



Instituto Universitário de Lisboa

Escola de Sociologia e Políticas Públicas

A Pátria do Futebol: a Comunidade Imaginada do Brasil no Mundial de Futebol de 2014

Diogo Portela Craveiro

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de

Mestre em Estudos Internacionais

Orientador:

Professor Luís Nuno Valdez Faria Rodrigues
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Corientador:

Professor Auxiliar Convidado Marcelo Adrian Moriconi Bezerra
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

[Junho, 2017]

AGRADECIMENTOS

A elaboração da presente Dissertação tornou-se um processo de crescimento pessoal e abertura de horizontes.

Por esse motivo, a lista de agradecimentos seria efetivamente mais vasta, mas ficar-se-á por todos aqueles que contactaram de perto com este projeto.

Assim, aqui fica um sincero obrigado a:

Luís Nuno Rodrigues

Marcelo Moriconi Bezerra

Rodrigo Gomes da Silva

Aos meus pais e irmãos

E claro, um especial agradecimento à de ontem, hoje e amanhã: Ana Patrícia David

Bem como a todos os colegas de licenciatura e mestrado, amigos pessoais e familiares que muito contribuíram para a minha formação pessoal e académica.

ABSTRACT

The advent of globalization and the transformation of football into a huge economic and financial machine, mobilizing masses, have altered the international structure, especially in *soft-power*, where sports events have become an instrument at the disposition of the States and the *mass media*, aimed at the construction of narratives and speeches diffusing the national ideal.

As such, this dissertation seeks to analyze the football phenomenon as an identity agent, based on the reality of the Brazilian Football Selection, in order to correlate the exhibitions, symbols transmitted by it and narratives around it, with the symbols it represents for the Imagined national community, with the purpose of realizing if it is a vehicle par excellence for the edification and reinforcement of this community.

In short, football and modern mega-sporting events have become metaphors for the nation and its imagined community, allowing the recovery of the past, the valuing of the present and attention to the future.

RESUMO

O advento da globalização e a transformação do futebol numa enorme máquina econômico-financeira, mobilizadora de massas, alteraram a estrutura internacional, principalmente ao nível do *soft-power*, onde os eventos desportivos, se tornaram num instrumento ao dispor dos Estados e dos *mass media*, vocacionados para a construção de narrativas e discursos difusores do ideal nacional.

Como tal, a presente dissertação procura analisar o fenómeno futebolístico enquanto agente identitário, tendo por base a realidade da Seleção Brasileira de Futebol, a fim de correlacionar as exibições, símbolos transmitidos pela mesma e narrativas em seu torno, com os símbolos que representa para a comunidade imaginada nacional, com o objetivo de perceber se é um veículo por excelência para a edificação e reforço dessa mesma comunidade.

Em suma, o futebol e os mega-eventos desportivos modernos, tornaram-se, metáforas da Nação e da sua comunidade imaginada, permitindo a recuperação do passado, a valorização do presente e a atenção para com o futuro.

KEYWORDS

Brasilidade; Comunidade Imaginada; Identidade nacional; Nação; Seleção Brasileira de Futebol;

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	1
1. PROBLEMATIZAÇÃO E OBJETIVOS	2
1.1 METODOLOGIA.....	3
2. REVISÃO DA LITERATURA	4
3. CONCEPTUALIZAÇÃO IDENTITÁRIA NO QUADRO DA NAÇÃO.....	10
4. O FUTEBOL COMO AGENTE SOCIAL E NACIONAL	13
4.1. O IMAGINÁRIO BRASILEIRO NO MUNDIAL DE FUTEBOL DE 2014.....	18
4.1.1 UMA MONTRA PARA O MUNDO E A DIFUSÃO DE NARRATIVAS	19
4.1.2 A MATERIALIZAÇÃO DO IMAGINÁRIO NACIONAL NA SELEÇÃO BRASILEIRA ..	22
5. O QUE SE TRANSPARECEU NO MUNDIAL DE 2014?.....	27
6. CONCLUSÕES.....	29
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	34
WEBGRAFIA.....	37

INTRODUÇÃO

A estruturação contemporânea do Sistema Internacional sustenta o seu *status quo* numa panóplia variada de fenómenos, que moldam o relacionamento inter-Estados, as influências das organizações transnacionais, bem como a organização interna estatal.

É precisamente no seio dos referidos fenómenos que se insere o tópico de análise centrado na promoção do sentimento de pertença a uma determinada “*comunidade imaginada*” - seja ela um grupo social, um grupo de interesses ou mesmo correspondente à imagem de Nação -, interpretada como o espaço simbólico e afetivo, ao qual os indivíduos sentem que pertencem pela partilha de símbolos, valores, comportamentos e aspetos fundacionais da sua pátria (Anderson, 2012). Pegando neste conceito apresentado por Benedict Anderson (2012), a presente dissertação focar-se-á no papel, influência e preponderância dos discursos e narrativas em torno da Seleção Brasileira de Futebol, a fim de analisar, interpretar e expor a sua posição enquanto agente difusor e simbólico da comunidade e Nação Brasileira. Mais aprofundadamente, o objetivo passa por perceber até que ponto a entrada em cena (ou jogo) da Seleção Brasileira representa um conjunto de símbolos, imagens, conceitos, valores e modos de agir conotados com o *way of life* brasileiro, tornando-a uma espécie de agente preponderante (ao nível simbólico) para a construção do imaginário nacional.

Por adição, a esfera ideológica relativa ao quadro das Relações Internacionais tem vindo nos últimos anos a aprofundar o estudo dos fenómenos desportivos, destacando-se o ponto de análise centrado na sua importância (neste caso, do futebol) para a evolução das vicissitudes político-sociais globais, algo que se evidencia na esfera Brasileira das Ciências Sociais, cujo estudo das repercussões dos eventos desportivos surgiu a partir de 1980 (Guedes & Curi, 2014). Na verdade, a contemporaneidade veio tornar límpida a correlação existente entre as Seleções Nacionais de Futebol e a imagem interna (que a população tem de si própria) e externa (o que o restante globo identifica como característico de determinado povo ou comunidade) da Nação correspondente, nos mais variados níveis, sejam eles sub-regionais, regionais ou internacionais.

A conceptualização referente à identidade é também ela relevante, na medida em que esta ou os traços culturais que demarcam uma comunidade (e que consigo acartam um sentimento de pertença, independentemente do espaço onde o indivíduo se encontre) são um item crucial para as sociedades, pelo facto de interligarem os indivíduos e os pares que com eles se relacionam, já que esses mesmos traços identitários influenciam e definem um *way of life* próprio e único, reconstruindo a sociedade em torno dessas ideias e normas (Costa, 2007). Por outras palavras, a produção cultural e a construção do imaginário nacional, com base na influência do futebol, envolve a estruturação e recuperação de um conjunto de regras, valores e ideais universalizados (influenciando o estilo de jogo e a representação do imaginário nacional na respetiva Seleção de Futebol), bem como a

valorização dos contextos culturais em causa e as próprias narrativas, discursos e representações que consolidam o sentimento de pertença e representação à forma de ser, estar e jogar da Seleção de futebol em análise (Paoli, 2007).

Assim, o desporto enquanto ferramenta promotora de interesses estatais data já dos primórdios do século XX, não obstante a sua faceta ser mais visível perante a ascensão dos Nacionalismos (como item de disseminação da ideologia do Estado, como meio de propaganda e da movimentação das massas) (Hobsbawm, 1998) e da Guerra Fria (1945-1991) - onde a realização dos jogos Olímpicos assumiram um patamar de disputa entre Nações e ideologias (em sentido figurado na prática, mas com repercussões ao nível da mentalidade), pois o país vencedor assumia uma posição de potência reforçada, uma espécie de sobreposição face às derrotadas. Porém, a análise da sua preponderância enquanto instrumento difusor de identidade e sentimento de pertença é mais complexa e assente num conjunto variado de fatores que reforçam a importância do futebol na valorização e perpetuação de um conjunto de normas e comportamentos típicos de uma determinada comunidade, mas que não lhe garante uma posição enquanto elemento chave (face a outros itens igualmente importantes) para a difusão da identidade cultural (Martín, 2009).

1. PROBLEMATIZAÇÃO E OBJETIVOS

A existência da Nação Brasileira é facilmente comprovada em termos geográficos, jurídico-legais e políticos, mas também o é ao nível da representação simbólica dos seus primórdios, traços históricos e culturais? A questão surge devido aos efeitos decorrentes da revolução industrial, da instauração das dinâmicas capitalistas, do advento da globalização, da livre e ampla circulação de pessoas, bens e capital, da ascensão dos *media* enquanto poderoso meio de transmissão de ideias, práticas e conceitos e conseqüentemente do cosmopolitismo cultural. Esta conjugação de fatores, na visão de Costa (2007), tem vindo a diluir o conceito de identidade cultural como um todo e originar novas tipologias de identidade, conotadas tanto com eventos culturais, sociais, políticos e económicos (caso do futebol) associados a símbolos decorrentes das emoções e interpretações daí decorrentes, como com pequenas comunidades separadas pelo globo, que se sentem “próximas” pelos conceitos, valores e temas que os unem, formando um compromisso individual (o consenso pessoal de pertença a uma comunidade superior) e um coletivo (o consenso que une todos os indivíduos que constituem a dita comunidade).

Torna-se assim fundamental analisar alguns pontos: em primeiro lugar, se a Seleção Nacional de futebol Brasileira serviu de ferramenta para a representação das características que simbolizam o que é ser brasileiro (e o que os distingue dos restantes povos) e de promoção do sentimento de pertença ao imaginário brasileiro - principalmente no seio do Mundial de Futebol de

2014 -, em segundo lugar, verificar se as narrativas e discursos desportivos, políticos, culturais e identitários em torno da Seleção Brasileira correspondem aos símbolos e ideais tidos como característicos da comunidade imaginada Brasileira, em terceiro lugar analisar o grau de interação entre o evento futebolístico e os processos de formação da comunidade imaginada, em quarto lugar recolher, interpretar e explanar dados que reflitam a influência dos meios de comunicação (principalmente imprensa escrita) na construção do sentimento de pertença e representação assente da Seleção Brasileira de Futebol e por fim, correlacionar todos os tópicos, visando a apresentação de uma análise concisa, sustentada e fundamentada sobre o tema.

Por conseguinte, a escolha da pergunta de partida tem em linha de conta todas estas variáveis e a panóplia bibliográfica existente, juntamente com as inúmeras dinâmicas que influenciam o percurso identitário ou sentimento de pertença, culminando na seguinte pergunta de partida: *“Os discursos e narrativas em torno da Seleção Nacional Brasileira de Futebol, têm uma extensão identitária e simbólica de promoção do sentimento de pertença à comunidade imaginada Brasileira?”*.

1.1 METODOLOGIA

A estruturação teórico-metodológica partiu da esfera das Ciências Sociais e Humanas, procurando investigar as conceções relacionadas com a cultura, os mecanismos de construção identitária, mas também a formação das ditas comunidades imaginadas, a influência do fenómeno contemporâneo que é o futebol e dos *mass media* no advento da globalização.

Deste modo, a vertente teórica da presente dissertação, assenta na recolha e conseqüente exposição e análise da produção social, histórica, científica e académica existente, no que respeita aos domínios culturais, identitários, desportivos, da representação do imaginário social e conotados com o nacionalismo. Já no campo mais empírico, a investigação focou-se numa pesquisa qualitativa, descritiva e de análise de discursos e conteúdos, através da recolha de dados provenientes de fontes jornalísticas Brasileiras, sempre com o objetivo de obter visões, interpretações e ideias dos mais variados atores sociais, políticos e desportivos que compõe a sociedade Brasileira, relativamente à questão da Seleção Brasileira de Futebol enquanto mecanismo de promoção do sentimento de pertença à sua comunidade imaginada.

Assim, a análise bibliográfica decorre do levantamento documental com base em fontes primárias, recursos jornalísticos, bem como no repositório institucional da câmara dos deputados, promovendo-se uma análise interdisciplinar e de conteúdo de discursos políticos, históricos e desportivos, predominando o teor de uma metodologia qualitativa que permita interpretar o que é dito e a forma como é dita – abrindo espaço para pequenas referências quantitativas. O enfoque nos

conteúdos presentes nos *mass media* (principalmente jornais), deve-se à sua preponderância política, social e cultural, aliando a análise de discurso à vertente da análise categorial temática, procurando palavras, declarações, referências e imagens que reproduzam as características da identidade Brasileira e a capacidade da Seleção de Futebol Brasileira em representar o imaginário nacional.

No que concerne à recolha, análise e interpretação de dados presentes na imprensa jornalística Brasileira - concentrada na *Folha de S. Paulo* e no jornal *O Globo* - que acompanhou a realização do campeonato do Mundo de 2014, a pesquisa concentrou-se no período entre o dia 8 de Maio de 2014 e 31 de Julho de 2014, a fim de acompanhar as vicissitudes no período imediatamente antecedente ao Mundial de Futebol e o período imediato após o término do mesmo. Contudo, a análise não se fica por aqui, alargando a recolha de dados a períodos diversos e mais alargados¹ - como por exemplo no dia 30 de Outubro de 2007 aquando da formalização da vitória Brasileira enquanto sede para a realização do Mundial de 2014 -, sempre com o objetivo de recolher o máximo de elementos que evidenciem a representação da comunidade imaginada Brasileira através da sua Seleção Nacional de Futebol. Como tal, o enfoque nos dois jornais Brasileiros acima mencionados, deve-se à ânsia por comprovar a produção e difusão das narrativas e discursos fomentadores da comunidade imaginada pela imprensa e *mass media* Brasileiros um pouco por todo o território nacional, na medida em que a *Folha de S. Paulo* se remete à região de São Paulo, enquanto que o jornal *O Globo* está conotado com a região do Rio de Janeiro, perpetivando-se a reprodução das narrativas e vicissitudes nacionais.

2. REVISÃO DA LITERATURA

O quadro da análise da literatura é essencial para a investigação, interpretação e explanação da temática referida, na medida em que apresenta dois pontos interessantes: por um lado, existe uma extensa, concisa e complexa base literária sobre o desporto (e o futebol) enquanto agente político (tanto usado para interesses estatais e nacionais, como para a preservação de traços identitários e promoção de uma sensação de proximidade à Nação ou comunidade, independentemente da dicotomia espaço-tempo), facilitando em certa medida a interpretação dos factos, das dinâmicas e dos atores envolvidos no processo, enquanto que por outro lado, a análise do papel do futebol como agente simbólico e conotado com a criação, promoção e difusão de um sentimento de pertença no caso Brasileiro só começou a surgir já no final do século XX, evidenciando-se assim como um tópico interessante, contemporâneo e relevante.

