



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DE LISBOA

Importância do futebol na construção de identidade nacional em Portugal: Estudo no contexto do Campeonato da Europa de 2024

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Realizado por:

Tiago Miguel Mendes Portugal da Rocha

Orientador:

Marcelo Moriconi, Professor Auxiliado Convidado,

ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2024

Departamento de Sociologia

Importância do futebol na construção de identidade nacional em Portugal: Estudo no contexto do Campeonato da Europa de 2024

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Realizado por:

Tiago Miguel Mendes Portugal da Rocha

Orientador:

Marcelo Moriconi, Professor Auxiliado Convidado,
ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2024

Agradecimentos

Em primeiro lugar, expressar a minha profunda gratidão à minha mãe e os aos meus irmãos que me apoiaram sempre ao longo de todo o processo, festejando as minhas vitórias e me ajudaram a reerguer nos momentos mais difíceis. Agradeço-lhes com todo o meu coração.

Ao meu orientador gostaria de agradecer pela ajuda, disponibilidade e incentivo ao longo do processo, tendo sido fundamental para a conclusão deste trabalho.

Resumo

O presente trabalho procura compreender o papel que o futebol desempenha, em Portugal, na construção de identidade nacional, especialmente no contexto da Seleção Nacional de Futebol, pelo que este estudo se enquadra no contexto da campanha portuguesa no Campeonato da Europa de 2024.

A investigação contém três grandes objetivos que passam por: identificar como este desporto, através dos discursos praticados na imprensa desportiva portuguesa, influencia a construção da identidade nacional; atender ao modo como os jornais reforçam a estrutura polarizada de “Nós” vs “Eles” e compreender também como a Seleção Nacional de futebol se torna a única que consegue evocar tão competentemente a Nação, desenvolvendo a noção de Comunidade Imaginada.

Com recurso ao método da Análise Crítica do Discurso de Teun Van Dijk, ficou evidenciado que, através do recurso a pronomes pessoais e outras estratégias e práticas discursivas, os jornais reforçam os sentimentos de pertença a uma coletividade, ao mesmo tempo que vinculam o distanciamento com os “outros”. Por outro lado, é de realçar a capacidade que o futebol tem em mobilizar a população no apoio à Seleção Nacional, pelo que os jornais desportivos são os grandes responsáveis pela transmissão da mensagem mediática em torno da equipa.

Palavras-chave: Identidade Nacional, Futebol, Imprensa Desportiva, Comunidades Imaginadas, Nação, Seleção Nacional.

Abstract

The present work seeks to understand the role that football plays in Portugal, in the construction of national identity, especially in the context of the national football team, so that this study fits into the context of the Portuguese campaign in the 2024 European Championship.

The research contains three main objectives which are (i) identify how this sport, through the Portuguese sports press speech, influences the construction of national identity; (ii) the way newspapers reinforce the polarized structure of "Us" vs "Them" and also (iii) to understand how the national football team becomes the only one that can so competently evoke the nation, developing the notion of Imagined Community.

Using Teun Van Dijk's critical discourse analysis method, it was evident that through the use of personal pronouns and other discursive strategies and practices, newspapers reinforce feelings of belonging to a collective, at the same time as they emphasize distancing with the "others". On the other hand, it is worth highlighting the ability that football has to mobilize the population in support of the national team, which is why sports newspapers are largely responsible for transmitting the media message around the team.

Keywords: National Identity, Football, Sports Press, Imagined Communities, Nation, National Team

Índice

Introdução.....	1
1. Revisão de Literatura	5
1.1. Futebol e Identidade Nacional	5
1.2. Comunidades imaginadas	7
1.3. Importância dos <i>media</i> na criação da identidade nacional	10
2. Metodologia e recolha de dados	13
3. Resultados.....	15
3.1. Fase de preparação para o Euro-2024.....	15
3.2. Fase de grupos Euro-2024	17
3.3. Oitavos de final.....	25
3.4. Quartos de final	29
3.5. Após eliminação do Euro'24	31
4. Análise e Discussão de resultados	33
5. Conclusão.....	39
6. Referências Bibliográficas	41
7. Anexos	43

Índice de Tabelas e Gráficos

Gráfico 3.1. Representação gráfica do número de notícias em que as categorias da análise estão incluídas durante a fase de preparação para o Europeu '24.....

Gráfico 3.2. Representação gráfica do número de notícias em que as categorias da análise estão incluídas durante a Fase de Grupos do Europeu '24.....

Gráfico 3.3. Representação gráfica do número de notícias em que as categorias da análise estão incluídas durante os Oitavos de Final do Europeu '24.....

Gráfico 3.4. Representação gráfica do número de notícias em que as categorias da análise estão incluídas durante os Quartos de Final do Europeu '24.....

Gráfico 4.1. Número médio de páginas dedicadas à Seleção no grupo de jornais que representam cada uma das fases.....

Gráfico 4.2. Evolução da representação das várias categorias de análise nos jornais, conforme a fase da competição.....

Introdução

O futebol é o desporto mais popular do planeta, assistido e praticado por milhões de pessoas em todo o mundo a que se deve, sobretudo, ao facto de promover uma identificação e prática acessível a grande parte das pessoas (Mostaro et.al, 2015). Em Portugal é considerado o desporto-rei, sendo possível identificar a sua presença no dia-a-dia dos portugueses, quer pela sua prática nas escolas, nas ruas, como quando as pessoas se juntam em lugares públicos para assistir a um jogo, seja também pelo facto de o futebol ser o tema mais abordado nos telejornais, a seguir à política nacional (Coelho & Tiesler, 2006). Deste modo, o futebol é mais do que um desporto, já que representa também um meio de expressão e reforço de identidade.

