símbolo mais intensamente foi o bolsonarismo. A bandeira do Brasil foi a bandeira do candidato derrotado, Jair Bolsonaro. Ela foi também o símbolo do golpe fracassado dado em seu nome. Entretanto, a disputa pelos símbolos é uma disputa pelos afetos, ainda é muito cedo para dizer que teve fim. As vitórias e as derrotas enunciadas sob este símbolo são provisórias, instáveis, como todo processo histórico.

Figura 45: Salão Nobre, no Palácio do Planalto destruído após invasão de terroristas



Fonte: Uol²⁵⁵

Figura 46: Policiais escoltando Bolsonaristas após terrorismo



Fonte: CNN²⁵⁶

²⁵⁵Danos ao Palácio do Planalto: quem pagará a conta? Foto: Gabriela Biló. Uol. São Paulo, 09 jan 2023. Disponível em:

<<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2023/01/10/danos-ao-palacio-do-planalto-quem-pagara-a-conta.htm>> Acesso em: 24 jan 2023.

²⁵⁶ RIBBEIRO, Leonardo. Exército deve exonerar comandante que impediu policiais de fazerem prisões no Planalto. CNN Brasil. Brasília, 24 jan 2023. Disponível em:

<<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/exercito-deve-exonerar-comandante-que-impediu-policiais-de-fazerem-prisoas-no-planalto/>> Acesso em: 25 jan 2023.

Referências

Fontes

Alckmin aposta em SP e cobra fatura do estado que governou. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 24 set 2018. Foto: Ricardo Stuckert. Caderno: Primeiro caderno, p. A10. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=48463&keyword=Bolsonaro&anchor=6100300&origem=busca&originURL=&pd=8aaaa7d29eb3a1e9c004b401c6de6d0c>> Acesso em: 05 jun 2021.

ALBUQUERQUE, Ana Luiza; BÄCHTOLD, Felipe; FERREIRA, Flávio; BALLOUSSIER, Anna Virginia; SEABRA, Catia. Tribunal aumenta pena e condena Lula a 12 anos e um mês de prisão no caso tríplice. **Folha de São Paulo**. Porto Alegre, 24 jan 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/01/1953026-tribunal-aumenta-pena-e-condena-lula-a-12-anos-e-um-mes-de-prisao.shtml>> Acesso em: 10 jan 2023.

ALONSO, Angela. O sequestro de um símbolo. **Folha de São Paulo**. 06 mai 2021. Colunas e blogs. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/angela-alonso/2021/05/o-sequestro-de-um-simbolo.shtml>> Acesso em: 08 abr 2022.

ANDRADE, Hanrikson. No Twitter, Bolsonaro ironiza Anitta sobre a bandeira nacional. **Uol notícias**. Brasília, 16 abr 2022. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2022/04/16/no-twitter-bolsonaro-ironiza-post-de-anitta-sobre-a-bandeira-nacional.htm>> acesso em: 01 out 2022.

Anitta bloqueia ex-ministro Salles, após vídeo em que ele a critica por ‘danças imorais’. **Folha de São Paulo**. 23 abr 2022. Foto de: Valerie Macon-15.abr.2022/AFP. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/painel/2022/04/anitta-bloqueia-ex-ministro-salles-apos-video-em-que-ele-a-critica-por-dancas-imorais.shtml?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=fbfolha> Acesso em 25

Após viagem de Bolsonaro, ato no QG do exército fica esvaziado. **Poder 360**. 31 dez 2022. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/brasil/apos-viagem-de-bolsonaro-ato-no-qg-do-exercito-fica-esvaziado/>> Acesso em: 20 jan 2023

Artifício - **Dicionário Michaelis Online**. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/artificio>> Acesso em: 04 abr 2022.

Atos no 7 de Setembro pelo país incluem faixas golpistas em inglês e palanque para bolsonaristas. **Folha de São Paulo**. Ribeirão Preto, Salvador, São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba, Porto Alegre e Recife, 07 Set 2022. <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/atos-no-7-de-setembro-pelo-pais-incluem-faixas-golpistas-em-ingles-e-palanque-para-bolsonaristas.shtml>> Acesso 08 set 2022.

BALBI, Carla. Entenda como a bandeira do Brasil virou símbolo dos apoiadores de Bolsonaro. **Folha de São Paulo**. São Paulo. 16 mai 2020. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/05/entenda-como-a-bandeira-do-brasil-virou-simbolo-dos-apoiadores-de-bolsonaro.shtml?origin=folha>>. Acesso em: 19 nov. 2021.

BARBIÉRI, Luiz Felipe. Cláusula de barreira: entenda o que é e como partidos podem superá-la se unindo em federações. **G1**. Brasília, 09 abr 2022. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/04/09/clausula-de-barreira-entenda-o-que-e-e-como-partidos-podem-supera-la-se-unindo-em-federacoes.ghtml>> Acesso em: 10 jan 2023.

BALLOUSSIER, Anna Virginia; PESCARINI, Fábio; OLIVEIRA, Roberto de. Bandeira do Brasil encalha e frustra ambulantes na Marcha para Jesus. **Folha de São Paulo**, cotidiano. São Paulo, 09 jul 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2022/07/bandeira-do-brasil-encalha-e-frustra-ambulantes-na-marcha-para-jesus.shtml>> Acesso em: 10 jul 2022.

BAPTISTA, Rodrigo. Redes Sociais influenciam voto de 45% da população, indica pesquisa do DataSenado. **Senado Notícias**, 12 dez 2019. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/12/12/redes-sociais-influenciam-voto-de-45-da-populacao-indica-pesquisa-do-datasenado>> Acesso em: 20 Dez 2022.

Bandeira do Brasil é retirada da fachada do Palácio do Planalto. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 03 nov 2023. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/11/bandeira-do-brasil-e-retirada-da-fachada-do-palacio-do-planalto.shtml>> Acesso em: 10 jan 2023.

Bandeira do Brasil posse de Lula. Foto: Ricardo Stuckert. **Instagram** Lula Oficial. 01 jan 2023. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Cm5D8Oau95A/>> Acesso em: 20 jan 2023.

Bolsonaro viaja para os EUA e não vai passar a faixa a Lula. **Poder 360**. 30 dez 2022. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/governo/bolsonaro-viaja-para-os-eua-e-nao-vai-passar-faixa-a-lula/>> Acesso em: 18 jan 2023.