Ora, se a corrente realista não dá grande importância à questão cultural (focando-se antes no poder efetivo), a vertente construtivista evidencia uma enorme atenção para com a questão

¹ Por exemplo entre Março e Dezembro de 2013 e Março de 2015;

identitária e cultural, defendendo que cada país se constrói com base numa determinada identidade, criada consoante o contexto histórico, cultural, político e social em que o Estado se insere, procurando, por essa mesma razão, analisar os relacionamentos inter-estatais através da identidade que cada um atribui ao outro, já que a diferenciação ou o “*outro*” (o que diferencia uma população de outra) é o critério chave para construir e apresentar a representação do “*eu*”, a definição da própria identidade (Carvalho, 1990). Por esta razão, é de ressaltar as conceptualizações de dois teóricos fundamentais para a estruturação da presente dissertação: por um lado Eric Hobsbawm e por outro Benedict Anderson.

Começando por Eric Hobsbawm (1998) e tendo em conta que a Nação é uma entidade social, política e territorial moderna, (que deve ser una e indivisa), a nomenclatura legal Brasileira entende-a como “(...) *a comunidade dos cidadãos de um Estado que vivem sob o mesmo regime e têm uma comunhão de interesses; a coletividade dos habitantes de um território com tradições, aspirações e interesses em comum, subordinados a um poder central que se encarrega de manter a unidade do grupo (...)*” (Hobsbawm, 1998, p. 20). Deste modo, o autor destaca que o futebol é desde a Primeira Guerra Mundial um espetáculo de massas, que simboliza os Estados-Nação e apela à paixão e comunhão populacional, afirmando que nos últimos dois séculos de desenvolvimento humano só são perceptíveis a partir do entendimento da Nação enquanto conceito. Efetivamente, Hobsbawm (1998) afirma que as Nações modernas são imaginadas a fim de preencherem a carência resultante da desestruturação das relações Humanas na contemporaneidade, onde o vínculo coletivo apenas é reativado através de fenómenos que recuperem o “*mito fundacional*” de origem. O que daqui se pode retirar, prende-se com o facto de que a manutenção do vínculo, ou seja, do sentimento de pertença à comunidade imaginada advém de estímulos como por exemplo o futebol, cuja prática, eventos e mecanismos nele envolvidos, promovem a recuperação do imaginário que compõe a Nação.

Já Benedict Anderson (2012) apresenta o conceito de “*comunidade imaginada*”, como possível modelo de imaginação política de uma nova sociedade, ou seja uma comunidade política soberana (devido às regras e ideais que regem o quadro social e nacional), limitada (já que existem várias) e de pendor relacional, (Souza, 1996) onde os seus membros não se conhecem totalmente uns aos outros mas sentem que fazem parte de um mesmo todo, um mesmo sentimento superior, enfim construindo uma imagem de uma comunidade (o todo que resulta da conjugação dos sentimentos, valores, normas, princípios, linguagem e símbolos transmitidos) delimitada e cujas características definem quem e o que faz parte dela (Carvallho, 2012). Refletindo sobre o conceito de Nação, Anderson (2012) entende que este ainda é um processo científico complicado, devido ao seu carácter universal, ideológico e sociocultural, não obstante poder ser entendida como uma “(...)

comunidade política imaginada e que é imaginada ao mesmo tempo como intrinsecamente limitada² e soberana” (Anderson, 2012, pág. 25). E porquê imaginada? Porque os membros dessa comunidade nunca se virão a conhecer, encontrar, dialogar ou ouvir todos uns aos outros, apesar de na mente de cada um pairar a imagem de comunhão e de conhecimento de tudo o que caracteriza e integra a Nação (Anderson, 2012), sendo portanto imaginada, por não serem fornecidos quaisquer contornos da imagem de comunhão nacional (Santos, 2004). Para além disso, Anderson (2012) destaca que a imagem da Nação (e conseqüentemente o imaginário nacional, sejam símbolos, valores, ideais, feitos de outrora) está presente e é difundida pelos meios de comunicação (essencialmente imprensa), tornando a veia nacional indissociável da consciência populacional. O enfoque nos *mass media*, deve-se à propagação do capitalismo, resultando na dinamização dos mesmos, permitindo a prolongação das vicissitudes nacionais e do sentimento de pertença à comunidade imaginada nacional às massas (Anderson, 2012).

É neste patamar que surge a correlação com o mundo do futebol, até porque os cânticos, os golos, os jogadores, o afeto pela Seleção Nacional (cujos atletas são muitas vezes vislumbrados como uma espécie de heróis nacionais) contribuem para a criação de um laço cultural forte e invisível que une e fortalece o grupo que constitui a Nação e que com estes elementos se compromete e revê (Carvallho, 2012).

Ascendendo na Inglaterra no decorrer da segunda metade do século XIX, o futebol foi se construído como uma nova tipologia de convivência para os estratos sociais (em primeiro lugar para as elites, mas numa segunda fase difundida por todos os grupos sociais, incrementando a paixão por este desporto) e um espaço de integração social e identitário coletivo, permitindo uma certa continuidade cultural no seio das sociedades globais em constante mudança, perpetuando alguns traços tradicionais e transmitindo-os de geração em geração, adquirindo, por essa mesma razão, preponderância político-económica a partir da primeira metade do século XX (Café, 2010). Por adição, a conseqüente realização de eventos desportivos de cariz mundial, bem como a aproximação popular às suas Seleções Nacionais de Futebol, acabaram por se tornar dois grandes elementos e estímulos ao processo de representação do imaginário nacional (a dita comunidade), não só pelas emoções e sentimentos coletivos desencadeados (e estapulados pela comunicação pública e mediática), mas também pelo reforço do fervor patriótico, perante as vitórias (cujo simbolismo se estende para além da questão meramente desportiva, pois resulta de uma acção realizada em nome do Estado-Nação correspondente) (Sousa & Jesuino, 2008).

Na verdade, a prática futebolística apresenta vários significados intrínsecos que só os seus adeptos compreendem, daí a persistência de uma forte correspondência entre a Seleção Brasileira e

² A Nação é limitada pois todos os territórios têm fronteiras definidas (Anderson, 2012);

o povo correspondente, de tal modo que a avaliação e caracterização de um, confunde-se muitas vezes com a do outro, estimulando a Brasilidade e a sua comunidade, até ao ponto de Carvvalho (2012) afirmar que a identidade Brasileira está demasiado dependente dos símbolos que resultam do futebol. Adicionalmente, a Seleção Nacional carrega um pouco da identidade nacional, representando as debilidades e defeitos da sua população, mas também os seus anseios, desejos e virtudes, formando-se com base na diplomacia desportiva e como: “(...) *mais do que um desporto, é uma metáfora do país, é um veículo de identidade e valores, é uma arena da afirmação nacional, regional, mundial*” (Carvvalho, 2012, p. 36).

Caminhando num campo mais exemplificativo, são evidentes algumas características partilhadas tanto pela Seleção Nacional Brasileira de Futebol, como pelo seu povo: desde logo o pragmatismo, a criatividade, a habilidade e a diversão – se no campo futebolístico a Seleção se destaca pelos seus dribles e jogadas fantásticas e fantasiosas, no campo social estes itens caracterizam-se com o pragmatismo brasileiro em usufruir das regras universais em nome da sua qualidade pessoal, pela sua boa disposição e folia contínua -, num segundo patamar a veia mística e supersticiosa – se no evento desportivo a massa sociocultural promove o apoio através de preces, crenças, superstições a fim de atingir a vitória, na esfera social, a comunidade Brasileira assente a sua posição na valorização da religiosidade e na crença para atingir objetivos – e por fim, a valorização da sua estirpe e bravura – na Seleção através do crer e da ambição, enquanto que no quadro social se destaca a valorização dessas mesmas práticas, através da formulação e encarnação das suas aspirações e sonhos nos ídolos (ou heróis) que edificam a identificação coletiva da comunidade Brasileira (Gomes & Said, 2015), daí que : “*O futebol-arte resgata outros elementos que formam a nossa identidade, como a dança, o gingado e a sedução, uma representação da própria latinidade*” (Gomes & Said, 2015, p. 15).

O futebol, ao longo da evolução cronológica, tem vindo a ascender como ferramenta de política externa e principalmente enquanto veículo político, social e diplomático universal³ refletor de valores e ideias de um Estado, da imagem simbólica da Nação, mas também da sua população, algo evidenciado durante os Mundiais de Futebol, onde as vitórias acartam um significado muito amplo, para além do carácter somente desportivo, reforçando os anseios sociais, a união e coesão da comunidade imaginada, os seus sonhos, ambições e crenças.

É precisamente este fenómeno que se vivencia no caso Brasileiro (a denominada “Pátria de Chuteiras”⁴), onde a globalização e a conseqüente homogeneização cultural global, não implicou a destruição da identidade cultural brasileira, muito graças à sua dimensão futebolística, facilitando a sua reinvenção cultural junto da população, desprovida das amarras geográficas e fronteiriças –

³ Vários teóricos defendem uma universalidade superior à evidenciada por exemplo pela democracia;

⁴ Denominação cunhada pelo escritor e dramaturgo Nelson Rodrigues (1912-1980);

ressalve-se o caso de Ronaldinho Gaúcho, jogador e ídolo brasileiro por todo o mundo, o que comprova a dimensão exponencial do futebol e a difusão do sentimento de pertença ao mesmo nível, por exemplo através da identificação com jogadores, Seleção e representantes institucionais (Helal & Soares, 2014). Note-se que a construção identitária brasileira (assente no sentimento de pertença dinamizado pelo futebol) data de 1930, sustentando-se na narrativa futebolística como uma expressão (em simultâneo) da Nação e da construção do que é ser Brasileiro, da transmissão de uma visão romântica do estilo de jogo Brasileiro e consequentemente do seu enquadramento cultural.

Esta conceptualização é demonstrada efetivamente em 2004, aquando da participação do Brasil na missão de paz da Organização das Nações Unidas no Haiti, através da realização do “*Jogo da Paz*” - com a participação da Seleção Brasileira -, tornando-se o mecanismo primordial para o reforço do prestígio da “*Pátria do Futebol*”, promovendo a união entre a população, a harmonização pacífica territorial e em última instância reforçando a proximidade do povo Haitiano ao conjunto Brasileiro e o sentimento de pertença mundial à vertente humana Brasileira (através dos símbolos que a Seleção representa e com os quais os grupos sociais se identificam, compreendem e revêm) (Guedes & Curi, 2014).

Assim, o futebol é um dos maiores patrimónios culturais do Brasil, algo reconhecido pelo próprio conjunto jurídico-legal, definindo que a prática futebolística: “(...) *integra o património cultural e é considerada de elevado interesse social*” (Almeida & Caleiro, 2014, pp.53), assumindo-se como a essência da Brasilidade e um item primordial na e para a construção da identidade cultural do país. Subentende-se então como uma ferramenta conectora entre indivíduos dispares (no espaço e no tempo) com base na ambição desportiva, que simboliza (no imaginário populacional) ambições políticas, sociais e pessoais, onde o que caracteriza e compõe a esfera do que é *meu* se confunde com a esfera do que é *nosso*, originando uma espécie híbrida de supra-identidade do adepto, pelo facto deste se sentir próximo das cores, das práticas e dos símbolos da sua pátria (Costa, 2007).

A *Pátria do Futebol* reconstrói desta forma a sua identidade cultural, materializando-a no adepto e na Seleção Brasileira, reforçando o sentimento de pertença⁵ à Nação e à Brasilidade através das narrativas desportivas e imagens dos heróis ou ídolos (ou seja os jogadores) que passam a ser interpretados como representantes da consciência nacional, levando a que o indivíduo: “(...) *embora exista e aja como um ser autónomo, faça isso somente porque ele pode primeiramente identificar-se a si mesmo como algo mais amplo – como um membro de uma sociedade, grupo, classe, estado ou nação (...), ao qual ele pode até não dar nome, mas ele reconhece instintivamente como seu lar*” (Costa, 2007, p.5). Daí a sugestão de Costa (2007), de que a sensação de se sentir brasileiro

⁵ Um dos traços primordiais da identidade cultural moderna (Costa, 2007);

não implica que se tenha nascido no território Brasileiro, mas sim sentir-se completamente inserido, consciente e estável num conjunto amplo de costumes caracterizantes do que é ser Brasileiro.

Logo, o futebol é uma língua de entendimento universal (e também, como se depreende, um refúgio patriótico) agregando e materializando (principalmente durante os eventos desportivos) a identidade nacional nos agentes desportivos, algo evidenciado no panorama do Brasil, onde a sua Seleção de Futebol promove uma enorme influência na representação e significado atribuído à Brasilidade (sendo a sua extensão). Desta forma, torna-se uma plataforma de identificação do Brasil por onde quer que circule, por meio do jogo “bonito”, da alegria, da boa disposição, da liberdade, que caracterizam tanto o estilo de jogo como a maneira de ser da família Brasileira, levando a que: *“Em termos de identidade nacional, a seleção de futebol exerce um deslumbre tão grande nos Brasileiros que talvez não exista (...) melhor símbolo, história ou personagem que identifique o Brasil no estrangeiro do que ela”*⁶ (Costa, 2007, p.7).

Em suma, compreende-se que a identidade Brasileira está intimamente coligada ao futebol, enquanto marca identitária indelével da sua cultura, principalmente no advento da modernidade, pois o futebol reativa o vínculo coletivo e recupera o *“mito fundacional”* da origem e o união do povo Brasileiro, aproximando os símbolos nacionais oficiais e a população (Gomes & Said, 2015). Logo, a identidade é uma construção narrativa que aproxima grupos com base num conjunto de camadas de significados e sistemas simbólicos, na medida em que só se sabe o que é ser brasileiro pela forma como é apresentado e interpretado pelos *“outros”*, portanto Lourenço (2011) sugere que a definição e interpretação da Brasilidade advém de uma comunidade imaginada sustentada no futebol, até porque esta vertente desportiva é também um *“jogo de palavras”* relativas a valores centrais que patenteiam a cultura Brasileira.