Este estudo não procura operacionalizar este conceito à luz das perspetivas técnico-táticas do jogo, mas sim à luz das perspetivas de vários autores que defendem que o futebol é um meio privilegiado para criar, reforçar e difundir a identidade nacional de uma nação. Helal (1996) argumenta que o futebol pode ser compreendido como “uma forma cultural que promove a integração do país, fazendo com que a sociedade encontre um sentido de totalidade raramente encontrado em outras esferas da vida social” (Helal, 1996:1). No caso português e considerando a descentralização da identidade nacional, o futebol é dos elementos que mais contribui para a construção da mesma, especialmente tendo em conta os contextos de competições como o Campeonato da Europa. Isto porque, embora a construção do “nós” se faça através da partilha de símbolos, crenças, valores, a identidade nacional consolida-se na diferença que se estabelece com “eles”, pelo que é nestas competições que se veem as maiores manifestações de identidade, “onde o prestígio e o orgulho nacional estão em jogo”. (Coelho, 2004: 121).

A construção da identidade nacional e do “nós” estão intrinsecamente ligados ao conceito de comunidades imaginadas, que remete para uma estrutura de camaradagem horizontal, em que não existem reais conexões entre todos os elementos da Nação, mas existe um sentimento de pertença comum. Para se tornarem reais, estas comunidades imaginadas necessitam de um meio de expressão, sendo aqui que recai a importância dos jornais desportivos já que é através dos discursos e variações linguísticas que a população consegue imaginar a Nação enquanto uma comunidade.

Esta investigação parte destes princípios teóricos e, através da recolha e análise dos jornais desportivos portugueses, procura compreender de que modo é que o futebol contribui para a fomentação da identidade portuguesa, tendo em conta o contexto competitivo do Euro'2024. Embora haja estudos que abordam a forma como o futebol influencia a construção de identidade nacional, não há registo de nenhum que faça um retrato jornalístico da campanha da Seleção numa prova europeia. A juntar a isto, e por conta das mais recentes conquistas desportivas

(principalmente, o Euro'2016), em Portugal, o futebol carrega um grande peso identitário, pelo que compreender as práticas discursivas e disseminadoras dos jornais permite perceber a forma como o futebol se torna um elemento importante da identidade nacional portuguesa.

A análise dos jornais é operacionalizada com recurso ao modelo da Análise Crítica do Discurso, de Teun Van Dijk (2005; 2006), e que analisa as relações complexas entre ideologia e comunicação, o que inclui opiniões e discursos. O autor define ideologias como um sistema de crenças através dos quais os seus membros orientam as suas práticas e rotulam aquilo que é certo ou errado, verdadeiro ou falso de acordo com os seus interesses coletivos.

Contudo, as ideologias não são inatas ao indivíduo e precisam contruídas, legitimadas e transmitidas, pelo que essa comunicação se faz através do designado discurso ideológico. Dentro do discurso ideológico, Van Dijk (2006, 2005) define a primeira qualidade como sendo a polarização da estrutura entre “Nós” e “Eles”, onde se procura passar a imagem de “Nós somos Bons e Eles são Maus” (Van Dijk, 2005: 190). O autor evidencia que as próprias ideologias dos jornalistas “influenciam de alguma forma as suas opiniões, as quais por sua vez influenciam as estruturas do discurso dos artigos de opinião” (Van Dijk, 2005: 187), e isso acaba por ser evidente aquando do uso dos pronomes pessoais utilizados (Van Dijk, 2006). Mas não só, porque é a partir deste ponto que aborda a importância da forma como a informação é transmitida, dando o exemplo da “variação formal fonológica, sintáctica, lexical e outro tipo de variação do texto e da fala” (Van Dijk, 2005: 193). Quanto às construções das proposições, o autor aborda o uso de estratégias semânticas por parte dos jornais que visam a estrutura polarizada de “eu” positivo e “outro” negativo. Uma das estratégias usadas no discurso jornalístico é a “Negação Aparente” que surge no discurso com a intenção de mostrar a tolerância do narrador enquanto que o resto da frase “pode ser muito negativo”, com o intuito de deixar uma impressão negativa dos “Outros” ao leitor (Van Dijk: 2005: 202). Também os “títulos, estruturas das histórias, argumentos, disposições gráficas, estruturas sintáticas, estruturas semânticas da coerência, tópicos globais e outras.” (Van Dijk, 2005: 196) podem refletir as opiniões e ideologias dos jornalistas. E Van Dijk (2005; 2006) aprofunda esta questão argumentando que as proposições compostas pelo Agente e o Predicado, podem expressar opiniões já que “se os atos negativos são atribuídos a pessoas que aparecem no papel de Agente, então elas são tidas como mais responsáveis por essas ações do que se aparecessem em papéis diferentes” (Van Dijk, 2005:197), ou seja, o uso do “Nós” no papel de Agente acontece quando os atos que estão a ser comunicados são bons, sendo que, em contrapartida, “Eles” assumem o papel de Agente quando os atos são negativos. Assim, as proposições são “usadas estrategicamente para introduzir de forma oblíqua num texto proposições que podem nem

sequer ser verdadeiras” (Van Dijk, 2005: 198), já que as proposições procuram representar de forma positiva o “Nós” e negativa o “Eles”. Assim, ações que prejudicariam o “Nós” e beneficiariam o “Eles” podem nem sequer ser abordadas nos discursos ou são abordadas de forma pouco detalhada (Van Dijk, 2005; 206).