Bolsonaro diz que pode não aceitar o resultado de 2022 e volta a mentir sobre eleições de 2014. **Carta Capital**. 07 jul 2021. Disponível em: <<https://www.cartacapital.com.br/politica/bolsonaro-diz-que-pode-nao-aceitar-o-resultado-de-2022-e-volta-a-mentir-sobre-eleicoes-de-2014/>> Acesso em: 18 jan 2023.

Bolsonaro: Live - Pr Bolsonaro 25/09/2022. Canal: Jair Bolsonaro. 25 set 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=FaNbAbr070o>> Acesso em: 18 jan 2022.

Bolsonaro: "Bandeira só será vermelha se for preciso nosso sangue". **Uol**. 01 jan 2019. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/01/01/bolsonaro-bandeira-so-sera-vermelha-se-for-preciso-nosso-sangue.htm?cmpid=copiaecola>> Acesso em: 25 jan 2023.

Bolsonaro: última live antes do segundo turno. Canal: **Jair Bolsonaro**. Youtube, 27 out. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2py6E3U2wCc&t=901s>> Acesso em: 21 nov. 2021.

Bolsonaristas tentam invadir PF e vandalizam Brasília após prisão e em dia de diplomação de Lula. **Folha de São Paulo**. Brasília, 12 dez 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/12/bolsonaristas-tentam-invadir-pf-e-vandalizam-apos-prisao-de-indigena-por-ordem-de-moraes.shtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

BRASIL. Das alterações da legislação eleitoral. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/L13488.htm#:~:text=%C3%89%20vedada%20a%20veicula%C3%A7%C3%A3o%20de,e%20candidatos%20e%20seus%20representantes.> Acesso em: 25 Jan 2022.

BRASIL. **Lei complementar nº135, de 4 de junho de 2010.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp135.htm> acesso em: 27 ago 2022.

BRASIL. Lei geral de proteção de dados (2018). 2. Proteção de dados pessoais – Brasil. 3. Processo eleitoral – Brasil. I. Brasil. Presidência da República. Autoridade Nacional de Proteção de Dados Pessoais. II. Brasil. **Tribunal Superior Eleitoral.** Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/hotsites/catalogo-publicacoes/pdf/guia-orientativo-aplicacao-da-lgpd.pdf>> Acesso em: 04 jul 2022.

BRASIL. **Lei nº 13.488, de 6 de outubro de 2017.** Art. 57. Das alterações da legislação eleitoral. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/L13488.htm#:~:text=%C3%89%20vedada%20a%20veicula%C3%A7%C3%A3o%20de,e%20candidatos%20e%20seus%20representantes.> Acesso em: 25 Jan 2022.

Capitais reúnem mais de 10 mil em atos contra governo. **Folha de São Paulo.** Brasília, São Paulo, Rio, 16 nov 2014. Caderno: Primeiro Caderno, p.A15. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=20045&keyword=Bolsonaro&anchor=5970268&origem=busca&originURL=&pd=57260c876be32be5368dbd82af3d41ac>>. Acesso em: 15 jun 2021.

CASADO, Letícia; JR, Reynaldo Turollo. TSE barra candidatura de Lula e PT tem dez dias para indicar substituto. **Folha de São Paulo.** Brasília, 01 set 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/tse-barra-candidatura-de-lula-e-pt-tem-dez-dias-para-indicar-substituto.shtml>> Acesso em 10 jan 2023.

CÉO, Rafaela; TAVARES, Jamila. Manifestantes lavam rampa do Congresso em ato anticorrupção. G1. Distrito Federal, 07 set 2011. Disponível em: <<https://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2011/09/manifestantes-lavam-rampa-do-congresso-em-ato-anticorrupcao.html>> Acesso em:04 fev 2023.

Dicionário inFormal - **Dicionário Online de Português.** Disponível em: <<https://www.dicionarioinformal.com.br/frames/>> Acesso em: 10 Dez 2022.

Divulgação de candidaturas e contas eleitorais. TSE. Disponível em: <<https://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/estados/2018/2022802018/BR/candidatos>> Acesso em: 10 jan 2023.

Eleições 2022. Apuração. Uol notícias. 30 out 2022. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/apuracao/2turno/>> Acesso em: 18 jan 2022.

Entenda a decisão do TSE que barrou a candidatura de Lula. **Folha de São Paulo.** São Paulo, 01 set 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/entenda-a-decisao-do-tse-que-barrou-a-candidatura-de-lula.shtml>> Acesso em: 27 ago 2022.

Facebook, Ciro Gomes. 12 abr 2022. Disponível em:

<<https://www.facebook.com/photo?fbid=542483237241949&set=a.537439351079671>> Acesso em 14 abr 2022.

FEITOSA, Cézar; MARCHESINI, Lucas; OLIVEIRA, Thaísa. Gerais evitam condenar apoiadores de Bolsonaro. **Folha de São Paulo**. Brasília, 03 nov 2022. Foto: ALVES, Julcemar/Onzex Press - 02 nov 2022/Agência Globo. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/11/gerais-evitam-condenar-atos-golpistas-de-apoiadores-de-bolsonaro.shtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

FONSECA, Caue. Bandeira do Brasil substitui material de campanha em SC e vira selo do Bolsonarismo. **Folha de São Paulo**. Chapecó, 12 out 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/10/bandeira-do-brasil-substitui-material-de-campanha-em-sc-e-vira-selo-de-bolsonarismo.shtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

GABRIEL, João. Golpistas invadem Planalto, Congresso e STF; PM reage com bombas. **Folha de São Paulo**. Brasília, 08 jan 2023. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/01/bolsonaristas-sobem-em-teto-do-congresso-e-pm-reage-com-bombas.shtml>> Acesso em: 18 Jan 2023.

GALVANI, Giovanna. Relembra a trajetória de Sérgio Moro, ex-Ministro e Ex-juiz que se filiou ao Podemos. São Paulo. **CNN**, eleições 2022. Disponível em: <cnnbrasil.com.br/politica/relembra-trajetoria-de-sergio-moro-ex-ministro-e-ex-juiz-que-filiou-se-ao-podemos/> Acesso em: 10 jan 2023.

GIELOW, Igor. Bolsonaro mostra força de efeito duvidoso no 7 de setembro. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 07 set 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/bolsonaro-mostra-forca-de-efeito-duvidoso-no-7-de-setembro.shtml>> Acesso em: 10 out 2022.

GÓES, Bruno; ROXO, Sérgio. Para enfrentar Bolsonaro, PT adota o verde e amarelo no segundo turno. **O Globo**, Política. Brasília e São Paulo, 10 out 2018. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/politica/para-enfrentar-bolsonaro-pt-adota-verde-amarelo-no-segundo-turno-23145788>> Acesso em 27 ago 2022.