Por último, o futebol e a Seleção Nacional são dois fatores indissociáveis da integração nacional Brasileira no desenrolar do século XXI, tornando-se um novo patamar de sociabilidade e emoção patriótica, solidificando a identidade cultural e a difusão e representação das características imaginadas da veia Brasileira, assente nos eventos desportivos como ferramenta de representação da comunidade imaginada, pelo facto dela se apoiar: *“(...) nas tradições inventadas que ligam o passado e o presente, em mitos de origem que projetam o presente de volta ao passado, em narrativas de nação que conectam o indivíduo a eventos históricos nacionais mais amplos (...)”* (Helal & Cabo & Silva, 2009, p.2).

⁶ Ressalve-se a importância dos *media*, enquanto veículo difusor dos ideais que aproximam a população à Seleção e ao todo nacional, criando uma imagem de jogo caracterizada por determinados estereótipos associados à Nação;

3. CONCEPTUALIZAÇÃO IDENTITÁRIA NO QUADRO DA NAÇÃO

O conceito de identidade é uma característica inerente a toda e qualquer Nação e sociedade, correspondendo aos traços culturais, valorativos, éticos e comportamentais que a diferenciam de todas as outras. Por conseguinte, a identidade apoia-se numa panóplia variada de costumes, comportamentos e elementos simbólicos, fomentando uma sensação de integração e articulação.

Se a identidade cultural consiste numa determinação coletiva, partilha histórica e pertença a um imaginário cultural, é natural que esta seja concebida através de discursos e estratégias enunciativas, demarcando a diferença face ao outro (Gay & Evans & Redman, 2000), assumindo-se como a verdadeira alma nacional (Joanilho, 2016). Seguindo esta linha ideológica, Barbosa (2011), sugere que o processo identitário corresponde à subjetividade social e à formalização de um sentimento de apego ao que as práticas discursivas constroem e constituem como o que é nacional e ao qual pertencemos, por meio de um sistema simbólico significante. Portanto, a teorização da identidade envolve processos de reconstrução histórico-genealógica discursiva, ou melhor, a sua efetivação articula aspetos discursivos formativos e mecanismos de reativação histórica, aprimorando um imaginário de coabitação entre os demais (que sentem que pertencem àquele imaginário nacional), desconstruindo o *eu* e correlacionando-o com o *nós* (Gay & Evans & Redman, 2000). Reformulando, Lourenço (2011) entende que a identidade é uma construção que se narra – com base na cultura nacional –, fornecendo sentido sobre e para a Nação, através de modelos de representação e simbologia, sendo por isso um conceito em permanente evolução e construção, relacionado com o reconhecimento de uma origem comum e partilha de características, difundindo lembranças que promovam o sentimento de apego à pátria, um sentido de unidade coletiva e de associação entre o patriotismo e a representação da sua Nação (Velloso, 1993).

Por conseguinte, a questão identitária prende-se tanto com a esfera nacional como a cultural (é o resultado da simbiose entre ambas), pois a identidade de um povo é a conjugação das suas características culturais (modo de ser, agir, pensar, bem como vertente anatómica) com aspetos nacionais (tradições, crenças, ideais, feitos históricos, enfim um conjunto de elementos que influenciaram a evolução cultural da Nação). Ora, na ótica de Brown (1998), a identidade nacional pressupõe o envolvimento físico, legal, social e emocional nas narrativas ideológicas assentes num conjunto de mitos e tradições que são interpretados como essenciais ao país em questão, algo que se correlaciona com a estrutura cultural enquanto conjunto de tradições e regras socialmente aprendidas, determinando o estilo de vida do grupo social.

No seio deste processo contínuo, a língua é uma das ferramentas impreteríveis, já que é o verdadeiro instrumento (com função simbólica) de transmissão dos símbolos, valores e ideais - pois é através dela que o sujeito se assume como tal -, reforçando a união psicológica e a

consciencialização geral social (Gay & Evans & Redman, 2000), reativando a alma coletiva a fim de homogeneizar as (possíveis) diferenças sociais existentes (como ao nível étnico ou racial) e agrupa-las num todo orgânico e coeso (Velloso, 1993). É por esta razão que Anderson (2012) afirma que: *“Através da língua nos descobrimos no colo da mãe e de que nos despedimos só na hora da morte, os passados são reconstruídos, as comunidades de iguais são imaginadas e os futuros são sonhados”* (Anderson, 2012, pág. 206).

Contudo, a conjuntura atual, assente no fenómeno da globalização, tem vindo a dirimir a interpretação da identidade como um corpo integral e unificado, apesar de não descurar o seu pendor político (conotado com a localização territorial) e a sua vertente de consciencialização transcendente (Gay & Evans & Redman, 2000). Daí que, perante o advento da modernidade, do capitalismo, da industrialização e de crescente mobilidade populacional, tenham vindo a surgir novas formas de identificação, devido à diluição das relações de proximidade solidariedade e pertença tradicionais. Logo, perante a carência desses laços, as sociedades necessitaram de encontrar novos patamares que lhes permitissem recriar esse tipo de relações, (apoiando-se inicialmente na religião e mais tarde na recuperação e reforço do conceito de Nação (Anderson, 2012)), abrindo espaço para a intromissão de fenómenos sociais e emocionais (como o futebol) aptos ao auxílio da recuperação e manutenção das identidades nacionais (Costa, 2007).

No que respeita à esfera da Nação, esta recupera e promove sentimentos e afetividade, bem como fomenta a valorização da memória dos feitos de outrora⁷, culminando na construção social da identidade desse povo. Partindo das investigações sobre esta vertente ideológica, provenientes das obras de Tocqueville, interrogações de Durkheim relativamente à consciência coletiva, passando ainda pelos ensaios de Gyorgy Lukás sobre a influência dos romances históricos e culminando nos avanços de Paul Ricoeur sobre o poder performativo das narrativas e memórias - e não descurando as ideias de Ernest Gellner -, a Nação parece ser a base de apoio para a formação do Estado e da sociedade civil (Curto & Jerónimo & Domingos, 2012).

Benedict Anderson (2012) concebe a Nação como uma associação horizontal e transversal, emanando das raízes históricas que compõe o Estado, ressaltando que o Nacionalismo (a sua corrente político-ideológica) ao datar dos finais do século XVIII, resulta da evolução (e futura) deterioração dos dois grandes sistemas culturais que permitiam criar o imaginário social: a comunidade religiosa⁸ e o reino dinástico⁹ (Anderson, 2012). Ora, a aliança entre transformações sociais, avanços científicos e o desenvolvimento dos meios de comunicação favoreceram esta nova

⁷ O que muitos teóricos referem de “estar disposto a morrer pela pátria” (Anderson, 2012);

⁸ Nesta esfera, as comunidades eram imaginadas através das línguas sagradas (originando por exemplo a Cristandade), cujo declínio se deve à quebra do uso do latim como principal dialético (Anderson, 2012);

⁹ Durante séculos o único sistema político imaginável, assente em territórios pouco definidos, abrindo espaço para domínios prolongados, algo diluído pelas correntes ideológicas liberais (Anderson, 2012);

tipologia comunitária, que apoiada no incremento do capitalismo de imprensa – leia-se impressão em massa de livros e desenvolvimento dos meios de comunicação – facilitou a disseminação da consciencialização nacional (Anderson, 2012). O aparecimento destas novas plataformas de disseminação comunicacional fomentou a base sustentadora da formulação das consciências nacionais, construindo espaços unificados de comunicação (passíveis de compreensão mútua, principalmente através do papel), impulsionando laços de pertença, incitando no imaginário o embrião da comunidade imaginada nacional, bem como permitiu recuperar os traços da antiguidade, na medida em que perpetuam temporal e espacialmente esses elementos (Anderson, 2012).

Como se pode ver, surge o grande espaço para a criação e propagação da gramática identitária nacional, ou seja, o desenvolvimento do sentimento de comunhão uno e conjunto que cria no imaginário social a dita comunidade político-social que é efetivamente a Nação (Anderson, 2012), onde Carvallho (2012) entende que, o objetivo passa pela ânsia de aglutinar os cidadãos em torno do mesmo símbolo pátrio, constituindo a mesma comunidade imaginada, com base nos discursos difundidos, reproduzidos e reinterpretados pelos sectores sociais.

Podendo ser vislumbrada como o conjunto de cidadãos cuja soberania coletiva os construía como um Estado concebido como a sua expressão política (Santana, 2009), a verdade é que a imaginação da comunidade social e política não se foca apenas no passado mítico. Efetivamente, esta resulta do domínio cívico e da preponderância da imprensa (o elo de disseminação dos ideais pelos vários grupos sociais, através dos meios de comunicação), originando a tal comunidade afetiva, assente no simbolismo que representa, na partilha emocional, na consciência coletiva de comunidade e na camaradagem horizontal resultante das dimensões simbólicas que compõe e caracterizam o grupo comunitário em questão (Anderson, 2012).

Nomeadamente, a Nação é uma “ (...) *construção cultural, (...) uma comunidade imaginada, amarrada a símbolos, rituais e práticas que unem a população em celebrações periódicas, com um forte sentido de coletividade*” (Souza, 1996, p. 110), o que permite uma atualização contínua, proveniente dos discursos políticos, culturais, sociais e desportivos construtores da Nação e dinamizadores do sentimento de pertença coletivo (Souza, 1996). Reformulando, a capacidade de formulação da imaginação nacional advém de uma conjugação imprevisível de vários fatores, como o crescimento da organização capitalista, a evolução das relações produtivas, o desenvolvimento exponencial das tecnologias de informação e comunicação (leia-se *mass media*) e a diversidade linguística, levando a que esse imaginário sirva de escape da modernidade para a representação da realidade nacional cultural, uma espécie de recuperação das bases tradicionais (Anderson, 2012).

Cria-se assim a base morfológica para a Nação imaginada e moderna, assente na simultaneidade oblíqua, contínua e consistente no tempo. Esta torna-se visível na invisibilidade imaginária e

consequentemente admissível de ser atingida (Anderson, 2012), reforçando a sua consciencialização por meio dos símbolos e produtos culturais territoriais, dos quais se destaca a dialética linguística, pois é este o elemento que constrói os hinos e feriados nacionais – duas grandes ferramentas para frisar o sentimento de pertença ao mesmo imaginário. Por exemplo, a entoação em uníssono do hino nacional preconiza fisicamente a comunidade imaginada, interligado o *eu* à esfera do *nós*, onde a proximidade e sensação de conhecer todo o espectro nacional (mesmo sem o conhecer efetivamente) não pressupõe impreterivelmente o nascimento nesse território (Anderson, 2012).

Por fim, se Martín (2016) entende que a Nação “(...) *é essencialmente uma comunidade de sentimentos*” (Martín, 2016, p. 68), já Barbosa (2011) defende que a identidade aglomerada no seio da Nação consiste na identificação com a sua cultura e no desejo em participar no Estado-Nação, cuja consequente representação identitária resulta da articulação da e na cultura macro-nacional.

4. O FUTEBOL COMO AGENTE SOCIAL E NACIONAL

O aparecimento do desporto enquanto instrumento preponderante para o avanço mundial, tornou-se inquestionável após a elevação dos eventos desportivos a espaços simbólicos para o retratamento e difusão dos interesses e vicissitudes nacionais, destacando-se a reafirmação regional e cultural da Catalunha nos Jogos Olímpicos de 1992, o triunfo do multiculturalismo no Mundial de 1998, a emoção e paixão em torno do desporto nos Jogos Olímpicos em Sydney em 2000 ou mesmo a destruição dos receios decorrentes do período bélico através do Mundial de futebol em 2006 na Alemanha (Sousa & Jesuino, 2008, pág. 18). Assim, a partir do século XX, principalmente após a crescente profissionalização dos Jogos Olímpicos, evidencia-se uma forte desportivização das sociedades, inserindo o futebol moderno num complexo estrutural de produção mediática cultural e identitária (Coakley & Dunning, 2002).

Efetivamente, a assunção dos eventos desportivos como ambientes primordiais para a construção ou reforço da comunidade imaginada nacional advém em primeiro lugar da valorização da emoção, aliando-a ao sentimento de orgulho e identificação ao grupo que compõe essa mesma comunidade. Portanto, se o conceito emocional pressupõe a existência de ambientes relacionais e dinâmicas intergrupais – onde as identidades sociais emergem – e se o conceito de identificação se relaciona com a denominada identidade social – entenda-se “(...) *parcela do autoconceito de um indivíduo que decorre do conhecimento da sua pertença a um grupo (ou grupos) social, juntamente com o significado emocional (...) associado (...)*” (Sousa & Jesuino, 2008, pág. 19) -, rapidamente se subentende que os campeonatos do Mundo de Futebol configuram situações favoráveis à convergência destes elementos, culminando no entusiasmo coletivo em torno das Seleções Nacionais (Sousa & Jesuino, 2008). Segundo Brown (1998) e Marivoet (2006), a conotação entre os grandes

eventos desportivos modernos e a vertente nacionalista, resulta não só do facto de estes dois fenómenos serem filhos do mesmo século (XIX), mas também por se tornarem portais para as inúmeras regiões do globo e para a manifestação dos respetivos Estados-Nação.

Neste seguimento, tais espaços desportivos incitam a identificação cognitiva, emocional e psicossocial, influenciando em toda a escala o processo de recuperação e reforço simbólico do orgulho das coletividades, assumindo-se como manifestações sociológicas, com dimensão político-ideológica, comercial e mediática, assente num elevando índice de capacidade de mobilização populacional (Sousa & Jesuino, 2008). Pela mesma razão, o futebol promove uma intensa e complexa mobilização identitária, tornando-se uma importante instituição social e um forte catalisador de ambos, na medida em que Brown (1998) sugere que se o futebol e os eventos desportivos não existissem, então não existiriam contextos apropriados para celebrar a identidade e para entoar o hino nacional.