Outras estratégias semânticas podem ser utilizadas na polarização entre “Nós” e “Eles”, como são o caso das metáforas, volume, importância, relevância, implicação/explicitação, atribuição e a perspectiva (Van Dijk, 2005; 206). Na estratégia de volume procura-se passar um maior número de informação sobre os “Nossos” aspetos positivos e os negativos “Deles”, pelo que “a organização macro-estrutural dos modelos (a forma como o acontecimento é globalmente interpretado) influenciará assim a seleção dos tópicos do discurso, e dessa forma a sua coerência global e aquilo que é apresentado como informação importante ou menos importante” (Van Dijk, 2005: 205). A estratégia da relevância faz referência à “importância utilitária da informação para (muitos) utilizadores da linguagem ou participantes” (Van Dijk, 2005: 205), sendo expectável que os discursos abordem informação e opiniões relevantes para “Nós”. Relacionado com este ponto está a estratégia da implicação/explicitação e que se refere à forma como “a presença ou ausência de informação dos modelos pode ser semanticamente construída” (Van Dijk, 2005: 205).

A atribuição é uma estratégia utilizada recorrentemente em contextos explicativos em que “os atos podem ser atribuídos aos atores de várias maneiras e explicados em termos das suas características ou da situação”, pelo que normalmente se atribui o “controlo total e a responsabilidade a estes grupos pelos seus actos” (Van Dijk, 2005: 205). Procura-se que os “Nossos” atos maus e os bons “Deles” sejam colocados em segundo plano, e que sejam explicados por circunstâncias fora do “nosso” controlo, desculpabilizando o “Nosso” lado (Van Dijk, 2005: 206). Por fim, a última estratégia é a perspectiva e que defende que “os acontecimentos podem ser descritos e avaliados partindo da posição, do ponto de vista ou da perspectiva do falante” (Van Dijk, 2005: 206), o que pode ser notório através do uso de expressões como “na minha opinião” ou “do meu ponto de vista”.

1. Revisão de Literatura

1.1. Futebol e Identidade Nacional

Estabelecer ligações entre o Futebol de seleções e o conceito de identidade é fulcral para compreender a forma como este desporto influencia a construção de identidades, já que é pautado por um conjunto de símbolos como o hino nacional, as bandeiras, as camisolas, tornando este desporto “uma das diversas expressões de pertencimento e nacionalidade” (Lorscheider, 2022: 19)

O conceito de identidade tem sido muito debatido, especialmente no contexto da modernidade em que é defendido que a forma como as identidades se constroem tem mudado. De acordo com o Hall (2006), a conceção sociológica de identidade argumenta que a identidade de um indivíduo é centrada e unificada, formada na relação com os outros e com a sociedade, onde lhe são transmitidos os valores, as formas de estar e sentir, os símbolos - a cultura, no fundo. (Hall, 2006). Neste sentido, o indivíduo é moldado continuamente a partir da interação que estabelece com os designados “mundos culturais exteriores e as identidades que esses mundos oferecem” (Hall, 2006:11). Assim, a conceção sociológica de identidade defende que os contextos sociais e os valores e significados que são adquiridos nos mesmos, posicionam o indivíduo no mundo social e cultural (Hall, 2006).

Contudo, as teorias modernas em torno deste conceito têm feito notar que as identidades não são mais estáveis e unificadas, mas sim descentralizadas e fragmentadas (Vieira, 2006), ou seja, um indivíduo pode ter mais do que uma identidade, consoante o contexto em que está inserido. Hall (2006) defende mesmo que a identidade centrada e coerente, previamente definida, é uma miragem dado que “à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente” (Hall, 2006: 13). É tendo isto presente que Stuart Hall (2006) defende que a formação de identidade não é algo inato, mas sim um processo inacabado, ou seja, em constante desenvolvimento, resultado de processos inconscientes, como por exemplo a forma como procuramos ser vistos pelos outros (Hall, 2006). Do mesmo modo, Vieira e Henriques (2014) defendem que a identidade “não é uma aquisição pessoal, mas um trabalho junto e dentro da cultura” (Vieira & Henriques, 2014: 167). Assim, à luz deste pensamento, a construção de identidades concretiza-se através da visão dos “outros” sobre “nós”, sendo fulcral estabelecer a fronteira entre “nós” e “eles” (Hall, 2006; Mostaro et. al.,

2015). Deste modo, segundo Woodward (2000), a representação enquanto processo cultural permite posicionar o indivíduo no mundo social, pelo que é através dos “significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos” (Woodward, 2000: 17)

Hall (2006) da mesma forma que definiu identidade, defende que as identidades nacionais não são intrínsecas ao indivíduo, mas sim “formadas e transformadas no interior da representação” (Hall, 2006: 48). Assim, e como argumentam Gomes e Freitas (2002), se a identidade nacional for concebida como um “conjunto de tradições, caracteres partilhados, essências, naturezas e obrigações morais inquestionáveis” então esta torna-se “um meio para posicionar os indivíduos no mundo, através do conhecimento que estes adquirem relativamente à existência de uma pessoa coletiva à qual pertencem e com a qual se identificam”, encontrando na história o seu fio condutor (Gomes e Freitas, 2002: 2). Indo mais longe, os mesmos autores argumentam que a identidade nacional assenta “no imaginário da comunidade, através dos significados, das metáforas, das imagens e das referências que são reproduzidos em discursos sobre a nação.” (Gomes e Freitas, 2002: 2).