GORTÁZAR, Naiara Galarraga; MENDONÇA, Heloísa. Bolsonaro a milhares em euforia: “vamos varrer do mapa os bandidos vermelhos”. **El país**. São Paulo, 22 out 2018. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/22/actualidad/1540162319_752998.html> Acesso em: 26 Dez 2022.

Justiça Eleitoral oferece ferramentas para combater a desinformação. **Tribunal Superior Eleitoral**. 19 jul 2022. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Julho/justica-eleitoral-oferece-ferramentas-para-combater-a-desinformacao-286936>> Acesso: 29 Dez 2022.

LEAL, Isabela. Bandeira do Brasil de 50 metros feita no Piauí foi usada na posse de Lula a pedido de Janja. **G1**. 02 jan 2023. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pi/piaui/noticia/2023/01/02/bandeira-do-brasil-de-50-metros-feita-no-piaui-foi-usada-na-posse-de-lula-a-pedido-de-janja.ghtml>> Acesso em: 20 jan 2023.

LOPES, Nathan. Após “benção” de Lula na prisão, Haddad é anunciado candidato a presidente. **Uol notícias**. Curitiba, 11 set 2018. Disponível em:

<<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/09/11/na-policia-federal-pt-substitui-lula-e-torna-haddad-candidato-a-presidente.htm>> Acesso em: 27 ago 2022.

LOPES, Raquel; TEIXEIRA, Matheus. PRF apreende 30 ônibus de manifestantes que vandalizaram sedes dos Três Poderes. **Folha de São Paulo**. Brasília, 08 jan 2023. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/01/prf-apreende-30-onibus-de-manifestantes-que-vandalizaram-palacios-em-brasilia.shtml>> Acesso em: 18 Jan 2023. LOPES, Raquel; TEIXEIRA,

LOURENÇO, Marina. De Anitta a Daniela Mercury, artistas anti-bolsonaro vestem a bandeira do Brasil. **Folha de São Paulo**, São Paulo. Ilustrada. 08 mai 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2022/05/de-anitta-a-daniela-mercury-artistas-anti-bolsonaro-vestem-a-bandeira-do-brasil.shtml?utm_source=whatsapp&utm_medium=social&utm_campaign=compwa> Acesso em: 10 mai 2022.

Lula critica uso de verde e amarelo por Bolsonaro: ‘Não são desse fascista’. **UOL**, Brasília, 31 mar 2022. <<https://www.uol.com.br/eleicoes/2022/03/31/lula-critica-uso-de-verde-e-amarelo-por-bolsonaro-no-ao-sao-desse-fascista.htm>> Acesso em: 01 out 2022.

Lula leva à TV vídeo em que Bolsonaro diz que comeria carne humana. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 07 out 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/10/pt-leva-a-tv-video-em-que-bolsonaro-diz-que-comeria-carne-humana.shtml>> Acesso em: 29 Dez 2022.

MACHADO, Renato. Bolsonaro usa fake news para dizer que Forças Armadas podem fechar seção eleitoral. **Folha de São Paulo**. Brasília, 28 set 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/bolsonaro-usa-fake-news-para-dizer-que-forcas-armadas-podem-fechar-secao-eleitoral.shtml?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_campaign=twfolha> Acesso em: 16 jan 2023.

MACHADO, Renato. Bolsonaro manda estender bandeira gigante no Planalto e diz que ninguém terá coragem de tirar. **Folha de São Paulo**. Brasília, 14 out 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/10/bolsonaro-manda-estender-bandeira-gigante-no-planalto-e-diz-que-ninguem-tera-coragem-de-tirar.shtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

MARRA, Renan. Internautas adotam bandeira do Brasil nas redes contra ‘apropriação’ dos símbolos nacionais por bolsonaristas. **Folha de São Paulo**. 19 mai 2020. Disponível em: <https://hashtag.blogfolha.uol.com.br/2020/05/19/internautas-adotam-bandeira-do-brasil-nas-redes-contrapropraiacao-do-simbolo-nacional-por-bolsonaristas/?utm_source=mail&utm_medium=social&utm_campaign=undefinedmail> Acesso em: 18 jan 2023.

MELLO, Patrícia Campos. Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 18 out 2018. Política, Eleições 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contrao-pt-pelo-whatsapp.shtml>> Acesso em: 04 jul 2022.

MESTRE, Gabriela. Campanha de Bolsonaro divulga convite do lançamento de candidatura. **Poder 360**, 16 jul 2022. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/brasil/campanha-de-bolsonaro-divulga-convite-do-lancamento-de-candidatura/>> Acesso em: 04 out 2022.

O povo tem o direito de voltar a ser feliz outra vez, diz Lula. **Lula**. 01 out 2022. Disponível em: <<https://lula.com.br/o-povo-tem-o-direito-de-voltar-a-ser-feliz-outra-vez-diz-lula/>> Acesso em: 29 Dez 2022.

OLIVEIRA, Roberto de. Atos contra presidente resgata bandeira brasileira e camisa da seleção, símbolos Bolsonaristas. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 24 jul 2021. Política. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/07/ato-contra-o-presidente-resgata-bandeira-brasileira-e-camisa-da-selecao-simbolos-bolsonaristas.shtml?origin=folha>> acesso em: 21 out 2021.

PASSARINHO, Nathalia. Invasores bolsonaristas podem pegar mais de 15 anos de prisão, dizem criminalistas. **BBC News Brasil**. 08 jan 2023. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-64206303>> Acesso em: 24 jan 2023.

Partido PCB. O que é o partido comunista. **PCB**. Disponível em: <<https://pcb.org.br/portal/docs/partidocomunista.html>> Acesso em: 20 nov 2022.

Posse de Lula termina sem ocorrências graves após temor com segurança. **Folha de São Paulo**. Brasília, 01 jan 2023. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/01/posse-de-lula-termina-sem-ocorrencias-graves-apos-temor-com-seguranca.shtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

Política. Eleições 2018. **Estadão**. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/eleicoes/2018/candidatos>> Acesso em: 30 ago 2022.

Pro povo voltar a ser feliz de novo é #LulaPresidente. **PT- Partido dos Trabalhadores**. Youtube, ago 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=RSNkdAKdVsQ>> Acesso em: 29 Dez 2022.