Apesar de em certos estratos ainda predominar a ideia de que o futebol é um desporto vulgar e alheado do quadro cultural, a verdade é que por este ser um desporto de fácil entendimento e prática, permite-lhe acompanhar o processo civilizacional, tornando-o um significante cultural conotado com práticas discursivas assentes nas identidades nacionais¹⁰. Do mesmo modo, a performance da Seleção Nacional é vislumbrada como uma representação efetiva da imagem coletiva nacional, levando a que tal como a identidade nacional, também o estilo de jogo seja interpretado, na visão de Redhead (1993), como uma metáfora da identidade coletiva imaginada, tornando-se um estereótipo imaginado com o qual a comunidade se identifica e através do qual surgem as narrativas que caracterizam a Nação, tanto ao nível nacional, como ao nível internacional. Por exemplo, no caso do Brasil, a sua Seleção é conotada com o ideal de “*brinca na areia*”, já que combinam a técnica, com talento natural (da sua vertente latina), com o improvisado e criatividade (decorrente da sua veia africana) (Brown, 1998).

Os eventos desportivos moldam assim toda a estrutura social, facilitando a visibilidade nacional e internacional dos Estados-Nação e suas comunidades, visto que os acentuados envolvimentos socio-afetivos que estes promovem, permitem a expressão das identidades aliada à comparação e afirmação de superioridades culturais e territoriais (Marivoet, 2006). A espetacularização dos eventos futebolísticos envolvem uma multidão de desconhecidos (mas que se imaginam como iguais no seio do imaginário nacional) numa emoção idêntica, fundindo-se no coletivo nacional imaginado - baseando-se nos significantes discursivos – catalisando a representação da Nação, através da sua materialização na Seleção Nacional (Martín & Olguín, 2010).

Não obstante a pertença e interação social poder ser real ou imaginada, pois “(...) *é o grupo que*

¹⁰ Ressalve-se a preponderância da retórica e do mediatismo, bem como a posição dos líderes de opinião na construção social da realidade (Sousa & Jesuino, 2008);

está no indivíduo e não o indivíduo que está no grupo” (Sousa & Jesuino, 2008), o sentimento de pertença mantém-se mesmo perante a distância temporal ou espacial, na medida em que os indivíduos que partilham esse sentimento, compartilham normas, valores e semelhanças cognitivas, passando a agir e expressarem-se de acordo com a orientação que caracteriza a comunidade¹¹ (Sousa & Jesuino, 2008). É aqui que o futebol se torna um excelente recurso para analisar esta veia nacional, até porque envolve atividades relacionadas com emoções e sentimentos determinados socialmente, daí que qualquer indivíduo demonstre um pouco do seu pendor nacionalista quando a sua Seleção Nacional joga, pois o evento desportivo facilita a recuperação e vivência de imagens, símbolos, narrativas e discursos conotados com os primórdios da sua Nação (Brown, 1998).

Por adição, as emoções e as ligações afetivas tornam-se elementos impreteríveis para a construção da dita comunidade imaginada e conseqüentemente para a coesão dos seus membros (no seio dos eventos desportivos) – já que estão intimamente ligadas à memória e mitos fundacionais -, podendo estas decorrer de factos reais ou mentalmente construídos ou recordados, levando à partilha de representações mentais do que representa ou significa para esse mesmo grupo, num novo ambiente de sociabilidade com base no desporto moderno (Coakley & Dunning, 2002). Deste modo, surgem os dialetos emocionais e comportamentais específicos de cada grupo, tanto identificáveis para os seus membros como para todos os que estão fora da sua esfera comunitária¹² (Sousa & Jesuino, 2008), materializando-se no apoio e no orgulho na sua Seleção Nacional durante os eventos desportivos, (principalmente após a vitória da mesma), resultando por exemplo na entoação do hino, enquanto referência que une a comunidade e a Seleção, interpretando-se os seus feitos como sucessos ou fracassos grupais.

Partindo do pressuposto de que *“o futebol move massas, modifica identidades, desencadeia emoções”* (Sousa & Jesuino, 2008, pág. 66) e tendo em conta as conseqüências resultantes do advento da globalização, do desenvolvimento do desporto moderno – um autêntico negócio - tal como da interação entre interesses económicos, políticos, multinacionais e dos próprios *media*, a verdade é que as Seleções Nacionais continuam a ser o veículo por excelência de representação das identidades socioculturais e nacionais, usufruindo da enorme visibilidade e mediatismo presente nos grandes eventos desportivos mundiais (Sousa & Jesuino, 2008). Isto porque *“a imaginária comunidade de milhões parece mais real na forma de uma equipa de onze pessoas”* (Souza, 1996, p. 116), pressupondo que a Nação enquanto entidade abstrata seja experimentada como algo visível e concreta.

Para além disso, é de ressaltar a heroificação de figuras¹³ que compuseram ou compõe a

¹¹ Ressalve-se, por exemplo, o orgulho coletivo pela vitória da Seleção Nacional;

¹² Como por exemplo os adereços que usam ou as canções que entoam no apoio à sua Seleção;

¹³ Este conceito engloba várias estruturas semânticas, como “génio”, “grande homem”, “fenómeno” (Santos, 2004);

sociedade, pois esta prática é relevante para todo o processo em análise, na medida em que o conceito de heróis – construídos teoricamente e com base em narrativas perpetuadas - acaba associado à vinculação dos membros que compõe a comunidade imaginada a determinadas práticas sociais e símbolos, levando a que *“o nacionalismo alimentado pela exaltação das figuras do desporto não é uma construção inócua, mas sim uma tentativa de antropomorfização da ideia de Nação”* (Santos, 2004, p. 15). Santos (2004), acrescenta que o recurso à figura do herói como ícone da Nação deve a sua preponderância para o processo de mobilização e aglutinação pelo facto de: em primeiro lugar conjugar uma panóplia de “vozes”, discursos e narrativas, em segundo lugar por representar um cume imaginário catalisador de identidades e por fim pela sua projeção enquanto ícone de civismo e de qualidades de um passado glorioso.

Como se pode ver, a influência da competição desportiva resulta das emoções que desencadeia e da vertente civilizacional que engloba, que quando aliada à esfera do Estado-Nação e aos atos de heróis, favorece um espaço comunitário físico e imaginado, ao qual os membros sentem que a ele pertencem e com o qual se identificam, tornando-os consumidores do imaginário envolvente, cujo conhecimento é condicionado e manipulado pelos *mass media*. Se *“não há Nação sem mito, sem heróis e sem liturgia onde se fixa a consciência coletiva, onde se projeta a continuidade de uma história”* (Santos, 2004, p. 51), rapidamente se entende que a identidade nacional é uma construção complexa e repartida por vários setores (como o étnico, o cultural, o político), onde o desporto no geral e o futebol em particular, se assumem como o elemento primordial de socialização e afirmação da unidade nacional, tanto por efetivar espaços para a inculcação de emoções livres das amarras legais que compõe o quotidiano, como também por evidenciar a forma física dessa mesma Nação através do corpo do herói (Santos, 2004). Isto acontece, porque *“o futebol, como nenhuma outra atividade (...) mostra como somos e como não somos”* (Martín, 2016, p. 31), *“(...) representa (...) o espírito do país”* (Martín, 2016, p. 56), culminando na ideia transmitida por Martín (2016), de que o país é a Seleção Nacional e vice-versa.

Logo, sugere-se que as competições desportivas são um dos patamares, desde o século XX, para a afirmação dos Estados-Nação e para a consolidação coletiva identitária – tanto no sentido *top-down* (partindo do Estado), bem como no sentido *bottom-up* (proveniente dos adeptos) -, facilitando manifestações de nacionalismo (Sousa & Jesuino, 2008). Por conseguinte, os grandes eventos desportivos modernos remodelam a agenda nacional, remetendo-a para a dimensão identitária e para o sentido patriótico, na ânsia de construir e transmitir para os *“outros”* uma espécie de “imagem de marca” do país, através da Seleção e dos seus adeptos (Sousa & Jesuino, 2008). É neste campo que surge a cidadania-identitária (próxima do sentimento de pertença), um pouco dependente dos processos de mediatização dos símbolos, narrativas e características da Nação

(representadas na Seleção) veiculadas nos *mass media*¹⁴, cujo apoio e sentimento de pertença à Nação (preconizada na Seleção) assume um forte pendor simbólico (Sousa & Jesuino, 2008).

Ora, Santos (2004) entende que, se o desporto é uma tipologia linguística e se as línguas são tecnologias sociais, surge, desta forma, uma viabilidade heurística para a construção das ditas comunidades imaginadas, na medida em que o desporto moderno promove um conjunto de discursos, rituais e histórias das ações fenomenais dos atores desportivos, que difundidos pela imprensa desportiva auxiliam a formulação de concepções populares fomentadores da identidade nacional. Este enfoque na preponderância dos *mass media* resulta do facto destes promoverem diariamente capital simbólico e discursivo, que passa a ser interpretado como nacional e patriótico, utilizando-o como instrumento de agregação (Santos, 2004) e influenciando a forma como os quadrantes sociais vivenciam os grandes eventos (Coakley & Dunning, 2002). Efetivamente, a análise que promovem aos jogos (ou confrontos) entre Seleções, assenta num contexto sociopolítico e diplomático, procurando transmitir uma imagem positiva da Nação (à qual pertencem) no “perímetro simbólico” do relvado, evocando, em simultâneo, experiências coletivas, memórias partilhadas e concepções populares da identidade nacional (Santos, 2004).

Portanto, Santos (2004) defende que a imagem da Nação existe no decorrer dos jogos das Seleções, tornando-as elementos fidedignos de representação desse todo nacional, fornecendo-lhe um corpo físico e qualidades associadas ao estereótipo que caracteriza os seus membros. Mais a mais, a autora ao entender que ocorre uma transcendência entre o território físico e simbólico que compõe a nação, acaba por alvitrar a ideia de que as competições internacionais são uma das últimas arenas do nacionalismo -, pois é nesses momentos emocionais que as massas evidenciam maior noção e consciência para a nacionalidade e cidadania, bem como para a partilha e transmissão de mensagens e imagens de união do grupo a que pertencem. Desta forma, o futebol e os jogos das Seleções assumem-se como refúgios de agrupamentos em torno de uma identidade nacional no seio das competições internacionais, já que estes eventos acendem a chama do nacionalismo e o fervor patriótico (Costa, 2007), onde o conjunto de adeptos ou claques podem ser interpretadas como comunidades imaginadas de acordo com os critérios apresentados por Benedict Anderson (2012).

Em suma, o futebol, como estrutura simbólica coletiva e metáfora nacional (Gomes & Freitas, 2002), tornou-se um campo para o debate acerca da Nação e representação coletiva (Guedes, 2009), diluindo a crença académica de que a ascensão da globalização debilitaria as identidades locais, permitindo que as sociedades se vislumbrem e repensem coletivamente (Sousa & Jesuino, 2008).

¹⁴ Leia-se difusão de ícones com dimensão simbólica da identidade nacional (Sousa & Jesuino, 2008);

4.1. O IMAGINÁRIO BRASILEIRO NO MUNDIAL DE FUTEBOL DE 2014

O presente ponto de análise visa investigar o processo de construção e reforço da comunidade imaginada Brasileira com base na sua união em torno da Seleção Brasileira de Futebol e consequentemente a capacidade desta representar a própria Nação. Para esse fim, sustentou-se a investigação na recolha de dados e análise bibliográfica (tanto de fontes oficiais - como discursos políticos ou desportivos -, como de fontes informais - como discursos em jornais e meios não oficiais), na ânsia de evidenciar o papel dos meios de comunicação no processo de difusão e recuperação do imaginário nacional e consequentemente no reforço do sentimento de pertença à comunidade imaginada Brasileira, utilizando como instrumento a Seleção Brasileira de Futebol.

A construção de um imaginário nacional é um dos passos primordiais para a consequente legitimação política, já que é essa esfera idealizada que mobiliza e aproxima o regime às suas bases populacionais, recuperando “o mito de origem” e o “mito do herói”¹⁵, enquanto processos fundamentais para a formulação da Nação, pois “(...) oferecidos aos olhos do povo, eletrificam as suas almas e fazem surgir as paixões de glória, de devoção à felicidade do seu país” (Carvalho, 1990, p. 11). Daí que, a conquista do Mundial de futebol de 1970 pela Seleção Brasileira, tenha consolidado o futebol como um instrumento de identificação nacional e cultural, fortalecendo o sentido de pertença à Nação, principalmente durante os eventos desportivos (Helal & Cabo & Silva, 2009), aproximando-se da sugestão de Lourenço (2016), de que o desporto é um dos meios mais populares no que respeita à aproximação ou separação de Nações, devido à sua influência sociocultural e política.

De um modo geral, a construção social dos eventos futebolísticos mundiais na Era contemporânea eleva-os a fenómenos complexos de interação entre interesses político-ideológicos, éticos, económicos, comerciais, estatais, bem como das organizações desportivas, dos *mass media* e de inúmeras multinacionais – não descurando a vertente da cidadania identitária. Este espaço-tempo global (leia-se evento desportivo) de afiliação nacional não pode ser dissociado da esfera mediática e comercial, no que concerne à questão das manifestações de pertença a uma comunidade imaginada, principalmente através da ação dos *media* ao recriarem a Nação com base no estímulo proveniente das transmissões televisivas (com a escolha de narrativas ou momentos mágicos que fomentam a memória coletiva) e da imprensa escrita (recorrendo a figuras de estilo metafóricas e simbólicas e a uma forte adjetivação) (Marivoet, 2006). Logo, são estes ambientes e contextos emocionais que têm vindo a contribuir para o reforço da união nacional, para o redimensionamento do seu simbolismo, mas também fornecendo espaços para manifestações de alegria e regozijo

¹⁵ O correspondente a figuras que se tornaram arquétipos de valores e aspirações coletivas e encarnações de ideais para a comunidade (Carvalho, 1990);

nacional (Marivoet, 2006), algo comprovado nas declarações de Tostão¹⁶, acreditando que após o começo do Mundial, o índice de nacionalismo e ufanismo no Brasil iria aumentar exponencialmente (*Folha de S. Paulo*, 11 de Junho de 2014).