Todos os elementos que constituem a identidade nacional são resultado de um processo de socialização de que todos os indivíduos são alvo, funcionando como formas de nacionalismo (Coelho, 2004). Contudo, Gil (2015) argumenta que, em alguns casos, determinados elementos não são distintivos, pelo que a consolidação da identidade nacional se concretiza através da diferenciação existente entre uma nação e as restantes. Consequentemente, é através da diferença que são desenvolvidos os sentimentos de pertença a uma determinada nação, complementados pelo “desejo de reconhecimento (do indivíduo pelos seus pares), de associação (sentimento de fraternidade) e de proteção (segurança garantida pela nação aos seus membros)” (Gil, 2015: 27).

Assim, a formação da identidade está assente também diferença com os outros através de “elementos como o território, o Estado, a Constituição, a história, os mitos, a religião e arte” (Gil, 2015: 14). Contudo, o processo de construção da identidade nacional não é linear, mas sim “um processo sempre em mutação, contextualmente produzido, resultado de articulações que criam novos sentidos e subjetividades” (Coelho, 2004: 123). No caso da identidade nacional portuguesa encontram-se elementos como o Estado, a escola, a religião, o território, a história e, principalmente, o futebol (Coelho, 2004; Gil, 2015). Na perspetiva de Coelho (2004), em Portugal, nada contribui mais do que o futebol “para este processo social de (re)imaginação da nação” (Coelho, 2004: 124). Deste modo, a importância do futebol vai muito além da ação dentro das quatro linhas, sendo um dos principais temas de debate no nosso país, tendo uma

capacidade única para influenciar outras esferas da vida social (Filho, 2017). Assim, este desporto constitui um espaço “de afirmação de identidades socioculturais, expressas em torno da galvanização dos sentidos de afiliação de comunidades locais, regionais ou nacionais” (Marivoet, 2009: 1), contribuindo também para “reforçar a autoestima dos países”, já que constitui uma forma de representação da Nação. (Marques, 2006: 27)

Não só é o tema mais abordado na comunicação social, a seguir à política nacional, como também é dos assuntos mais conversados na interação que os portugueses têm entre si (Cardoso *et. al.*, 2007; Coelho & Tiesler, 2006). Portanto, seguindo esta linha de raciocínio, o conceito de “comunidades imaginadas” de Benedict Anderson é relevante, dado que o futebol oferece um espaço público de união o que se torna bastante evidente nos jogos da seleção nacional, especialmente no contexto de uma grande competição entre seleções, como é o Campeonato da Europa, onde são reforçados o espírito competitivo e as rivalidades entre as Nações (Tomlinson & Young, 2006). Conforme defendem os autores Helal e Soares, mesmo que na modernidade estejamos perante a “fragmentação das identidades nacionais, da formação de outras formas de identificação híbridas” (Helal & Soares, 2008: 4), estes contextos competitivos reforçam os sentimentos nacionalistas do povo.

1.2. Comunidades imaginadas

O conceito de Comunidade é um termo amplamente discutido nas ciências sociais e, segundo Cohen (2001), pode ser entendido como um conjunto abrangente de processos sociais que englobam os símbolos, valores e ideologias de um grupo.

Anderson (1991) defende que a capacidade de imaginar a comunidade só surgiu quando três concepções culturais tiveram o seu declínio. As três concepções a que se refere são, primeiramente, “a ideia de que uma determinada língua escrita oferecia um acesso privilegiado à verdade ontológica”, a segunda “é a crença de que a sociedade se organizava naturalmente em torno e abaixo de centros elevados – monarcas à parte dos outros seres humanos” e, por fim, a “concepção de temporalidade em que a cosmologia e a história se confundem, e as origens do mundo e dos homens são essencialmente as mesmas”. Em conjunto estas concepções “enraizavam profundamente a vida humana na própria natureza das coisas, conferindo um certo sentido às fatalidades diárias da existência (sobretudo a morte, a perda e a servidão) e oferecendo a redenção de maneiras variadas.” (Anderson, 1991: 69)

Contudo, com o declínio destas convicções, posterior desenvolvimento dos meios de comunicação, que se tornaram cada vez mais rápidos, e com o desenvolvimento do capitalismo editorial surgiu uma “nova maneira de unir significativamente a fraternidade, o poder e o

tempo”. Sobretudo o capitalismo editorial tornou possível “que as pessoas, em números superiores, viessem a pensar sobre si mesmas e a se relacionar com as demais de maneiras radicalmente novas” (Anderson, 1991: 70).

O autor argumenta que estão lançadas as bases para a consciência nacional. Em primeiro lugar, criaram-se campos de comunicação em que as pessoas se tornam capazes de se entender, “tomando consciência gradual das centenas de milhares, e até milhões, de pessoas dentro daquele campo linguístico particular, e ao mesmo tempo percebendo que apenas essas centenas de milhares, ou milhões, pertenciam a tal campo”. Em segundo lugar, “o capitalismo tipográfico conferiu uma nova fixidez à língua, o que, a longo prazo, ajudou a construir aquela imagem de antiguidade tão essencial à ideia subjetiva de nação” (Anderson, 1991: 80). Assim, o conjugar do capitalismo editorial com o desenvolvimento tecnológico “criou a possibilidade de uma nova forma de comunidade imaginada, a qual (...) montou o cenário para a nação moderna” (Anderson, 1991: 82).