Resolução sobre propaganda prevê punição para desinformação e disparo em massa de mensagens. **Tribunal Superior Eleitoral**. 05 jan 2022. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Janeiro/resolucao-sobre-propaganda-nas-eleicoes-2022-ja-preve-punicao-para-desinformacao-e-disparo-em-massa-de-mensagens-on-line>> Acesso em: 04 jun 2022.

SEABRA, Catia; DIAS, Marina. Haddad tira Lula e reduz vermelho no material de campanha. **Folha de São Paulo**, Eleições 2018. São Paulo, 10 out 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/haddad-tira-lula-e-reduz-vermelho-de-material-de-campanha.shtml>> Acesso em: 27 ago 2022.

Cláusula de Barreira. **Senado notícias**. Disponível em: <<https://www12.senado.leg.br/noticias/glossario-legislativo/clausula-de-barreira>> Acesso em: 01 dez 2022.

Símbolo. **Dicionário Online de Português**. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/simbolo/>>. Acesso em: 13 abr. 2022.

SOARES, Jussara; BARBOSA, Kathlen. Bolsonaro nega responsabilidade e compara invasão terrorista a atos 'praticados pela esquerda'. **O Globo**. Brasília, 08 jan 2023. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/politica/noticia/2023/01/bolsonaro-nao-condena-atos-terroristas-critica-lula-e-compara-invasao-a-acao-da-esquerda.ghtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

TEIXEIRA, Matheus; Marcelo, TOLEDO. Lula decreta intervenção na segurança do DF, culpa Bolsonaro e chama invasores de fascistas. **Folha de São Paulo**. Brasília, 08 jan 2023. Disponível em:

<<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/01/lula-decreta-intervencao-na-seguranca-do-df-e-diz-que-invasores-sao-fascistas.shtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

TEIXEIRA, Matheus; MACHADO, Renato. Bolsonaro diz que ‘vai esperar resultado’ para reconhecer o pleito e acusa TSE de atrapalhar campanha. **Folha de São Paulo**. Brasília, 26 set 2022. Disponível em:

<<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/bolsonaro-diz-que-vai-esperar-resultado-para-reconhecer-pleito-e-acusa-tse-de-atrapalhar-campanha.shtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

TEIXEIRA, Mateus. Bolsonaro questiona sem provas apuração do 1º turno e recicla teoria já desmentida. **Folha de São Paulo**. Brasília, 05 out 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/10/bolsonaro-questiona-sem-provas-apuracao-do-1o-urno-e-recicla-teoria-ja-desmentida.shtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

O plano de mídia da propaganda eleitoral dos candidatos a presidente da República é debatido em audiência pública. **Tribunal Superior Eleitoral**. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Agosto/plano-de-midia-da-propaganda-eleitoral-dos-candidatos-a-presidente-da-republica-e-debatido-em-audiencia-publica-808305>> Acesso em: 01 dez 2022.

Resolução Nº 23.706, de 23 de agosto de 2022. **Tribunal Superior Eleitoral**. Disponível em: <<https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2022/resolucao-no-23-706>> Acesso em: 07 dez 2022.

TSE concede direito de resposta a Lula e tira quase 1 hora de Bolsonaro na TV na reta final. **Estadão**. Brasília, 22 out 2022. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/politica/tse-tem-maioria-para-liberar-direito-de-resposta-a-lula-na-campanha-do-bolsonaro/>> Acesso em: 23 out 2022.

TRF4 confirma condenação do ex-presidente Lula. Portal Unificado da Justiça Federal da 4ª Região. **TRF4**. 27 nov 2019. Disponível em: <https://www.trf4.jus.br/trf4/controlador.php?acao=noticia_visualizar&id_noticia=14914> Acesso em: 10 Jan 2023.

VARGAS, Mateus; CHAIB, Julia; HOLANDA, Marianna. Partido de Bolsonaro questiona urnas as vésperas da eleição, e TSE chama relatório de mentiroso. **Folha de São Paulo**. Brasília, 28 set 2022. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/partido-de-bolsonaro-questiona-urnas-as-vesperas-da-eleicao-mas-faz-jogo-duplo-e-acena-a-tse.shtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

VARGAS, Mateus. TSE derruba candidatura de Roberto Jefferson a presidente e aprova registro de Padre Kelmon. **Folha de São Paulo**. Brasília, 01 set 2022. <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/tse-derruba-candidatura-de-roberto-jefferson-a-presidente-por-condenacao-no-mensalao.shtml>> Acesso em 02 set 2022.

Bibliografia

AGAMBEN, G. O que é um dispositivo? Outra Travessia, n. 5, Santa Catarina, 2005.

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo?** e outros ensaios. Trad: Vinícius Nicastro Honesko. Argos. Editora da UnoChapecó. Chapecó, 2019.

ALBUQUERQUE, Afonso; TAVARES, Camilla Quesada. Horário gratuito e propaganda eleitoral: Estilo, estratégias, alcance e os desafios para o futuro. In: BORBA, Felipe; FIGUEIREDO, Argelina Cheibub (organizadores). **25 anos de eleições presidenciais no Brasil**. 1ª ed. - Curitiba: Appris, 2018.

ALONSO, Ângela. A comunidade moral bolsonarista. In: ABRANCHES, Sérgio et al. **Democracia em Risco? 22 ensaios sobre o Brasil hoje**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

ALONSO, Ângela. Protestos em São Paulo de Dilma e Temer 1. 2017.in: **novos estudos**, CEBRAP, São Paulo, especial 49-58.

ANDERSON, Benedict. **Comunidades Imaginadas**: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

ANSART, Pierre. **A gestão das paixões políticas** / Pierre Ansart; tradução. Jacy Seixas. - Curitiba, PR: Ed. UFPR, 2019.

BACZKO, Bronislaw. **A imaginação social**. In: Leach, Edmund et Alii. Anthropos-Homem. Lisboa, Imprensa Nacional/Casa da Moeda, 1985.

BERNARDO, João. **Labirintos do fascismo**: na encruzilhada da ordem e da revolta. 2ª Edição. Porto, 2015.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Tradução: Fernando Tomaz. Rio de Janeiro, RJ: Ed. Bertrand Brasil S.A, 1989.

BRASIL. **Constituição federal de 1988**. Promulgada em 5 de outubro de 1988.

BUCKSTEGGE, Jaqueline Kleine. **A construção do voto: análise do processo decisório nas eleições presidenciais em 2014**. 2016. Dissertação (Mestrado) - Curso de Pós-graduação em Ciência Política, Universidade Federal do Paraná, Curitiba. 2016.

CASTRO, Gustavo. Imaginário, literatura e mídia. In: **Mídia e Imaginário**. Org. Gustavo de Castro. Intr. Sérgio Dayrell Porto. – São Paulo: Annablume, 2012.