Isto acontece porque as Seleções Nacionais de Futebol fomentam a defesa “das cores nacionais”, processo esse impulsionado pelo marketing e pela dimensão mediática - seja seduzindo o público, seja tratando a informação circundante aos jogadores ou às manifestações de cidadania -, algo visível na envergadura coletiva das insígnias nacionais e na junção em uníssono no momento da entoação do hino (Marivoet, 2006). Os jogos do Mundial de 2014 materializaram esta conceptualização, cujos adeptos deambulavam com bandeiras, camisolas das suas Seleções e cânticos afetos ao seu enquadramento imaginado nacional, como por exemplo através do cântico “*Sou Brasileiro, com muito orgulho, com muito amor*” (*Folha de S. Paulo*, 11 de Junho de 2014). Aliás, Dilma Rousseff¹⁷, presidente do Brasil aquando da realização do mundial, declara (metaforicamente) a importância das cores nacionais e da Seleção como representante do património nacional: “*Debaixo da camisola verde e amarela, vocês (Seleção) materializam um poderoso património do povo Brasileiro. A Seleção representa a nacionalidade*” (*Jornal O Globo*, 10 de Junho de 2014).

4.1.1 UMA MONTRA PARA O MUNDO E A DIFUSÃO DE NARRATIVAS

O Brasil, país de língua portuguesa, capitalista e defensor do pendor democrático, tem vindo a receber “(...) *uma grande atenção internacional dos media e portanto já não é um espaço desconhecido*” (Hess & Damatta, 1995, pág.1), demonstrando ao mundo a sua multiculturalidade.

Logo, se “(...) *na nova economia global, a concorrência entre Nações se baseia muito na imagem e no prestígio (...)*” (Marivoet, 2006, p. 35), os investimentos envolvidos na construção social do Mundial de Futebol de 2014 não podem ser vistos apenas pela ótica de custos, até porque acartam consigo benefícios imediatos, desde logo o contributo para a afirmação Estatal no quadro geopolítico internacional (Marivoet, 2006). Por outras palavras, os eventos desportivos tornaram-se autênticas montras mediáticas para demonstração da capacidade, da modernização e da identidade nacional, algo perspetivado por Blatter¹⁸ em relação ao Mundial de 2014: “*O Brasil vai ser mostrado ao mundo! É importante para o povo brasileiro saber que o seu país vai ser apresentado como um país maravilhoso*” (*Folha de S. Paulo*, 6 de Junho de 2014), mas também pelos quadros sociais brasileiros: “*O Brasil terá (...) a maior janela de exposição da sua história*”, onde “(...) *a política volta a imiscuir-se no amor pela camisola*” (*Folha de S. Paulo*, 12 de Junho de 2014).

O *ex-libris* de toda a conceptualização até aqui apresentada concentra-se na manipulação do

¹⁶ Eduardo Gonçalves de Andrade (1947-), ex-futebolista Brasileiro;

¹⁷ Economista e política Brasileira, ex-Presidente do Brasil entre 2011 e 2016;

¹⁸ Joseph Blatter (1936-), economista Suíço e Ex-Presidente da FIFA entre 1998 e 2015;

discurso social¹⁹ em torno do futebol pelos meios de comunicação²⁰, (tornando-o cada vez mais politizado), produzindo, reproduzindo e difundindo todo o esquema de representação com base na ideia de que a Seleção é a Nação e o povo (preconizado no “*nós*”) se revê nela e dela se sente orgulhoso (Martin, 2009), como evidencia a declaração de Dilma Rousseff, difundida por todo o território nacional pela imprensa mediática: “(...) *vocês estão a fazer bater os nossos corações num só ritmo e as nossas gargantas emitirem uma só voz de alegria e esperança*” (Jornal *o Globo*, 6 de Julho de 2014). As palavras da presidente do Brasil aquando da realização do Mundial de 2014, chegam assim a toda a população através dos *mass media*, apelando à união em torno do sonho nacional, com base na criação de uma imagem de força conjunta sustentada no apoio à Seleção (o grande veículo de aglutinação). Logo, a referência intensiva à junção da esfera mediática com o mundo desportivo deve-se à sua preponderância no processo de construção cultural, que passa a operar como um mecanismo integrador, produzindo e difundindo mitologias e discursos identitários favoráveis à edificação da comunidade imaginada (Helal & Soares, 2014). Isto mesmo se evidencia no Brasil, cuja tentativa de união nacional se baseia na ação futebolística devido ao seu enorme apelo popular, preconizando a ideia de que foi este processo que aproximou o hino e o povo (Gomes & Said, 2015): “*Poderão dizer que se trata de futebol (...) Não é só o futebol. É, sobretudo, o Brasileiro*” (Folha de S. Paulo, 12 de Junho de 2014).

Neste seguimento, o imaginário nacional identitário Brasileiro resulta do florescimento num contexto tropical, iniciando o processo de construção do mesmo principalmente após a instauração da República em 1889, recorrendo à simbologia (primeiramente escrita e falada) (Carvalho, 1990), a fim de difundir a imagem e a herança nacional, inculcando o afeto e a pertença a um país e a uma bandeira (Hobsbawm, 1998). Efetivamente, na América Latina o futebol medeia cada vez mais a consciência popular da identidade nacional, transcendendo-o para um novo patamar, onde os “(...) *Brasileiros (...) e muitos outros colocam a sua identidade pessoal, política e nacional (...)*” (Martín, 2016, p. 27), daí que por vezes se defenda que esta região possui maior orgulho e vontade de atuar pela sua Seleção, devido ao enorme apelo patriótico (Folha de S. Paulo, 21 de Junho de 2014).

O Brasil é reconhecido e imaginado por referência a duas grandes instâncias que compõe o seu quadro social: o futebol e o Carnaval, destacando-se o primeiro como o veículo mais preponderante para a expressão do sentimento identitário nacional, cujos heróis desportivos – por exemplo Pelé, Ronaldinho Gaúcho e atualmente Neymar – favoreceram a união do povo independentemente das suas diferenças (Coakley & Dunning, 2002). A própria apresentação do país como “*a Pátria do Futebol*” é uma construção simbólica – realizada por vários agentes, como os *mass media*, o meio académico, o setor político e comercial -, permitindo-lhes sentirem-se únicos, distintos e singulares,

¹⁹ Leia-se discurso de construção do significado dos significantes que formam a cultura da sociedade (Martin, 2009);

²⁰ Não se pode descurar a influência do merchandising, dos anúncios publicitários, entre outros;

até porque falar sobre futebol é também uma forma de falar sobre o país (Mascarenhas & Silva & Santos, 2014). Desta forma, o futebol e conseqüentemente a Seleção Brasileira de Futebol são catalisadores da Brasilidade, tornando-se “(...) a expressão de uma nacionalidade que se descobria feliz (...)” (Carvallho, 2012, p. 30), do *jeitinho brasileiro* e “(...) do modo de ser e sentir dos Brasileiros: o (...) poder de adaptação e superação, a criação de boas formas de existência coletiva, a improvisação talentosa e uma compreensão lúdica da vida” (Folha de S. Paulo, 4 de Julho de 2014). Colocado como património nacional, o futebol, tem sido uma ferramenta utilizada pelos agentes políticos (como os Presidentes da República Federativa²¹) - algo bastante visível no período de Lula de Silva (do qual data a candidatura à realização do Campeonato do Mundo em 2014) -, aproximando a Nação ao povo, através de narrativas e discursos que fomentam a identificação, levando a que os seus discursos detenham como traço característico, o recurso ao futebol para a preservação da identidade nacional (Mascarenhas & Silva & Santos, 2014).

Ora, sediar um Campeonato do Mundo de futebol pressupõe o envolvimento de todas as esferas nacionais, mobilizando-as para a formulação de uma comunidade de sentimento que se projeta na Seleção Nacional, através de um forte investimento simbólico-temporal e cujo processo é mais intenso no período antecedente e durante a realização do grande evento desportivo (Damo & Oliven, 2013). Pegando no caso Brasileiro, a sua Seleção de Futebol tornou-se um símbolo nacional – decorrente do envolvimento emocional do seu povo -, quase como um tentáculo de representação do país e o escape para os membros da sua comunidade colocarem os seus sonhos nas vitórias e nas ações dos jogadores que a compõe: “*Os meninos chegaram (...) e (...) estão encarregados de ressuscitar nossos corações*” (Folha de S. Paulo, 5 de Junho de 2014), algo transparecido no discurso de Scolari: “*Não vamos estar a jogar apenas por nós, mas pelo nosso país, por tudo o que imaginamos e sonhamos*” (Jornal O Globo, 7 de Julho de 2014).

No espaço-tempo antecedente ao evento e no decorrer do mesmo surge uma ânsia pela demonstração do amor à pátria, um reforço da união, aglutinação nacional e da pertença à comunidade imaginada, do qual não se pode dissociar o efeito da ação mediática dos meios de comunicação (devido à sua enorme amplitude de conteúdos, à promoção da mesma esfera tida como “*nossa*” e à mediação da comunidade que rodeia a Seleção, procedendo à sua manutenção no imaginário popular)²², materializando a metáfora nacional na figura dos adeptos e na Seleção Nacional (elemento nacional supremo) (Costa, 2007), de tal forma que “*é nítido que os brasileiros ficam mais unidos em torno de um ideal a cada quatro anos*” (Helal & Cabo & Silva, 2009, p. 7).

Ora, a Seleção Brasileira de Futebol é uma instituição de referência do Brasil e da sua imagem

²¹ Esta referência deve-se ao facto destes serem torcedores da Seleção Nacional, mas com posse do poder, acartando representatividade (Mascarenhas & Silva & Santos, 2014);

²² Em resumo, a Nação imaginada pela comunidade é a Nação mostrada pelos *mass media*, pelos discursos políticos, desportivos e históricos (Costa, 2007);

nacional, influenciando exponencialmente o significado de se ser Brasileiro, de tal forma que Dunga²³ afirma que a camisola da Seleção Brasileira de Futebol não é a segunda pele dos Brasileiros, mas sim a primeira (*Folha de S. Paulo*, 18 de Agosto de 2014). Esta é a ideia primordial que se retém após a leitura da imprensa Brasileira, demonstrando que a esfera dos *media* são um importante instrumento ideológico para a construção dos eventos (como no Mundial de 2014), como por exemplo, com base nos cadernos didáticos dos Mundiais de Futebol FIFA, nas reportagens constantes às vicissitudes quotidianas da Seleção Nacional ou nos cadernos de cromos dos jogadores, partilhando valores, influenciando opiniões e principalmente homogeneizando a informação e mantendo a Seleção e a comunidade que esta representa no consciente social²⁴.

4.1.2 A MATERIALIZAÇÃO DO IMAGINÁRIO NACIONAL NA SELEÇÃO BRASILEIRA

Se a candidatura e consequente vitória do Brasil relativamente à realização do Mundial de futebol de 2014 na cerimónia oficial em Zurique, foi acompanhada por uma forte mobilização política, comercial, social e dos *media* (por ser entendida como uma “*oportunidade única para o povo brasileiro*”, nas palavras de Ricardo Teixeira²⁵ (*Jornal O Globo*, 12 de Dezembro de 2006)), perspetivando-se o recrudescer do nacionalismo e do patriotismo, tanto no discurso de Dunga como de toda “*a delegação Brasileira (...) desde o discurso de abertura de Ricardo Teixeira (...), até ao agradecimento final do presidente Lula*” (*Folha de S. Paulo*, 31 de Outubro de 2007), o mesmo não se evidenciou no início do Mundial. A sua realização em solo Brasileiro foi acompanhada pela diluição do apoio social ao mesmo²⁶ e de um clima de regozijo nacional, de tal forma que antes do apito inicial – o jogo de abertura resultou no embate entre o Brasil e a Croácia, no dia 12 de Junho - predominava a descrença, os desacatos, manifestações (pelos enormes custos envolvidos, verbas que a sociedade em geral pretendia que fossem aplicados em áreas dirigidas para a melhoria das condições de vida) e o reduzido comprometimento para com a Seleção Brasileira²⁷. As reivindicações focavam-se na ideia de que: “*Assim como os aeroportos que não ficaram prontos, as favelas depois de pacificadas também esperam por outras melhorias. Não há saneamento, a luz ainda mia, a saúde padece, mas o Mundial vai realizar-se*” (*Folha de S. Paulo*, 8 de Junho de 2014), o que demonstrava que o clima de mobilização das massas em torno do ideal nacional imaginado (e consequentemente no apoio à Seleção) ainda era ténue, vivenciando-se um autêntico “*Ambiente de Maracanção*”²⁸ (*Folha de S. Paulo*, 3 de Julho de 2014).

²³ Carlos Caetano Bledorn Verri (1963-), ex-Selecionador Brasileiro entre 2006-2010 e 2014-2016;

²⁴ Seja através de mensagens implícitas, metáforas, imagens, exemplos históricos (Gomes & Freitas, 2002);

²⁵ Dirigente desportivo Brasileiro e ex-Presidente da Confederação Brasileira entre 1989 e 2012;

²⁶ O editorial da *Folha de S. Paulo* destaca que a percentagem de apoio à realização do Mundial de 2014 diminuiu de 79% em 2008, para cerca de 51% nas vésperas do início do mesmo;

²⁷ Na *Folha de S. Paulo* do dia 10 de Julho de 2014, podia ler-se “*O desânimo de parte dos Brasileiros com a Copa ajuda a explicar o silêncio da torcida (adeptos)*”;

²⁸ Conotação entre Maracanção e Maracanã, o estádio onde o Brasil perdeu o Mundial de 1950 para o Uruguai;

Porém, o desenrolar do Campeonato do Mundo de futebol e as primeiras vitórias da Seleção Brasileira acabaram por serenar os ânimos e potenciar a aproximação entre o povo Brasileiro e a sua Seleção de Futebol, perspetivando a concretização dos conceitos em análise na presente dissertação, tornando visível - tanto nas ações, como nos discursos políticos, desportivos e comerciais - a promoção de um sentimento de união total em torno da Seleção que a reforçasse para a conquista do Mundial, bem como transparecesse para a esfera internacional e nacional a dita representação das características imaginadas brasileiras, daí que Dilma Rousseff afirme que: *“O povo Brasileiro ama e confia na sua Seleção”*, logo estarão todos juntos *“(…) para o que der e vier”* (Jornal *O Globo*, 10 de Junho de 2014). De facto, a contestação começou a dar lugar à valorização do futebol como agente para a pacificação e união social: *“Há um pedaço do território nacional imune à repreensão geral. É um retângulo de 105mX68m cuidado com (…) civilidade incomum. (…) É o campo de futebol. (…) Vamos recomeçar tudo a partir do retângulo civilizador do futebol. Bola pra frente que nós fazemos um país”* (Folha de S. Paulo, 6 de Junho de 2014), recuperando-se práticas, dogmas e ideais fortemente associados à realidade do Brasil. O reforço da união nacional no apoio à sua Seleção de Futebol evidencia-se claramente na valorização do futebol como veículo de transmissão de características identitárias (imaginadas) Brasileiras, algo visível nas palavras de André Singer²⁹ na sua crónica na *Folha de S. Paulo*: *“(…) os debates sobre o Mundial funcionam como uma tela na qual se desenham traços da identidade social. (…) Nós Brasileiros, somos o que somos (...), por referência a um padrão cultural em que o futebol tem destaque”* (Folha de S. Paulo, 13 de Junho de 2014).