Deste modo, Anderson defende que as nações modernas são “imaginadas como comunidades na medida em que, independentemente das hierarquias e desigualdades efetivamente existentes, elas sempre se concebem como estruturas de camaradagem horizontal” (Anderson, 1991: 12). No entanto, este reforça que estas comunidades precisam de bases para serem imaginadas, nomeadamente de símbolos que “são eficientes quando se afirmam no interior de uma lógica comunitária afetiva de sentidos e quando fazem da língua e da história dados “naturais e essenciais”; pouco passíveis de dúvida e de questionamento”. Além disso, o uso de uma linguagem de união, em particular do “nós”, não só nos discursos jornalísticos, mas também “nos hinos nacionais, nos dísticos e nas falas oficiais, faz com que o sentimento de pertença se sobreponha à ideia de individualidade e apague o que existe de “eles” e de diferença em qualquer sociedade” (Anderson, 1991: 16).

Assim, à luz da teoria de Anderson (1991), uma nação é uma comunidade imaginada uma vez que nenhum membro de uma nação nunca irá conhecer, falar ou cruzar-se com todos os seus compatriotas, “permanecendo ainda assim nas suas representações a imagem de comunhão” (Gomes e Freitas, 2002: 2). Por isto, para além de comunidade imaginada, a nação pode ser vista como uma “super-família imaginária” (Smith, 1991 *cit. in* Gomes e Freitas, 2002: 2), já que não existem conexões ou “reais afinidades entre os seus membros” existindo, no entanto, “um sentimento de partilha e de pertença comuns”. Contudo, para que a nação, enquanto comunidade imaginada, se torne algo real, é necessário que se apoie em determinados elementos que podem variar de nação para nação (Gomes e Freitas, 2002), tendo por referência “os símbolos da pátria, as narrativas, a herança cultural” (Costa, 2007: 5), pelo que estas

representações “necessitam de uma memória para se perpetuarem e se ressignificarem”, desempenhando os meios de comunicação um papel fulcral na construção da memória coletiva (Mostaro, 2014: 28)

Atendendo ao caso português, e como foi teorizado, elementos como a religião, o Estado, a escola e, sobretudo o futebol, contribuem não só para a formação da identidade nacional, como também servem de palco para a exaltação da comunidade imaginada. No argumento de Coelho (2004) os jogos de futebol da seleção nacional são “momentos privilegiados para sentir a existência da identidade nacional, para viver emoções em conjunto com outros concidadãos” com os quais não existem ligações, a não ser a partilha do sentimento sobre o que é ser português e o apoio a uma equipa que, naquele momento, representa toda a população. Ao contrário dos jogos de futebol de equipas, os jogos da seleção nacional envolvem “significações profundamente ligadas às emoções e sentimentos relacionados com a pertença” (Coelho, 2004: 121).

O autor citado defende ainda que são nestes contextos que todos são um pouco mais nacionalistas, o que é visível pelo apoio dado à seleção, pelas bandeiras nacionais expostas nas varandas, pelos cânticos e aglomerados de pessoas na rua para verem o jogo em cafés. O inquérito realizado por Cardoso *et. al* (2007) aquando do Europeu de 2004, realizado em Portugal, demonstra isso mesmo, onde 60% dos portugueses colocaram bandeiras nas suas casas e 18% vestiram as cores nacionais. Além do mais, os autores afirmam que as “ruas foram palco para mais de dois milhões de portugueses celebrarem as vitórias e, pelo menos, 10% visionaram o jogo nos diferentes espaços públicos criados para o evento” (Cardoso *et al.*, 2007: 122). No entanto, torna-se importante realçar que, de acordo com Cardoso *et. al* (2007), foi a partir do *Euro2004* que 30% da população começou a acompanhar mais os jogos da seleção nacional, mostrando que o futebol é “uma marca identitária forte ao nível das seleções nacionais” (Cardoso *et. al.*, 2007: 139) Com este dado procura-se realçar que, embora o futebol sempre tenha tido uma grande impacto em Portugal no que diz respeito à formação de identidade nacional, atualmente pode-se especular que tenha ainda mais peso, especialmente se tivermos em conta as melhores prestações da seleção, tendo culminado na conquista do Europeu em 2016 onde todo o país festejou a vitória da sua seleção. Uma das formas de perceber o peso do futebol no desenvolvimento da identidade nacional é atender ao processo de comunicação pela qual é transmitida.

1.3. Importância dos *media* na criação da identidade nacional

Os *media* desempenham um papel importante na formação e difusão da identidade nacional no nosso país, dado que “constituem o meio e a mensagem que estabelece a conexão entre o sujeito e o mundo no espaço público nacional e mundial” (Gomes e Freitas, 2002: 1), sendo através destes que as pessoas conseguem imaginar a nação como uma comunidade (Paschoalino, 2012). Como é realçado por Cardoso *et. al* (2007) e Torres (2006), apenas uma pequena parte da população vê os jogos de futebol nos estádios, pelo que a “relação que se estabelece com esse desporto é essencialmente uma relação mediada através de uma rede de diferentes *media*” (Cardoso *et al.*, 2007: 120), como é o caso dos jornais, rádio, televisão, redes sociais e aplicativos (Maguire, 2008). Tal acontece devido aos discursos produzidos, sobretudo na imprensa desportiva (Cardoso *et al.*, 2007), onde a linguagem utilizada tem uma dupla função, a de comunicação e a de participação que procura favorecer “o sentimento de pertença a grupos ou coletividades” (Gomes e Freitas, 2002: 2). A evocação do sentimento de pertença acontece nos discursos onde se eleva o estatuto do país, especialmente no contexto de competições internacionais, “onde ressoam narrativas culturais básicas sobre o sentimento nacionalista, a identidade nacional e a nação” (Gomes e Freitas, 2002: 3), sendo que os jornais são dos “mais relevantes veículos de manutenção e construção da memória” coletiva, fazendo-o através da evocação de “imagens, ídolos, êxitos e fracassos anteriores, no sentido de construir uma tradição” (Soares *et. al.*, 2004: 63)