Carta de Aristides Lobo. “**O povo assistiu àquilo bestializado**“, artigo de Aristides Lobo. Rio, 1889. Disponível em: <https://imagensehistoria.wordpress.com/tema-1-republica-velha/carta-de-aristides-lobo/> Acesso em: 25 jan 2023.

CARVALHO, José Murilo. **A Formação das Almas - o Imaginário da República no Brasil**. São Paulo: Cia das Letras 1990.

CHARAUDEAU, Patrick. O discurso político. In: wander emediato; ida lúcia machado; william menezes. (org.) **análise do discurso: gêneros, comunicação e sociedade**. Belo Horizonte, MG. Faculdade de Letras da UFMG, 2006. p.252.

CHAUÍ, Marilena. **Brasil**. Mito fundador e sociedade autoritária. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2000.

CIRINO, Thais Emmanuelle da Silva; LEITE, Alexandre César Cunha; NOGUEIRA, Silvia Garcia. Mídia e política externa brasileira: a diplomacia midiática na crise do impeachment de Dilma (2016). **Intercom - Rbccc**, São Paulo, v. 42, n. 1, p. 57-71, abr. 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/DS5Y3Q6zsjQSb5cwPKMBYcL/?lang=pt#..> Acesso em: 1 out. 2021.

DEBERT, GG. **Ideologia e populismo**: Adhemar de Barros, Miguel Arraes, Carlos Lacerda, Leonel Brizola [online]. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2008.

DELGADO, Lucília de Almeida Neves. A campanha das Diretas Já: narrativas e memórias. **Associação Nacional de História – ANPUH**. XXIV SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA - São Leopoldo, 2007.

FARACO, Carlos Alberto. **Linguagem & Diálogo**. As ideias do Círculo de Bakhtin. São Paulo: Parábola Editorial, 2009.

FRAGA, André Barbosa; LAGO, Mayra Coan. As apropriações dos símbolos nacionais pelo governo Vargas e pelas pessoas comuns (1930-1945). **Sillogés** – v.4. n.1. jan./jun. 2021.

FERNANDES, Cleudemar Alves. **Análise do Discurso reflexões introdutórias**. São Carlos: 2 ed. Claraluz, 2008.

FOUCAULT, Michel. Sobre a História da sexualidade. In: **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 2000.

GOSS, Karine Pereira; PRUDENCIO, Kelly. O conceito de movimentos sociais revisitado. **Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC**. Vol. 2, nº 1 (2), janeiro-julho 2004.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 11.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

IANNI, Octávio. **Globalização e Neoliberalismo**. São Paulo. Em Perspectiva, 1998. Pp. 27-32.

Jornal **Folha de São Paulo**. Acervo da Folha. Disponível em: <https://acervo.folha.com.br/index.do>

LUZ, Milton (2005). **A história dos símbolos nacionais**: a bandeira, o brasão, o selo, o hino. Brasília: Senado Federal, Secretaria Especial de Editoração e Publicações, 1999 (1ª edição). Reimpressão.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Manifesto comunista**. 3. ed. São Paulo: Sundermann, 2017.

MAURÍCIO, Carlos. Hobsbawm, ou quando o nacionalismo inventa a nação. OpenEdition Journals. **Ler História**. 2012. Pp.2. Disponível em: <https://doi.org/10.4000/lerhistoria.604> Acesso em: 01 dez 2022.

MEIRA, João Francisco Pereira. **Um Brasil na TV: Efeitos de campanha nas eleições presidenciais brasileiras (1989 - 2010)**. 2013. Tese (Doutorado) - Curso de Pós-Graduação em Ciência Política, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; FREITAS, Viviane Gonçalves; AGGIO, Camilo de Oliveira; SANTOS, Nina Fernandes. Fake News e o repertório contemporâneo de ação política. **Dados**, Rio de Janeiro, vol.66 (2): e20200213, 2023.

OLIVEIRA, Selma Regina Nunes. Imaginário e narrativa. In: **Mídia e Imaginário**. Org. Gustavo de Castro. Intr. de Sérgio Dayrell Porto. – São Paulo: Annablume, 2012.

OLIVEIRA, Raphael. **Otimismo em tempos de repressão**: A publicidade inspirada na propaganda do Governo Médi. (tese de mestrado) Universidade Federal Fluminense. Instituto de Ciências Humanas e Filosofia. Niterói, Rio de Janeiro, 2014.

OLIVEIRA, Wilson José Ferreira de. Mídias digitais, participação política e protestos anticorrupção. **Estud. sociol. Araraquara** v.26 n.50 p.277-299 jan.-jun. 2021.

OLIVEIRA, Vinícius Perez. **Dos Vinte Centavos ao Fora Dilma**: o papel da mídia nas manifestações de rua. 2023. 144 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em História) – Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2023.

ORLANDI, Eni. P. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. 11ª Edição, Campinas, SP. Pontes Editores, 2013.

PESAVENTO, Sandra Jatahy. **Em busca de uma outra História**: imaginando o imaginário. Revista Brasileira de História, n. 29, 1995.

PIVA, Otávio. **Campanhas eleitorais e democracia**: o diálogo a partir do direito de resposta. 2014. Tese (doutorado) - Pós-Graduação em Ciências Sociais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2014.

SANTAELLA, Lucia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Thomson, 2002.

SANTOS, Alexsandro dos; SILVA, Maria Livia Campos; SILVA, Tiago Emanuel Alencar e. A Mensagem Subliminar na Propaganda. **SEMOC - Semana de Mobilização Científica**. UCSAL, Universidade Católica do Salvador. Out-2003.

SANTOS, Matheus Rodrigues dos. **“Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”**. Uma análise dos usos do nacionalismo e patriotismo na candidatura presidencial de Jair Bolsonaro em 2018. 2021. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação de Sociologia e Ciência Política da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2021.

SEYSSEL, Ricardo. **Um estudo histórico perceptual**: A bandeira brasileira sem Brasil. Universidade Estadual Paulista - Unesp. São Paulo, 2006.

SILVA, Diessika Costa; NORONHA, Gilberto Cezar de; Os signos emocionais e a gestão das paixões políticas: sobre os (des)usos dos símbolos nacionais no governo Bolsonaro. **Boletim Historiar**, vol. 09, n. 04. Out./Dez. 2022. Disponível em: <<http://seer.ufs.br/index.php/historiar>> Acesso em: 02 jan 2022.