Neste novo contexto de alegria nacional, Joseph Blatter, Dilma Rousseff e Romário³⁰ destacam a simbiose entre o Brasil e o futebol, afirmando que este (espaço tremendamente multicultural) é o país do futebol, a verdadeira paixão nacional (Jornal *O Globo*, 23 de Janeiro de 2014) e que consequentemente a Seleção Brasileira é o maior património desportivo nacional (Acervo Câmara dos Deputados, 22 de Março de 2013). Mais a mais, Dilma Rousseff discursa no Palácio do Planalto a 19 de Março de 2015, declarando: *“O Brasil e o futebol são, no imaginário popular, termos que nós sempre consideramos que se complementavam”* (Jornal *O Globo*).

A ação de envergar símbolos, camisolas, bandeiras e artefactos relacionados com a Nação intensificam as emoções, as ligações afetivas, bem como a lealdade, tornando-se um rótulo de identidade (Silva, 2011), algo que se vislumbrou no Brasil, destacando-se a incitação comercial e mediática, como a publicidade *“Mostra a tua força, Brasil”* do Banco Itaú, onde se procura retratar a mobilização social em torno da Seleção Brasileira com a deslocação de inúmeros cidadãos Brasileiros completamente equipados com a camisola da Seleção e Bandeira Nacional, bem como

²⁹ Cientista político, professor e jornalista Brasileiro (1958-);

³⁰ Romário de Souza Faria (1996), ex-futebolista e político Brasileiro;

lotando os estádios, cantando algumas ideias chave: *“Vamos torcer e jogar todos juntos (...) Mostra a tua força Brasil e (...) faz da Nação a sua bandeira, que a paixão da massa inteira, vai junto com você Brasil (...)”*. *“O país do futebol enfim se revela nas bandeiras (...) que (...) se exibem nas janelas”* (Folha de S. Paulo, 12 de Junho de 2014). A própria vertente comercial e mediática procura inculcar a união e materialização do imaginário nacional na Seleção: *“A Seleção representa o país”, “todo o sangue dos Brasileiros, é verde e amarelo”*³¹ - referindo-se claramente às cores que compõe a bandeira nacional -, culminando na frase de David Luiz *“o adepto é a Seleção Brasileira”*³², não descurando a valorização e recuperação dos estereótipos associados à comunidade identitária imaginada Brasileira, seja através do retratamento do estilo de jogo mais habilidoso, (quase como que uma junção entre o futebol e o samba)³³, seja através da transmissão da boa disposição, da paixão patriótica pelo futebol e pela sua prática em qualquer espaço disponível.

Igualmente, ocorre uma apropriação deste grande evento de futebol pela esfera política, não só com o objetivo de retirar dividendos que permitam estruturar harmoniosamente a sociedade, como também de adquirir índices mais elevados de visibilidade e preponderância internacional, daí que inúmeros membros da Câmara dos deputados, discursam dia após dia sobre os efeitos, benefícios e custos deste evento. Segundo o deputado Fernando Ferro *“(...) havia e há, uma tentativa de utilização política do Campeonato do Mundo”* mas *“a Seleção Brasileira é um símbolo nacional, mexe (...) com a emoção do povo brasileiro e tem de ser respeitada por isso”* (Câmara dos Deputados, 14 de Julho de 2014), a fim de promover a *“(...) reafirmação, inestimável, da associação cada vez mais profunda entre o futebol e a imagem do país”* (Câmara dos Deputados, pelo deputado Rogério Carvalho, 12 de Fevereiro de 2014). Porém, não se ficam por aqui, afirmando que *“A Seleção representa a Nação Brasileira (...)”* e que a *“camisola verde e amarela, (...) da nossa Seleção é um património do povo Brasileiro”* (Câmara dos Deputados, 11 de Junho de 2014), por isso esta pode contar com *“(...) a mobilização de todos os brasileiros”* (Câmara dos Deputados, pelo deputado António Bulhões, 29 de Abril de 2014).

Por conseguinte, o processo de estruturação do todo nacional em torno e na Seleção Brasileira usufruí de inúmeros mecanismos, como o recurso repetido a um agrupamento de vocábulos associados à ideia de Nação (como o uso do *“nós”, “nosso”*), efervescendo o sentimento de pertença e de unidade nacional, ou seja, a referência ao *“Nosso Brasil”, “Nossa Seleção”, “Todos Juntos”*, identifica um carácter homogeneizador e totalizante, vocacionado para a representação da Nação e para a promoção da inclusão e do sentimento de pertença (Augras, 1998). Isto mesmo é evidenciado nas palavras de alguns deputados e jogadores da Seleção Brasileira, como Neymar³⁴:

³¹ Retirado da publicidade *“Curta Brasileiros do Coração”* do banco Itaú;

³² Retirado da publicidade *“Depoimento David Luiz #Mostratuaforcabrasil”* do Banco Itaú;

³³ Ideia retirada da Publicidade da NIKE *“Ousa ser Brasileiro – Ninguém joga como a gente”*;

³⁴ Neymar da Silva Santos Júnior (1992-), futebolista Brasileiro;

“Chegou a hora não só de representar a minha família, mas representar o Brasil inteiro” (Folha de S. Paulo, 8 de Maio de 2014), David Luiz³⁵: “Farei de tudo para honrar o meu povo” (Folha de S. Paulo, 8 de Maio de 2014) ou no caso do deputado Geraldo Simões “A vitória será nossa! (...) porque o povo brasileiro merece essa alegria” (Câmara dos deputados, 18 de Dezembro de 2013) transparecendo a ideia de que os membros da Seleção ao estarem inseridos nela, ficam despojados da sua esfera individual e passam a representar o todo nacional.

Para além disso, regista-se ainda a heroificação de alguns dos jogadores da Seleção Brasileira, como meio para fomentar a união em torno da mesma e a difusão da imagem de que a Seleção e os seus ícones honrarão o passado e manterão vivo o imaginário nacional. Neymar era (e continua a ser) o grande destaque da Seleção Brasileira de Futebol no Mundial de 2014, assumindo-se como um ídolo³⁶ e como um elemento de união entre o povo e a Seleção, daí que aquando da sua lesão no jogo com a Colômbia³⁷, surgisse um tremendo receio de que esta se destruturasse pela falta do seu maior representante. Os Brasileiros evidenciam a partir daqui união em torno de Neymar: o Mundial do Brasil “(...) perde a sua maior inspiração e (...) símbolo, capaz de repercutir para além do futebol” (Folha de S. Paulo, 5 de Julho de 2014), por isso “O país é tomado pela comoção, a identificação se completa, cada Brasileiro é Neymar (Folha de S. Paulo, 8 de julho de 2014).

Ora, após vitórias frente à Croácia, Camarões, (com um empate pelo meio frente ao México), Chile e Colômbia, a Seleção Brasileira de Futebol qualifica-se para as meias-finais onde defronta a Alemanha, isto sem saber que o resultado da partida desestabilizaria todo o enquadramento político, social e desportivo Brasileiro. A ilusão nacional era enorme, a ânsia pela vitória e qualificação para a final encontravam-se em níveis imensuráveis, o fervor patriótico estava no auge, mas a verdade é que a habilidade, a fantasia e o *jeitinho Brasileiro* de nada serviram, pois, perdendo por 7-1 (a maior derrota de sempre da Seleção Brasileira), o resultado foi interpretado como uma “humilhação nacional” (Folha de S. Paulo, 10 de Julho de 2014), como um fracasso “como Nação”, pois, “(...) a alma Brasileira foi ferida” (Folha de S. Paulo, 12 de Julho de 2014), já que “quem sofreu a goleada não foi só a equipa, mas o país” (Folha de S. Paulo, 10 de Julho de 2014).

No entanto, o que aqui importa ressaltar é o facto de que tanto na vitória como na derrota, a Seleção Brasileira continua a ser interpretada como um veículo de representação nacional e talvez por isso “Toda a história do futebol no Brasil e a história do povo Brasileiro se confundem pela paixão pela Seleção Brasileira”³⁸, demonstrando que “Como instrumento de mobilização, o futebol é poderoso” (Folha de S. Paulo, pela Atriz Denise Fraga, 5 de Julho de 2014). Esta interpretação advém tanto do quadro social, como dos próprios membros da Seleção - tanto staff, como

³⁵ David Luiz Moreira Marinho (1987-), futebolista Brasileiro;

³⁶ Scolari afirma que Neymar “(...) joga para o Brasil e pelo Brasil” (Jornal O Globo, 27 de Junho de 2014);

³⁷ Jogo realizado a 4 de Julho de 2014, cuja lesão impediu Neymar de participar nos restantes jogos do Mundial;

³⁸ Ideia retirada da Publicidade “Curta Brasileiros do Coração” do Banco Itaú;

jogadores, como Comissão Técnica – como dos agentes políticos, algo visível nas palavras de Dilma Rousseff: *“Reagir à derrota é a marca de uma grande Nação”* (Folha de S. Paulo, 10 de Julho de 2014) e de David Luiz: *“Desculpa (...) todos os Brasileiros, (...) Deus sabe o quanto queria ver o Brasil inteiro feliz por causa do futebol”* (Folha de S. Paulo, 9 de Julho de 2014).

Ora, esta derrota tão próxima da última etapa do Campeonato do Mundo de futebol de 2014, debilitou um pouco todo o processo de promoção do imaginário nacional coletivo em torno da Seleção: *“O que ocorreria (...) se o Brasil fosse campeão e a presidente Dilma entregasse a taça ao capitão Thiago Silva? Imagem fortíssima, de imensa simbologia”* (Folha de S. Paulo, 10 de Julho de 2014) surgindo dúvidas relativamente ao estilo de jogo e à capacidade nacional: *“Faltou o conjunto e a cara do povo Brasileiro”* (Câmara dos Deputados, pelo deputado João Rodrigues, 14 de Julho de 2014), culminando na ideia de que: *“Este é o Mundial que talvez deixará claro ao imaginário coletivo que está em vias de acabar (ou já acabou), aquele velho Brasil – do jeitinho, (...), do país abençoado, do sucesso sem esforço (...)”* (Folha de S. Paulo, 10 de Julho de 2014).

No entanto, é neste contexto que se recupera a simbiose entre a vertente futebolística e as práticas políticas, bem como surge um novo modo de estar perante a vida por parte da sociedade Brasileira: *“(...) que (...) o povo, use (...) a seleção, essa aproximação, para buscar também outras coisas na vida, não só relacionados ao futebol”* (Folha de S. Paulo, palavras de David Luiz, 9 de Julho de 2014), já que o amor à pátria, a união social que a Seleção promove, incrementa a força do povo, que deve ser canalizada para a obtenção dos seus sonhos, mas também para o desenvolvimento e progresso nacional. Aliás, a função da Seleção Brasileira e a realização do Mundial de futebol de 2014 não se esgotam nos patamares mais visíveis e meramente desportivos, prolongando-se nas interligações que influenciam a pujança nacional, o bem-estar social e o desenvolvimento, sendo por essa razão que Dilma afirma: *“O Brasil precisa de vos retribuir (...), por tudo o que vocês têm feito pelo nosso povo e pelo nosso país”*, pois o Campeonato do Mundo é um *“(...) fator de desenvolvimento económico e social”* (Jornal O Globo, 10 de Junho de 2014).

Em suma, *“(...) o fenómeno cultural do futebol tem uma inegável dimensão política”* (Folha de S. Paulo, 12 de Junho de 2014), cujo falhanço da Seleção Brasileira de Futebol em termos desportivos, não beliscou exponencialmente o processo de aglutinação do imaginário nacional e do seu povo em seu torno, não obstante o Campeonato do Mundo de 2014 estar planeado para *“(...) consagrar um momento glorioso da “Pátria das chuteiras”, o encontro entre a identidade e o destino (...)”* (Folha de S. Paulo, por Eliane Brum³⁹, 12 de Junho de 2014).

³⁹ Jornalista, escritora e documentarista Brasileira (1966-);

5. O QUE SE TRANSPARECEU NO MUNDIAL DE 2014?

A realização do Mundial de futebol de 2014 em solo Brasileiro, repercutiu-se por todos os sectores nacionais, influenciando não só a visão interna do imaginário nacional, como também a percepção internacional face às características que se entendiam como tipicamente Brasileiras.

Efetivamente, toda a exposição e investigação demonstrou que os Mundiais de futebol são cada vez mais um evento político e diplomático, cuja politização advém desde a década de 1920 e da ascensão dos regimes ditatoriais, mantendo-se e desenvolvendo-se na contemporaneidade (Lourenço, 2016). A linha de pensamento do autor acrescenta ainda que a preponderância do futebol no quadro das Ciências Sociais e Relações Internacionais é cada vez maior, devido à capacidade deste desporto moldar as configurações sociais e culturais, mas também devido ao facto de ser um mecanismo capaz de exaltar ou afetar a imagem (interna e externa) de um país, de controlar as massas tanto em períodos de insatisfação, como nos seus sonhos, ânsias e desejos e ainda favorecer a tolerância e união dos quadros sociais, independentemente das divergências étnicas, religiosas, culturais ou ideológicas. O desporto torna-se, portanto, um recurso eficiente de diluição das barreiras das diferenças por meio de táticas simbólicas (Miranda & Pires, 2012) e de inculcação de sentimentos nacionais – na visão de Hobsbawm (1998) –, pois todos os indivíduos conseguem ou podem identificar-se com a Nação, simbolizada por um conjunto de jogadores, transformando a comunidade imaginada de milhões em algo mais visível e concreto através de uma equipa, levando a que o simples adepto, se torne também um símbolo da sua Nação (Lourenço, 2016).