No entanto, ao falar no contexto das sociedades modernas é preciso sempre ter em conta o mundo digital, já que não são apenas a imprensa que desempenha um papel importante no processo de formação da identidade nacional, mas também as redes sociais. Atualmente, a grande maioria dos clubes de futebol e seleções nacionais dispõem de perfis nas redes sociais onde mantêm e desenvolvem uma ligação com os seus adeptos. E em determinados contextos competitivos estes perfis desempenham um papel tão importante como os jornais desportivos, uma vez que tem uma abordagem mais direta com os seus adeptos (publicações nas redes sociais que permitem a interação das pessoas), incrementando um sentimento de união, de pertença e de nação na população.

Embora este trabalho reconheça a importância das redes sociais no desenvolvimento da identidade nacional, o destaque é dado aos jornais desportivos portugueses, nomeadamente *A Bola*, *Record* e *O Jogo*, que diariamente vendem entre 200 000 e 300 000 mil exemplares, onde cerca de 90% do conteúdo é dedicado ao futebol (Coelho & Tiesler, 2006). Segundo dados estatísticos apresentados por Gomes e Freitas (2002) quase metade das notícias (46.3 %) foram

dedicadas à seleção, o que na opinião dos autores “não é inocente e apesar de passar despercebida, porque concordante com o que o auditório espera do jornal, exerce uma forte influência sobre o leitor”. Deste modo, os jornais desempenham um papel importante na percepção da população sobre um determinado acontecimento, já que “por força do ângulo interpretativo que escolhe, especialmente quando, pelas suas práticas profissionais, pretendem ser os lídimos representantes das expectativas e da linguagem do público a que se dirige”, reforçando assim a reciprocidade entre os leitores (Gomes e Freitas, 2002: 5). Face ao exposto, o leitor vai ser apresentado com muito mais notícias sobre a sua seleção, o que consequentemente “aumenta fortemente as probabilidades de ser influenciado pelos media, relativamente às normas, ideias e valores da sua identidade nacional em detrimento de outros significados possíveis”, promovendo a ideia de que aquilo que o leitor lê representa de forma perfeita a realidade (Gomes e Freitas, 2002: 5).

Mas não é só através do ângulo interpretativo da notícia que o leitor pode ser influenciado, toda a construção frásica utilizada tem igualmente muito peso, destinando-se a “fomentar o sentimento de unidade e igualdade despertando, por conseguinte, o sentido de diferença com os outros”. Ao atender ao vocabulário utilizado, Coelho (2004) destaca que “é através da linguagem e das práticas discursivas (a sintaxe, a organização da informação, a apresentação de símbolos e signos nacionais, etc) e de um conjunto de discursos que se agrupam em narrativas de unidade e supremo interesse nacional, envolvendo a (re)produção do caráter e personalidade nacional, de mitos históricos fundadores, dos valores masculinos e marciais, dos estilos e estereótipos geo-culturais-políticos, que se (re)imagina, quotidianamente e banalmente, a nação e a identidade nacional, nos jornais desportivos” (Coelho, 2004:123).

Para além disso, o uso recorrente de “nós”, referindo-se à seleção e à sua população como um só, reforça um sentimento de identidade, mas também de comunidade imaginada, já que quando se fala dos jogadores portugueses os jornais fazem-no demonstrando que eles não são um grupo à parte, eles são a representação de um povo e de uma Nação. Deste modo, este tipo de linguagem evoca união, mas também se destina a desenvolver um sentimento de diferença com os “outros”, isto porque quando os jornais abordam outro país, fazem-no “numa linguagem mais distanciada, sem pronomes pessoais, porque não pretende criar o sentimento de pertença ou de partilha para com o país, nação ou povo referido. A referência aparece marcada pelo pronome “eles” ou pela identificação da respetiva seleção sempre sinalizada pela sua nacionalidade” (Gomes e Freitas, 2002: 7). E, portanto, a diferenciação que acaba por acontecer de forma natural nos jornais desportivos entre “nós” e “eles”, “nacional” e “estrangeiro” resulta “na elaboração de uma espécie de personalidade coletiva do ser português, bem patente quando

os jornais desportivos se referem à existência de um futebol tipicamente português” (Gomes e Freitas, 2002: 7).

Assim, os *media* e, sobretudo, os jornais desportivos, tem um papel central na formação de uma identidade comum e no desenvolvimento do sentimento de comunidade (Vieira et. al., 2017), já que são os principais influenciadores das perspetivas das pessoas sobre determinado tema, refletindo e moldando o mundo social.