SOUSA, Jacyane Dantas; BRAGA, Amanda Batista. Da política e do esporte: a bandeira brasileira e as rupturas discursivas da identidade nacional. **Entrepalavras**, Fortaleza, v. 11, n. 2, e 2011p. 1-21, maio-ago./2021. DOI: 10.22168/2237-6321-22011.

SOUSA, Leonardo Ferreira. **Eleições presidenciais de 2021**: as redes sociais online como plataforma de informação e influência. (tese de mestrado) Instituto universitário de Lisboa. Departamento de Sociologia. 2021.

SOUZA, Felipe Freitas de. Como o fascismo funciona: a política do Nós contra Eles. **Revista Espaço acadêmico** - n.211 - Dezembro 2018.

Figuras

Figura 1: Bandeira do Reino Unido de Portugal, Brasil e Algarve. LUZ, Milton (2005). **A história dos símbolos nacionais**: a bandeira, o brasão, o selo, o hino. Brasília: Senado Federal, Secretaria Especial de Editoração e Publicações, 1999 (1ª edição). Reimpressão. p. 59.

Figura 2: Projeto de Debret de bandeira para o Brasil independente (1820). LUZ, Milton (2005). **A história dos símbolos nacionais**: a bandeira, o brasão, o selo, o hino. Brasília: Senado Federal, Secretaria Especial de Editoração e Publicações, 1999 (1ª edição). Reimpressão. p. 59.

Figura 3: Bandeira do Brasil Real. LUZ, Milton (2005). **A história dos símbolos nacionais**: a bandeira, o brasão, o selo, o hino. Brasília: Senado Federal, Secretaria Especial de Editoração e Publicações, 1999 (1ª edição). Reimpressão. p. 63.

Figura 4: Bandeira do Brasil Imperial. LUZ, Milton (2005). **A história dos símbolos nacionais**: a bandeira, o brasão, o selo, o hino. Brasília: Senado Federal, Secretaria Especial de Editoração e Publicações, 1999 (1ª edição). Reimpressão. p. 64.

Figura 5: Bandeira atual do Brasil. LUZ, Milton (2005). **A história dos símbolos nacionais**: a bandeira, o brasão, o selo, o hino. Brasília: Senado Federal, Secretaria Especial de Editoração e Publicações, 1999 (1ª edição). Reimpressão. p. 72.

Figura 6: Oficialização da campanha eleitoral de Haddad 2018. LOPES, Nathan. Após “benção” de Lula na prisão, Haddad é anunciado candidato a presidente. **Uol notícias**. Curitiba, 11 set 2018. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/eleicoes/2018/noticias/2018/09/11/na-policia-federal-pt-substitui-lula-e-torna-haddad-candidato-a-presidente.htm>> Acesso em: 27 ago 2022.

Figura 7: Material de campanha de Fernando Haddad 2018. SEABRA, Catia; DIAS, Marina. Haddad tira Lula e reduz vermelho no material de campanha. **Folha de São Paulo**, Eleições 2018. São Paulo, 10 out 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/haddad-tira-lula-e-reduz-vermelho-de-material-de-campanha.shtml>> Acesso em: 27 ago 2022.

Figura 8: Novo material de campanha do candidato Fernando Haddad tira a cor vermelha 2018. SEABRA, Catia; DIAS, Marina. Haddad tira Lula e reduz vermelho no material de campanha. **Folha de São Paulo**, Eleições 2018. São Paulo, 10 out 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/haddad-tira-lula-e-reduz-vermelho-de-material-de-campanha.shtml>> Acesso em: 27 ago 2022.

Figura 9: Foto oficial do material campanha do segundo turno do petista Fernando Haddad e Manuela D'Ávila 2018. SEABRA, Catia; DIAS, Marina. Haddad tira Lula e reduz vermelho no material de campanha. **Folha de São Paulo**, Eleições 2018. São Paulo, 10 out 2018. Disponível em:

<<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/haddad-tira-lula-e-reduz-vermelho-de-material-de-campanha.shtml>> Acesso em: 27 ago 2022.

Figura 10: Material de campanha de Bolsonaro na internet 2018. BOLSONARO, Flávio. Material de campanha de Bolsonaro na internet. **Facebook**, 08 out 2018. Disponível em: <<https://www.facebook.com/flaviobolsonaro/photos/pb.100044162243073.-2207520000../1418976408237842/?type=3>> Acesso em: 30 ago 2022.

Figura 11: Material de campanha com as cores do Brasil 2018. Material de campanha de Ciro Gomes (PDT) 2018. Disponível em: <<http://www.adb.inf.br/ach/app01/index.php?p=digitallibrary/digitalcontent&id=2392#.Yw-Qx3bMLFg>> Acesso: 30 ago 2022.

Material de campanha de Marina Silva (REDE) 2018. Disponível em: <<https://marinasilva.org.br/materiais-de-campanha/>> Acesso em: 31 ago 2022.

Material de campanha Alvaro Dias (PODEMOS) 2018. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Campanha_presidencial_de_Alvaro_Dias_em_2018> Acesso em 30 ago 2022.

Material de campanha Geraldo Alckmin (PSDB) 2018. Disponível em: <<https://www.farmfor.com.br/posts/os-planos-de-geraldo-alckmin-para-a-agricultura/>> Acesso em: 31 ago 2022.

Material de campanha João Goulart Filho (PPL). **Youtube**, Arquivo Eleitoral. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=5k4eVCHrlYg>> Acesso em: 13 set 2022.

Material de campanha Eymael (DC) 2018. Disponível em: <<https://twitter.com/eymaeloficial/status/1045454358186536961>> Acesso em: 31 ago 2022.

Figura 12: Material de campanha sem as cores do Brasil 2018. Material de campanha Henrique Meirelles (MDB) 2018. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:Campanha_Henrique_Meirelles.PNG> Acesso em 31 ago 2022.

Material de campanha Guilherme Boulos (PSOL) 2018. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Campanha_presidencial_de_Guilherme_Boulos_em_2018> Acesso em: 31 ago 2022.

Material de campanha Amoedo (NOVO) 2018. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/eleicoes/horario-eleitoral-candidatura-de-haddad-e-criticas-a-polarizacao/>> Acesso em 31 ago 2022.

Material de campanha Vera Lúcia (PSTU) 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=otlpyIYVX4I>> Acesso em: 31 ago 2022.