Ora, recuperando as ideias dos autores acima apresentados (como Sousa & Jesuino, (2008), Anderson (2012), Santos (2004), entre outros), o Mundial de futebol de 2014 apresentou-se como um contexto multicultural e quase como um portal para os Estados-Nação que ali “jogavam” através das suas Seleções, promovendo emoções e dinâmicas relacionais intergrupais (sejam elas baseadas no “nós” versus os “outros”, “nós” interagindo no seio da comunidade ou mesmo “nós” em diálogo com os “outros”), que permitiram exprimir dialetos emocionais e comportamentais característicos de cada grupo. Aliando a isto, a atuação dos *mass media* como elementos de recuperação simbólica, mas também difusores de narrativas, características nacionais e estilos de jogo, os grupos passam a identificar-se entre si e a reunir-se em torno da Seleção (apresentada pela imprensa como o representante da Nação), orgulhando-se e sentindo-se representados pelos estereótipos e metáforas do seu imaginário nacional, preconizados na forma de estar, ser e jogar da respetiva Seleção de Futebol. Adicionalmente, esta passa a representar a “honra da Nação”, a demonstrar a todo o momento a identidade nacional da sua comunidade, favorecendo a mobilização das massas e a sua união no seio da comunidade imaginada que representa e também da qual faz parte, materializando a Nação numa equipa que passa a ser o veículo de estímulo e representação de tudo o que

caracteriza e compõe o imaginário nacional.

Por conseguinte, isto mesmo se promoveu junto da Seleção Brasileira de futebol, transparecendo um conjunto essencial de ideias e características que demarcam a sua comunidade imaginada, bem como o seu espaço político-geográfico, cuja ação dos meios de comunicação é o cerne de todo o processo, não só recuperando e revitalizando os mitos, os símbolos e o que de mais característico existe no ser Brasileiro, como também difundindo estes itens através de discursos, culminando no reforço do sentimento de pertença e na edificação da comunidade imaginada.

Para além da demonstração do envolvimento da esfera política no seio do futebol, este Mundial de Futebol serviu como plataforma internacional para demonstrar a organização económica, política e diplomática do Brasil (algo já na mente dos agentes políticos e desportivos aquando da candidatura à realização do Campeonato do Mundo). Igualmente, este grande evento desportivo demonstrou que a cultura⁴⁰ Brasileira e sua sociedade nacional têm vindo a evoluir ao longo dos tempos, estruturando-se na sua diversidade, tornando-se um veículo do denominado “*jeitinho Brasileiro*” (Hess & Damatta, 1995) e consequentemente da Brasilidade. No que respeita ao *jeitinho Brasileiro*, este não é um conceito académico, mas antes uma visão muito própria da forma de ser e estar Brasileira, demarcado por uma interpretação flexível da esfera e regras internacionais, utilizando os recursos ao seu dispor para atingir determinados objetivos, enfim, uma forma permeável de vivenciar o quotidiano, assente numa espécie de humanização das normas e na equidade moral, representando a cordialidade, a flexibilidade, o aspeto conciliatório, contente, tropical e cheio de possibilidades que compõe a realidade do Brasil (Hess & Damatta, 1995).

Do mesmo modo, se a formulação do Brasil enquanto Nação tem como temas centrais o processo colonial lusitano e europeu e consequentemente o sistema de descolonização, também a Brasilidade – ou seja o sentir-se Brasileiro em termos de identidade nacional – foi influenciada (ao longo da evolução temporal) por esses mesmos temas (Ribeiro, 1995). Admitindo esta ideia, supõe-se que o território Brasileiro é constituído por uma enorme diversidade étnica, daí a valorização do uso das cores nacionais e a perpetuação na imprensa de conceitos como espírito de equipa, camaradagem, em simultâneo, com a ideia de que a Nação estaria “toda junta” em torno da Seleção (com o recurso ao “nós”, “nosso”), a fim de diluir (ou pelo menos esquecer por momentos) as divergências e diferenças existentes na sociedade Brasileira e fomentar subtilmente uma imagem de união e unicidade nacional. Pela mesma razão, o recurso ao futebol nos discursos políticos (por exemplo), favoreceu a recuperação simbólica de itens identitários nacionais, contribuindo para o reforço da comunidade imaginada em torno da Seleção Nacional, até porque esta e o futebol são os grandes catalisadores da Brasilidade.

⁴⁰ Leia-se padrões, estruturas e valores que compõe os domínios sociais (Hess & Damatta, 1995);

Em particular, a Nação Brasileira engloba uma extensa e diversificada herança histórico-cultural cuja evolução formativa assenta o seu código moral no sistema de valores, símbolos, crenças, costumes e instituições que regem e regulam a convivência social, bem como no desenvolvimento de redes de intercomunicação cultural provenientes do futebol, do seu artesanato, música e tradições (Ribeiro, 1995), onde as diferenças regionais passam a ser vistas como porções de uma totalidade corporificada pela Nação (Velloso, 1993). Mais corretamente, a Brasilidade consiste nessa conotação intrínseca entre futebol e a Nação (quase como uma definição mútua), com o estilo de jogo habilidoso, fantasioso, de arte com os pés, de união entre o espírito carnavalesco, o samba e o futebol, preconizada nos seus heróis desportivos, ícones da identidade nacional.

A teoria acaba por se comprovar na prática, na medida em que as redes de representação simbólica do imaginário nacional em torno da Seleção Brasileira de Futebol (interpretada como o elo de defesa e promoção da bandeira e dos restantes símbolos e características nacionais), sustentadas pela enorme cobertura mediática, correlacionam-se e efetivam os mecanismos, interpretados por Hall (1997) como os pilares estratégicos para a interiorização do quadro identitário na comunidade imaginada: em primeiro lugar difundem as narrativas da Nação, em segundo lugar focam-se nos mitos fundacionais, em terceiro lugar recuperam tradições e características tipicamente nacionais e por último, procuram desenvolver e transmitir a ideia de se assumirem como um povo único e original (Miranda & Pires, 2012).

Em suma, o Nacionalismo contemporâneo moldou-se ao longo de dois séculos de alterações históricas, concebendo imaginários sociais e nacionais adaptados às vicissitudes de cada Estado-Nação, dos quais as bandeiras, os hinos nacionais, a língua, o comportamento, os valores, enfim os simbolismos próprios constituem o seu *ex-libris*. No caso Brasileiro, a Nação ao reunir a cultura, a esfera política, a vertente económico-financeira e a espiritualidade, promove ainda o resgate da fisionomia interior da pátria, concebendo a Brasilidade como um estado natural de espírito, uma espécie de intuição de um sentimento nacional visceralmente Brasileiro (Velloso, 1993).

6. CONCLUSÕES

A Era contemporânea engloba teias globalizantes e interdependentes, promotoras de competição, mas também diálogo no campus Internacional, onde os vários pólos mundiais procuram incessantemente por novas plataformas que lhes permitam aumentar a sua influência na geopolítica mundial e mostrarem a sua capacidade e realidade interna. É neste ambiente capitalista e diplomático que surgem os grandes eventos desportivos, ambientes de inculcação do fervor patriótico, apelo ao imaginário nacional e incremento das emoções.

O Mundial de futebol de 2014 é um desses contextos, cujas vicissitudes nacionais influenciaram

(em larga escala) não só a mobilização social, como a apropriação política do espetáculo futebolístico, mas também permitiu comprovar que o desporto é fundamental para compreender o Humanismo (Sousa & Jesuino, 2008). Nomeadamente, a proximidade da realização de eleições em solo Brasileiro, afetou todo o processo de realização do Campeonato do mundo de futebol, principalmente do ponto de vista da aceitação popular, não só devido às questões económico-financeiras envolvidas, mas também pelo facto do Brasil ser interpretado como uma potência ainda em desenvolvimento e como tal não preparada para albergar tais realidades desportivas. Estas são as principais razões para a onda de manifestações e reivindicações que assolaram o país na proximidade da abertura do Mundial de futebol - impedindo mesmo que a ex-presidente Dilma Roussef discursasse no jogo de abertura, a fim de evitar apupos e caos político-social -, alterando completamente o percurso natural de aproximação e apoio à Seleção, que aquando da início do Mundial atingia níveis históricos de descrença.

No entanto, as teorias e ideias acima apresentadas pelos demais autores, acabaram por se confirmar, já que estas pressupõem que a referência e sentimento de representação identitária por parte da Seleção é mais intenso durante o evento desportivo - devido à limitação temporal e episódica do mesmo -, algo visível principalmente após as primeiras vitórias da Seleção em análise, servindo de escape para a comunidade populacional de adeptos. Mais a mais, ocorreu ainda (como usualmente ocorre no que respeita à realização destes eventos), uma tentativa de vocacionar o acolhimento do Mundial de futebol de 2014 para patamares de usufruto da vertente política.

O que isto quer dizer é que o enquadramento político representado (nos mais variados agentes políticos e de influência social) principalmente na figura de Dilma Roussef, procurou transmitir para as massas a ideia de que a sua Seleção de Futebol era um veículo de representação do imaginário nacional e como tal devia ser apoiado e valorizado. Porém, o que este tipo de discursos pretendem é potenciar uma mobilização do tipo *win-win*, ou seja, por um lado perante uma aproximação sustentada em relação à Seleção Brasileira, esta sentiria que jogaria com todo o apoio nacional e beneficiaria de uma força extra até à conquista do respetivo Mundial de futebol, enquanto que por outro lado, caso este cenário se concretizasse, o governo Brasileiro apaziguaria totalmente a desordem nacional, acumularia benefícios variados para a eleição que se avizinhava e reforçaria a imagem e posição do Brasil enquanto Nação com capacidade (reforçada) para atuar e competir na arena multipolar e multilateral contemporânea, bem como para organizar eventos desta envergadura de acordo com os padrões que compõe a modernidade.

Procurando desmistificar as potencialidades da Seleção Brasileira de Futebol no que respeita à representação da esfera comunitária imaginada e da influência neste processo da trilogia Nação, meios de comunicação e futebol (Gomes & Freitas, 2002), destacam-se algumas conclusões

preponderantes. Em primeiro lugar, a Seleção Brasileira de Futebol foi sendo subtilmente utilizada tanto pelos *mass media*, como pelos agentes políticos para mobilizar as massas que promovem a manutenção do imaginário nacional, bem como para revelar algumas características do modo de ser Brasileiro. Não obstante, o caso do Mundial de futebol de 2014 reeditou esta prática político-social, pois se a ideia inicial seria a de que o Brasil ao ser a pátria por excelência do futebol, promoveria um ambiente fantástico de apoio à Seleção Brasileira e à ação política de sediar o Mundial de futebol, a verdade é que, num primeiro período, o apoio foi bastante reduzido e apesar de crescer no decorrer do evento⁴¹ - passando de cerca de 51% para 63% a 3 de Julho de 2014 (*Folha de S. Paulo*)- acabaria por afetar a interpretação do Mundial aos olhos da opinião pública e internacional.

Em segundo lugar, a Seleção Brasileira de Futebol não só é uma ferramenta simbólica de representação da Brasilidade e do seu imaginário, como também as narrativas e discursos à volta da sua esfera representam e recuperam os traços característicos da sua comunidade imaginada. Aliás, a Seleção Brasileira de Futebol detém uma posição de destaque na representação cultural e de promoção do sentimento de pertença ao imaginário Brasileiro, algo visível ao longo do Mundial de 2014, pois se: “*O pré-Mundial foi tenso e repleto de maus augúrios (...) ruas indiferentes*” a verdade é que “*(..) Foi só rolar a bola para o clima se alterar. Bandeiras por todo o lado, lágrimas ao som do hino à capela, ruas em festa. O transe coletivo (...)*”, demonstrando que “*O Mundial une o Brasil*” (*Folha de S. Paulo*, 4 de Julho de 2014). Portanto, o futebol é “*(..) uma metáfora da política e da população do Brasil*”, onde os elementos que compõe a Seleção de Futebol são um reflexo da Nação (*Folha de S. Paulo*, 10 de Julho de 2014), logo os discursos de Dilma Rousseff, Luiz Felipe Scolari, jogadores da Seleção, mas também as narrativas preconizadas pelos meios de comunicação, meios publicitários e por figuras ilustres da sociedade Brasileira, transparecem a sua crença e interpretação da Seleção Brasileira como um instrumento de união nacional, de reforço das suas capacidades (cujas vitórias são vislumbradas como vitórias dos anseios e sonhos) e consequentemente como uma corporação de exibição da comunidade imaginada Brasileira.

Em terceiro lugar, é de ressaltar (como terceira grande conclusão), o acentuado grau de interação entre o grande evento futebolístico e a atuação da Seleção Brasileira de Futebol, no processo de formação da comunidade imaginada, tornando-se numa nova plataforma de disseminação da identidade cultural Brasileira e de representação do seu imaginário coletivo. Isso mesmo se evidencia ao nível nacional (decorrente da exibição dos emblemas, bandeira e símbolos associados à Nação e Seleção Brasileira de futebol), como ao nível internacional, seja através do seu estilo de jogo (associado à alegria e *jeitinho brasileiro*, ou seja, à identidade cultural do Brasil), seja através do convívio multicultural promovido pelo albergue de inúmeros povos durante o

⁴¹ Uma das razões apontadas para a pacificação do protestos durante o Mundial, deveu-se claramente à paixão nacional pelo futebol;

Mundial. Algo que se pode ler ao longo de inúmeras publicações jornalísticas, destacando-se: “*O Mundial mostrou ao mundo todo e a nós mesmos que este é o Brasil e este é o Brasileiro*” (*Folha de S. Paulo*, 7 de Julho de 2014), “*Os olhos do mundo estarão voltados para o Brasil e os corações do Brasil voltados para a Seleção*” (*Folha de S. Paulo*, 12 de Junho de 2014), tal como as palavras de Dilma Rousseff: “*Vamos mostrar que a nossa força, no futebol e na vida, vem da nossa diversidade étnica e que dela nos orgulhamos*” (*Jornal O Globo*, 28 de Abril de 2014).