2. Metodologia e recolha de dados

Em Portugal, a conexão que se estabelece entre futebol, identidade nacional e imprensa desportiva é muito forte, por isso mesmo identificar as agendas, narrativas culturais e símbolos nacionais evocados nos jornais *A Bola*, *Record* e *O Jogo*, é fundamental para compreender a forma como se constitui discurso que reforça a coletividade em torno da Seleção Nacional.

Como é sabido, o contexto do futebol português é muito marcado pela existência de 3 grandes clubes (Sporting CP, FC Porto e SL Benfica), com fortes rivalidades entre si e que marcam a agenda dos jornais desportivos portugueses. Contudo, quando a Seleção Nacional joga, todas essas rivalidades são colocadas de parte, ao que se pode atribuir parte da responsabilidade aos principais jornais desportivos portugueses, já que são os grandes responsáveis pelo “nacionalismo diário e repetido, rotineiro e quotidiano que encontramos nos discursos” funcionando como “uma forma de ler e ver, de compreender e de tomar algo como certo, sem que tenhamos a noção do carácter construído, cultural e ideológico dessa percepção e concepção” (Coelho, 2004: 38). Neste ponto, o autor atribui especial destaque ao jornal *A Bola* que, segundo o mesmo, é aquele que mais “insiste na suprema importância da representação nacional e considera todos os outros interesses e dimensões do futebol luso como secundários em relação àquela” (Coelho, 2004: 31), contudo não é só o jornal *A Bola* que adota esta abordagem.

Assim, o que torna o contexto português tão particular, especialmente no que toca à Seleção Nacional, é o facto de os jornalistas desportivos procurarem “desempenhar um papel activo no apoio à actividade e sucesso da selecção nacional, designadamente na procura de uma maior unidade nacional à volta da equipa” (Coelho, 2004: 35). Por isto mesmo é que o contexto de uma fase final do Campeonato da Europa como é o Europeu 24 é tão importante, já que são nestes contextos competitivos que são elevados os valores e discursos que vincam a identidade nacional do país.

Esta investigação tem uma amostra de 31 jornais, contemplando os principais jornais da imprensa desportiva, *A Bola* (15), *Record* (13), *O Jogo* (3), acompanhando a campanha da Seleção Nacional portuguesa no Europeu 2024, desde 21 março, período ainda preparatório para a competição, até 15 julho, que contempla o final da competição que teve a Espanha como vencedora. A importância de recolher dados antes, durante e depois da competição é a de permitir compreender a evolução do discurso presente na amostra. Deste modo, divide-se a amostra em 5 momentos de análise: a fase de preparação para o Euro 2024, a fase de grupos do

Euro'24, os oitavos-final e quartos-final da prova e o resto da competição em que Portugal já está eliminado.

Tendo isto presente, recordam-se os grandes objetivos de pesquisa desta investigação, que são:

- Percecionar como o futebol, através do discurso praticado nos jornais desportivos, influencia e constrói a identidade nacional portuguesa;
- De que modo a imprensa desportiva reforça a polarização do “Nós” Vs. “Eles”, analisando a agenda e as práticas discursivas usadas no contexto do Europeu 2024;
- Analisar como a Seleção Nacional de futebol é a única capaz de reforçar tão eficazmente o espírito de coletividade e de Nação, em comparação com as restantes modalidades e seleções

Para analisar os dados da amostra, optou-se por seguir o modelo Análise Crítica do Discurso, de Teun Van Dijk (2005; 2006), o que se justifica pela forma como o autor teoriza as relações existentes entre ideologias e discursos. Através da polarização de “nós” contra “eles”, o autor identifica no designado discurso ideológico, estruturas e elementos que refletem as opiniões do locutor, permitindo identificar quais as ideologias por detrás do discurso. É deste modo que esta investigação procura operacionalizar o modelo de análise apresentado, sendo necessário primeiro criar categorias de análise através das quais a investigação se vai apoiar. As categorias de análise definidas integram os principais temas retratados nas notícias dos jornais, com vista a integrar as várias estratégias da Análise Crítica do Discurso de Van Dijk. Assim, elencam-se as seguintes categorias:

- Desvalorização – principalmente dos adversários de Portugal, sendo que os resultados dos jogos ou outro tipo de informação potencialmente negativa também é relativizada;
- Referências Culturais – referência a elementos do discurso que, de forma direta ou indireta, evoquem a cultura e identidade portuguesa;
- Expetativas e prognósticos – discursos e opiniões que destacam a perspetiva dos jornalistas relativamente ao percurso da Seleção, no antes, durante e depois da competição;
- Espírito de coletividade – notícias que reforçam a identidade portuguesa e que fortalecem o sentimento de pertença a um todo.

A análise da amostra foi feita distinguindo dois níveis: um primeiro momento de análise que se foca mais na cobertura jornalística (refere-se à estratégia de Volume de Van Dijk) que é dada à seleção no antes, durante e depois do Campeonato da Europa, leitura essa realizada

através da análise do número de páginas dedicadas à Seleção, as manchetes dos jornais, os títulos e anúncios.

Num segundo momento, através de uma lente mais específica, analisa-se quais são as opiniões e ideologias dos jornalistas nos discursos, como é que estes são construídos e evoluem no tempo. Neste ponto, destaca-se, a estrutura polarizada “Nós” vs. “Eles”, pelo que as 4 categorias de análise identificadas são muito importantes para compreender quais são as agendas, de que forma os jornais se distanciam dos “outros” e reforçam o sentimento nacionalista. Para além da estrutura polarizada e do volume, outras estratégias semânticas identificadas por Van Dijk (2005; 2016), como a relevância, perspetiva e atribuição, são também utilizadas por forma a analisar exaustivamente as várias categorias de análise.