Figura 13: Evento de Haddad 24 set 2018 (Petrolina-PE). Foto: Ricardo Stuckert. Folha de São Paulo. Alckmin aposta em SP e cobra fatura do estado que governou. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 24 set 2018. Caderno: Primeiro caderno, p. A10. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=48463&keyword=Bolsonaro&anchor=6100300&origem=busca&originURL=&pd=8aaaa7d29eb3a1e9c004b401c6de6d0c>> Acesso em: 05 jun 2021.

Figura 14: Evento Pró-Bolsonaro 24 set 2018 (Recife - PE). Folha de São Paulo. Alckmin aposta em SP e cobra fatura do estado que governou. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 24 set 2018. Caderno: Primeiro caderno, p. A10. Disponível em: <<https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=48463&keyword=Bolsonaro&anchor=6100300&origem=busca&originURL=&pd=8aaaa7d29eb3a1e9c004b401c6de6d0c>> Acesso em: 05 jun 2021.

Figura 15: Material visual Lula 13 fev 2022. Material visual anterior à pré-campanha eleitoral de 2022. **Facebook** **Lula**. 13 jan 2022. Disponível: <<https://www.facebook.com/267949976607343/photos/pb.100044310762261.-2207520000../4976604975741796/?type=3>> Acesso em: 14 jan 2022.

Figura 16: Lula com a bandeira em mãos em discurso Uerj. Foto:Ricardo Stuckert. Lula critica uso de verde e amarelo por Bolsonaro: ‘Não são desse fascista’. **UOL**, Brasília, 31 mar 2022. <<https://www.uol.com.br/eleicoes/2022/03/31/lula-critica-uso-de-verde-e-amarelo-por-bolsonaro-nao-sao-desse-fascista.htm>> Acesso em: 01 out 2022.

Figura 17: Pré-campanha em Diadema. Pré-campanha, Lula com a bandeira do Brasil em Diadema - São Paulo. **Instagram**. 09 jul 2022. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CfzS6VOuYea/?igshid=YmMyMTA2M2Y%3D>> Acesso em: 09 jul 2022.

Figura 18: Anitta durante show no Coachella 2022. Anitta bloqueia ex-ministro Salles, após vídeo em que ele a critica por ‘danças imorais’. **Folha de São Paulo**, 23 abr 2022. Foto de: Valerie Macon-15.abr.2022/AFP. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/painel/2022/04/anitta-bloqueia-ex-ministro-salles-apos-video-em-que-ele-a-critica-por-dancas-imorais.shtml?utm_source=facebook&utm_medium=social&utm_campaign=fbfolha> Acesso em 25 abr 2022.

Figura 19: Twitter Bolsonaro 2022. ANDRADE, Hanrrikson. No Twitter, Bolsonaro ironiza Anitta sobre a bandeira nacional. **Uol notícias**. Brasília, 16 abr 2022. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2022/04/16/no-twitter-bolsonaro-ironiza-post-de-anitta-sobre-a-bandeira-nacional.htm>> acesso em: 01 out 2022.

Figura 20: Convite de lançamento candidatura 2022. MESTRE, Gabriela. Campanha de Bolsonaro divulga convite do lançamento de candidatura. **Poder 360**, 16 jul 2022. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/brasil/campanha-de-bolsonaro-divulga-convite-do-lancamento-de-candidatura/>> Acesso em: 04 out 2022.

Figura 21: Material pré-campanha Simone Tebet 2022. Material de Pré-Campanha de Simone Tebet (MDB). **Facebook**, Simone Tebet. 10 mar 2022. Disponível em: <<https://www.facebook.com/simonetebet/photos/pb.100044553184359.-2207520000../5376574262375311/?type=3>> Acesso em: 07 out 2022.

Figura 22: Pré-campanha Luiz Felipe D'Ávila 2022. Novo faz evento para oficializar pré-candidatura de Luiz Felipe D'Ávila à Presidência. **G1**. São Paulo, 02 abr 2022. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/eleicoes/2022/noticia/2022/04/02/novo-faz-evento-para-anunciar-pre-candidatura-de-luiz-felipe-davila-a-presidencia.ghtml>> Acesso em: 22 out 2022.

Figura 23: Ciro Gomes antes da pré campanha 2022. **Facebook**, Ciro Gomes. 12 abr 2022. Disponível em: <<https://www.facebook.com/photo?fbid=542483237241949&set=a.537439351079671>> Acesso em 14 abr 2022.

Figura 24: Oficialização da pré-campanha Ciro Gomes 2022. Oficialização pré- campanha eleitoral 2022. **Instagram**, Ciro Gomes. 20 jul 2022. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CgP_OOGr2yk/> Acesso em: 07 out 2022.

Figura 25: Roberto Jefferson fazendo ataques às instituições. VARGAS, Mateus. TSE derruba candidatura de Roberto Jefferson a presidente e aprova registro de Padre Kelmon. **Folha de São Paulo**. Brasília, 01 set 2022. <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/09/tse-derruba-candidatura-de-roberto-jefferson-a-presidente-por-condenacao-no-mensalao.shtml>> Acesso em 02 set 2022.

Figura 26: Candidato Padre Kelmon (PTB) 2022. Padre Kelmon, **Instagram**. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CiALu0dsaMK/>> Acesso em: 20 set 2022.

Figura 27: Material campanha Eymael 2022. Eymael Oficial **instagram**. 31 ago 2022. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Ch7tcJXJYbT/>> Acesso em: 22 out 2022.

Figura 28: Material pré campanha Soraya Thronicke 2022. Soraya Thronicke, **instagram**. 03 ago 2022. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Cg0liKnO2Oh/>> Acesso em: 22 out 2022.

Figura 29: Pré campanha Sofia Manzano (PCB) 2022. Lançamento pré-campanha Sofia Manzano (PSTU). **PCB**. <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2022-07/pcb-homologa-candidatura-de-sofia-manzano-presidencia>> Acesso em: 22 out 2022.

Figura 30: Pré campanha Leo Pérciles (UP) 2022. CORTEZ, Lucas. Unidade Popular (UP) lança oficialmente Leonardo Pérciles como candidato à Presidência da República. **G1**. Rio Grande do Norte. 24 jul 2022. Foto: Lucas Cortez. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/eleicoes/2022/noticia/2022/07/24/uniao-popular-up-lanca-oficialmente-leonardo-pericles-como-candidato-a-presidencia-da-republica.ghtml>> Acesso em: 22 out 2022.

Figura 31: Pré campanha Vera Lúcia (PSTU) 2022. TSE concede registro da candidatura de Vera à presidência da República. Foto: Romerito Pontes. **PSTU**, redação 22 ago 2022. Disponível em: <<https://www.pstu.org.br/tag/vera-16/>> Acesso em: 22 out 2022.