Em quarto lugar, evidenciou-se durante o Mundial de 2014 uma crescente preocupação não só em demonstrar o Brasileiro por oposição aos demais povos presentes, como também em desencadear manifestações populares exponenciais de símbolos patrióticos, com o objetivo de incluir e representar todos (de forma estereotipada) na mesma comunidade imaginada, apesar das desigualdades sociais, étnicas e raciais persistirem. Não obstante, a esfera desportiva em geral e a Seleção Brasileira de Futebol em particular, conciliam uma dupla função social e nacional: a já referida representação, assumindo-se como um elemento primordial na cultura popular Brasileira: “*(...) existe também o amor à nossa Seleção, um amor que jamais a separou do povo (...)*” (Câmara dos Deputados, pelo deputado Josias Gomes, 28 de Maio de 2014), recuperando significantes simbólicos de articulação da Nação, nomeadamente através da imprensa que para além de relatar os seus atos, recuperar e disseminar discursos (promovendo a reinterpretação dos mesmos), é também fundamental para a criação e propagação do sentimento de pertença (Sousa & Jesuino, 2008).

Para além disso, este evento desportivo encerrou em si um fenómeno substancial e inovador no que diz respeito ao modo como o Brasil é reconhecido, pois a derrota perante a Alemanha por números demasiado elevados extrapolou-se para outros domínios sociais, económicos e políticos, desestruturando as bases identitárias de outrora. Com efeito, surgiram várias vozes (académicas, políticas, mas também provenientes do senso comum) a alertar para a passagem de uma sociedade tipicamente de lazer e descontração - focadas no futebol e no Carnaval -, para um novo paradigma identitário mais adulto e aproximado ao *status quo* preponderante no mundo Ocidental e desenvolvido (*Folha de S. Paulo*, 13 de Junho de 2014), ou seja, de manutenção dos seus traços característicos, mas com abertura e comprometimento para englobar características que permitam a evolução do espaço nacional e social. Efetivamente, a destruição do sonho Brasileiro de conquista do Mundial de futebol abalou a crença da população Brasileira, mas acartou consigo aspetos benéficos: desde logo relançou o contexto das eleições (devido à sua proximidade ao Mundial), beneficiando Dilma na corrida eleitoral e reforçou a crença nacional na capacidade de organizar e sediar grandes eventos mundiais e atuar competitivamente (*Folha de S. Paulo*, 3 de Julho de 2014).

Perspetivando o Mundial de Futebol como o tempo e o espaço para vislumbrar e imaginar a Nação através do futebol (Carvallho, 2012) a espectacularização deste fenómeno social e desportivo

afetou o processo de identificação nacional, mas não o destruiu, promovendo-se e reforçando-se o resgate simbólico dos significantes, características e traços nacionais, bem como procedendo à heroificação dos membros da sua Seleção e dos seus feitos, como forma de corporizar os sonhos nacionais e as façanhas da Seleção na Nação, como extensão das suas capacidades e valências. Logo, os discursos e narrativas em torno da Seleção Brasileira de futebol evidenciam uma extensão identitária e simbólica, favorável à promoção do sentimento de pertença à comunidade imaginada Brasileira, reforçando a sua união e a partilha afetiva e emocional dos mesmos desígnios e traços culturais. Isto porque a Seleção Brasileira de Futebol se tornou uma espécie de escape do mundo desigual e competitivo contemporâneo, cujas atuações e resultados moldam os sonhos das massas e lhes transmitem um sentimento de união, de pertença, de bem-estar e conseqüentemente de que a união promovida lhes permitirá atingir inúmeros objetivos.

A prática futebolística tornou-se uma espécie de evento ritualizado, onde a coletividade que compõe o imaginário nacional favorece a recuperação de recursos simbólicos, reunindo-se em torno da Seleção Nacional, vislumbrando-a como um símbolo de pertença e uma autêntica metáfora do universo imaginado (Redhead, 1993), demonstrando que o futebol permite atingir os objetivos do nacionalismo: afirmar e celebrar a unidade nacional (Coelho, 2004). Por isso mesmo Souza (1996), sugere que as avaliações do espaço geo-político Brasileiro podem ocorrer através do desempenho da sua Seleção de Futebol, já que este desporto está enraizado na memória coletiva e como tal materializa a Brasilidade (Miranda & Pires, 2012).

Concluindo, o povo Brasileiro no Mundial de futebol de 2014 seguiu o rumo natural da confraternização de adeptos na atualidade, onde, apesar de pretenderem seguir a mobilização moderna de se comportarem como cidadãos do mundo e ultrapassarem barreiras físicas e imaginárias, a verdade é que permanecem orgulhosos por pertencer à sua Nação e ao seu Estado, (*Folha de S. Paulo*, 14 de Junho de 2014), enfim à comunidade imaginada nacional à qual sentem uma ligação umbilical afetiva e psicológica. Em suma e nas palavras de Dilma Rousseff “(...) o futebol é uma grande riqueza do país (...), é um símbolo. (...) a pátria verde e amarela de chuteiras (...)” tem “(...) a responsabilidade para com (...) milhões de brasileiros e brasileiras que fazem do futebol um exemplo da nossa autoestima” (*Jornal O Globo*, 19 de Março de 2015).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, A. & CALEIRO, R. (2014). *Os Simpsons e a Copa do Mundo de Futebol de 2014: imagens e problemas do Brasil Contemporâneo*. Revista Tempo e Argumento. Florianópolis. V. 6. N. 13. Set./Dez. pp. 39-57;
- ANDERSON, B. (2012). *Comunidades Imaginadas: reflexões sobre a origem e a expressão do nacionalismo*. Estudo Introdutório por Diogo Ramado Curto & Nuno Domingos & Miguel Bandeira Jerónimo. Trad. Catarina Mira. Lisboa. Edições 70. pp. 1-326;
- AUGRAS, M. (1998). *O Brasil do Samba-Enredo*. Rio de Janeiro. Editora Fundação Getulio Vargas. pp. 1-295;
- BARBOSA, M. (2011). *Nação, um discurso simbólico da modernidade*. Crítica cultural. Palhoça. SC. V. 6. N. 1. Jan/ Jun. pp. 203-216;
- BROWN, A. (1998). *Fanatics! Power, identity & fandom in football*. London. Routledge. p. 1-289;
- CAFÉ, L. (2010). *Futebol, Poder e Política*. Revista de divulgação do LEHRB. I Encontro de História do CAHL. Centro de Artes, Humanidades e Letras. Outubro. pp. 1-10;
- CARVALHO, J. M. (1990). *A formação das almas: o imaginário da República no Brasil*. São Paulo. Companhia das Letras. pp. 1-166;
- CARVALLHO, B. (2012). *Futebol, identidade e as relações Brasil-Argentina: a luta simbólica pela hegemonia na América do Sul*. Revista NEIBA. Cadernos Argentina-Brasil. Ano I. Nº 1. Dezembro. pp. 26-37;
- COAKLEY, J. & DUNNING, E. (2002). *Handbook of sports studies*. London. SAGE. pp. 1-570;
- COELHO, J. (2004). *“Ondulando a Bandeira”*: Futebol e Identidade Nacional. Futebol e Relações Internacionais. Junho. pp. 119 – 125;
- COSTA, S. (2007). *Nação, Comunidade Imaginada pela Mídia? O Futebol-Espectáculo e as Identidades Nacionais*. III ENECULT. Terceiro encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura. Maio. pp. 1-13;
- CURTO, D. & JERÓNIMO, M & DOMINGOS, N. (2012). *Nações e nacionalismos (a teoria, a história, a moral)*. Tradução de Otacilio Nunes. Tempo social. Revista de Sociologia da USP. V.24. Nº 2. pp. 33-58;

- DAMO, A. & OLIVEN, R. (2013). *O Brasil no horizonte dos megaeventos esportivos de 2014 a 2016: sua cara, seus sócios e seus negócios*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Brasil. Horizontes Antropológicos. Porto Alegre. Ano 19. Nº 40. Jul/Dez. pp. 19-63;
- GAY, P. & EVANS, J. & REDMAN, P. (2000). *Identity: a reader*. London. SAGE. pp. 1-390;
- GOMES, R. & FREITAS, M. (2002). *A Construção da identidade nacional na imprensa desportiva portuguesa: análise do discurso jornalístico durante o Euro 2000 de futebol*. Revista Digital EFDEPortes.com. Buenos Aires. Ano 8. Nº 48. Maio. pp.1-10;
- GOMES, M. & SAID, G. (2015). *Identidade cultural e futebol: A construção da identidade brasileira no discurso midiático do Jornal Nacional na Copa 2014*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste. Julho. pp. 1-15;
- GUEDES, S. (2009). *Que “Povo Brasileiro” no campo de futebol?* Razón y palabra. Deporte, Cultura y Comunicación. Nº 69. pp 1-9;
- GUEDES, S. & CURTI, M. (2014). *The Peace game: Brazilian soccer as political instrument*. Soccer & Society. Vol. 15. N. 1. pp. 162-166;
- HALL, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London. SAGE Publications. pp. 1-400;
- HELAL, R. & CABO, Á. & SILVA, C. (2009). *Pra Frente Brasil! Comunicação e Identidade Brasileira em Copas do Mundo*. Esporte e Sociedade, Pra Frente Brasil!. Ano 5. nº 13. pp. 1-20;
- HELAL, R. & SOARES, A. (2014). *The decline of the “Soccer-Nation”: journalism, soccer and national identity in the 2002 World Cup*. Soccer & Society. pp. 132-142;
- HESS, D. & DAMATTA, R. (1995). *The Brazilian Puzzle: Culture on the borderlands of the Western World*. New York. Columbia University Press. pp. 1-306;
- HOBSBAWM, E. (1998). *A questão do Nacionalismo – Nações e Nacionalismo desde 1780: programa, mito, realidade*. Trad. Carlos Lais. Lisboa. Terramar. pp. 1-199;
- JOANILHO, A. (2016). *A invenção da brasilidade: Identidade nacional, etnicidade e políticas de imigração*.

Varia Historia. Belo Horizonte. Vol. 32. N. 52. Mai/Ago. pp. 579-582;

LOURENÇO, R. (2011). *A Representação do Futebol enquanto fenômeno cultural e político na cobertura da Copa do Mundo 2010*. 7º Interprogramas de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. São Paulo. Novembro. pp. 1-10;

LOURENÇO, L. (2016). *O Estado Novo e o Mundial de Futebol de 1966*. Caderno do Século. RVJ Editores. pp. 1-142;

MARIVOET, S. (2006). *Euro 2004: Um evento global em Portugal*. Lisboa. Livros Horizontes. pp. 1-143;

MARTÍN, D. (2009). *La construcción discursiva de la Nación a Través del Fútbol. Un discurso social de éxito: El fenómeno Eurocopa 2008 en España*. Prisma Social. Junio. pp. 1-23;

MARTÍN, D. (2016). *La Selección Nacional de Fútbol como significante de la Nación*. Estudio Comparado entre Argentina y Ecuador (2002-2006). Universidad Complutense Madrid. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Tesis Doctoral. Madrid. pp. 1-373;

MARTÍN, D. & OLGUÍN, G. (2010). *El fútbol y la construcción de una representación social llamada Nación*. Versión 24. La Construcción discursiva de las emociones. UAM-X. México. pp. 1-20;

MASCARENHAS, F. & SILVA, S. & SANTOS, M. (2014). *Lulismo e futebol: os discursos de um torcedor presidente*. Artigos Originais. Movimento. Porto Alegre. V. 20. n. 2. Abr./Jun. pp. 495-517;

MIRANDA, L. & PIRES, G. (2012). *Reconstruindo a Imagem/Identidade da Seleção Brasileira de Futebol: A Era "Pós-Dunga" na Mídia*. Revista da ALESDE. Curitiba. V. 2. N. 1. Abril. Pp 17-34;

PAOLI, P. (2007). *Os Estilos de Futebol e os processos de Seleção e Detecção de Talentos*. Tese de Pós-Graduação Stricto Sensu em Educação Física. Universidade Gama Filho. Rio de Janeiro. pp. 1- 178;

REDHEAD, S. (1993). *The passion and the Fashion: Football fandom in the New Europe*. Aldershot : Avebury. pp. 1-205;

RIBEIRO, D. (1995). *O Povo Brasileiro: a formação e o sentido do Brasil*. 2º ed. São Paulo. Companhia das Letras. pp. 1-476;

SANTANA, N. (2009). *A construção e o ideal de brasilidade. Identidade, cultura e sociedade no Brasil dos*

anos 30. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VII jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología. Buenos Aires. Acta Académica. pp. 1-10;

SANTOS, A. (2004). *Heróis Desportivos: Estudo de caso sobre Eusébio – de corpo a ícone da Nação*. Lisboa. Instituto do Desporto de Portugal. pp. 1-135;

SILVA, L. (2011). *Futebol, Media e Sociedade: um fenómeno de sucesso*. Universidade Católica Portuguesa. Faculdade de Ciências Humanas. Setembro. pp. 9-40;

SOUSA, C. & JESUINO, J. (2008). *Identidades e emoções em eventos desportivos: O caso Euro 2004*. Lisboa. Instituto Piaget. pp. 1-246;

SOUZA, M. (1996). *Gênero e Raça: A Nação construída pelo futebol Brasileiro*. A Nação em Chuteiras: Raça e Masculinidade no Futebol Brasileiro. Cadernos pagu (6-7). pp. 109-152;

VELLOSO, M. (1993). *A Brasilidade Verde-Amarela: nacionalismo e regionalismo paulista*. Estudos Históricos. Rio de Janeiro. Vol. 6. Nº. 11. pp. 89-112;

WEBGRAFIA

Acervo Câmara dos Deputados (<http://www2.camara.leg.br/a-camara/visiteacamara/cultura-na-camara/museu/acervo>) – Períodos consultados: Março e Dezembro de 2013 e Fevereiro a Julho de 2014

Folha de S. Paulo (<http://acervo.folha.uol.com.br/>) - Períodos Consultados: Outubro de 2007, Maio a Julho de 2014;

Jornal O Globo (<http://acervo.oglobo.globo.com/>) – Períodos Consultados: Dezembro de 2006, Janeiro a Julho de 2014 e Março de 2015;

Publicidade do Banco Itaú: “Curta Brasileiros do Coração” (26/06/2014) - <https://www.youtube.com/watch?v=IXb8xC67BuI>

“Depoimento David Luiz #Mostratuaforcabrasil” (07/072014) - <https://www.youtube.com/watch?v=sqNSgtL25r0>

“Mostra tua força Brasil” (03/04/2014) - <https://www.youtube.com/watch?v=i9DYO645eTk>

Publicidade NIKE “Ousa ser Brasileiro – Ninguém joga como a gente” (01/12/2013) - <https://www.youtube.com/watch?v=-HlBqson5dg>