Figura 32: Propaganda Eleitoral Soraya Thronicke (UB) 2022. Propaganda Eleitoral (Presidente) - 27/08/2022. Soraya Thronicke (UB). **OHF News**. YouTube, 27 ago 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2T4V0xj9ghs>> Acesso em: 30 ago 2022.

Figura 33: Propaganda Eleitoral Simone Tebet (MDB) 2022. Propaganda Eleitoral (Presidente) - 27/08/2022. Simone Tebet (MDB). **OHF News**. YouTube, 27 ago 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2T4V0xj9ghs>> Acesso em: 30 ago 2022.

Figura 34: Propaganda Eleitoral Padre Kelmon (PTB). **OHF News**. Propaganda Eleitoral (Presidente) - 10/09/2022. Padre Kelmon (PTB). **OHF News**. YouTube, 10 set 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ME2hvQ4h2OE>> Acesso em: 10 set 2022.

Figura 35: Propaganda Eleitoral Lula (PT). OHF News. Propaganda Eleitoral (Presidente) - 06/09/2022. Lula (PT). **OHF News**. YouTube, 06 set 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=20jm6QmDFxQ>> Acesso em: 06 set 2022.

Figura 36: Propaganda Eleitoral Bolsonaro (PL). Propaganda Eleitoral (Presidente) - 27/08/2022. Jair Bolsonaro (PL). **OHF News**. YouTube, 27 ago 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2T4V0xj9ghs>> Acesso em: 30 ago 2022.

Figura 37: Última live Bolsonaro antes do segundo turno 2018. Bolsonaro: última live antes do segundo turno. Canal: **Jair Bolsonaro**. 27 out. 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2py6E3U2wCc&t=901s>> Acesso em: 21 nov. 2021.

Figura 38: Live Bolsonaro 2022. Bolsonaro: Live - Pr Bolsonaro 25/09/2022. Canal: **Jair Bolsonaro**. 25 set 2022. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=FaNbAbr070o>> Acesso em: 18 jan 2022.

Figura 39: Bandeira do Brasil estendida no Palácio do alvoreada 2022. MACHADO, Renato. Bolsonaro manda estender bandeira gigante no Planalto e diz que ninguém terá coragem de tirar. **Estado de Minas**. 14 out 2022. <https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/10/14/interna_politica.1407448/bolsonaro-manda-estender-bandeira-e-diz-que-ninguem-tera-coragem-de-tirar.shtml> Acesso em: 18 jan 2023.

Figura 40: Apoiadores de Bolsonaro protestam contra o resultado das eleições de 2022 em Manaus. FEITOSA, César; MARCHESINI, Lucas; OLIVEIRA, Thaísa. Gerais evitam condenar apoiadores de Bolsonaro. **Folha de São Paulo**. Brasília, 03 nov 2022. Foto: ALVES, Julcemar/Onzex Press - 02 nov 2022/Agência Globo. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/11/generais-evitam-condenar-atos-golpistas-de-apoiadores-de-bolsonaro.shtml>> Acesso em: 18 jan 2023.

Figura 41: Bandeira do Brasil, posse Lula Janeiro 2023. Bandeira do Brasil posse de Lula. Foto: Ricardo Stuckert. **Instagram** Lula Oficial. 01 jan 2023. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/Cm5D8Oau95A/>> Acesso em: 20 jan 2023.

Figura 42: Vândalos invadem sedes dos Três Poderes em Brasília. RESENDE, Gustavo. AGU sobe para R\$ 18,5 mi pedido de bloqueio de bens de financiadores dos ataques golpistas. **Folha de São Paulo**. Foto: Gabriela Biló. Brasília, 19 jan 2023. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2023/01/agu-sobe-para-r-185-mi-pedido-de-bloqueio-de-bens-de-financiadores-dos-ataques-golpistas.shtml>> Acesso em: 24 jan 2023.

Figura 43: Ataque terrorista na sede dos Três Poderes em Brasília, em 2023. Ataques aos Três Poderes: veja as principais imagens dos ataques na Esplanada dos Ministérios. **Estadão**. 08 jan 2023. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/politica/ataques-aos-tres-poderes-veja-as-principais-imagens-dos-ataques-na-esplanada-dos-ministerios/>> Acesso em: 18 jan 2023.

Figura 44: Ataque à sede dos Três Poderes 2023. A invasão de bolsonaristas a prédios públicos em 10 imagens. **BBC News Brasil**. 08 jan 2023. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-64206175>> Acesso em: 24 jan 2023.

Fórum de governadores oferece forças de segurança para conter atos. **Agência Brasil**. 08 jan 2023. Disponível em:

<<https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-01/forum-de-governadores-oferece-forcas-de-seguranca-para-conter-atos>> Acesso em: 24 jan 2023

PASSARINHO, Nathalia. Invasores bolsonaristas podem pegar mais de 15 anos de prisão, dizem criminalistas. **BBC News Brasil**. 08 jan 2023. Disponível em:

<<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-64206303>> Acesso em: 24 jan 2023.

Senadores pedem providências e repudiam violência e vandalismo em Brasília. Agência Senado. 08 jan 2023. Disponível em:

<<https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2023/01/08/senadores-pedem-providencias-e-repudiam-violencia-e-vandalismo-em-brasilia>> Acesso em: 24 jan 2023.

Veja pessoas que participaram da invasão do Congresso, do STF e do Planalto. **G1**. 08 jan 2023. Disponível em:

<<https://g1.globo.com/politica/noticia/2023/01/08/veja-pessoas-que-participaram-de-invasao-do-congresso-do-stf-e-do-planalto.ghtml>> Acesso em: 24 jan 2023.

Figura 45: Salão Nobre, no Palácio do Planalto, destruído após a invasão de terroristas. Foto: Gabriel Biló. Danos ao Palácio do Planalto: quem pagará a conta? Foto: Gabriela Biló. **Uol**. São Paulo, 09 jan 2023. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2023/01/10/danos-ao-palacio-do-planalto-que-m-pagara-a-conta.htm>> Acesso em: 24 jan 2023.

Figura 46: Policiais escoltando Bolsonaro após terrorismo. RIBBEIRO, Leonardo. Exército deve exonerar comandante que impediu policiais de fazerem prisões no Planalto. **CNN Brasil**. Brasília, 24 jan 2023. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/politica/exercito-deve-exonerar-comandante-que-impediu-policiais-de-fazerem-prisoas-no-planalto/>> Acesso em: 25 jan 2023.