3. Resultados

3.1. Fase de preparação para o Euro-2024

Entrando na fase de preparação para o Euro 2024, é evidente, desde logo, que três dos quatros jornais analisados apresentam pouco destaque na capa à seleção, com a exceção da edição do *Record* de 12 de junho, que destaca na sua capa a vitória no último jogo particular, com Cristiano Ronaldo em evidência (“*Aí está ele!*” – título da manchete, anexo A). Isso pode ser justificado pelo facto de ainda estar a decorrer a época dos clubes, para a qual o foco estava virado, mas também por a competição apenas ter início a 14 de junho e Portugal só dar o primeiro passo na sua caminhada a 18 junho.

Mesmo que a cobertura jornalística em torno da Seleção nesta fase não seja muito considerável, com o aproximar da competição começa a haver mais entusiasmo e interesse, o que se verifica pelos temas abordados, mas também na forma como o são feitos.

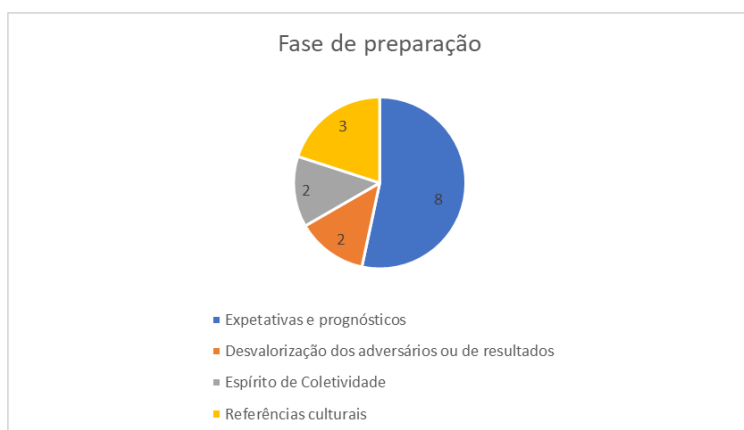


Gráfico 3.1. Representação gráfica do número de notícias em que as categorias da análise estão incluídas durante a fase de preparação para o Europeu '24. Elaboração própria.

Conforme o gráfico 3.1, nesta fase, a categoria de análise que mais se encontra representada é “Expetativas e Prognósticos”, identificando-se o discurso que esta geração de jogadores portugueses é a melhor de sempre, estando reunidas as condições para repetir o feito do Campeonato da Europa de 2016. Alguns exemplos representativos são: *“Portugal tem grandes possibilidades de ser campeão da Europa”* (A Bola, Reis, 2024, 21 março: 5); *“Com a Seleção que temos, podemos sempre sonhar em ganhar.”* (Record, Gonçalves, 2024, 11 junho: 4); *“talvez sejamos de novo uma das melhores seleções do Mundo, com obrigação de chegar a terras germânicas e arrasar os adversários que nos surjam pela frente, visto que temos jogadores como nunca antes se houvera visto em terras lusitanas”* (A Bola, Pereira, 2024, 12 junho: 3).

A “Desvalorização” é outra das categorias representadas, sendo que são identificados artigos refletem sobre a qualidade dos adversários portugueses nos jogos amigáveis como também na fase de qualificação para o Europeu, como forma de antever a campanha portuguesa na prova. Um dos excertos refere a derrota portuguesa num jogo particular frente à Croácia e que esta: *“serviu para dar razão aos que, como eu, já vinham criticando a escolha de adversários medíocres ou remediados para os ‘amigáveis’. Mais a mais porque os nossos opositores na fase de qualificação (Islândia, Liechtenstein, Bósnia-Herzegovina, Eslováquia e Luxemburgo) eram claramente inferiores (...) Independentemente de hoje poder acontecer, como é previsível, alguma reabilitação emocional frente à mediana Rep. Irlanda”* (Record, Prata, 2024, 11 junho: 9).

Para além disto, com o aproximar da competição, intensifica-se o discurso que procura a mobilização de pessoas e reforça a coletividade, o que é por demais evidente em: *“Adeptos da seleção precisam-se. Já que não há bandeiras na janela, arranje-se uma música. A poucos dias de começar o Euro-2024, o entusiasmo com uma das melhores gerações de sempre de jogadores portugueses não parece estar em alta (...) quem, porquê e como se torce pela Seleção Nacional? Lembrei-me disto a propósito de um anúncio (...) dirigido a quem não sabe nada de futebol, mas que a cada dois anos vai buscar o cachecol ao armário e vai para uma praça com ecrã gigante gritar golo numa repetição (...) Quando a Seleção venceu o Euro-2016, os portugueses – soubessem ou não muito sobre futebol – não precisaram de ser convencidos a sair à rua para celebrar. (...) «pouco importa, pouco importa, se jogamos bem ou mal, queremos é levar a taça, para o nosso Portugal!» Um simples cântico conseguiu com que todos se identificassem com estas palavras e – por arrasto - com a Seleção (...) E se for disso mesmo*

que a seleção precisa? Fanatismo, portanto. (...) E, durante os amigáveis, vejo os adeptos da seleção nacional com vergonha de cantar baixinho um Portugal allez como se nem o ritmo estivesse já decidido. Fica, então, o desafio: há meia dúzia de dias para encontrar as palavras e o som que façam os portugueses entusiasmar-se com esta Seleção. " (A Bola, Pereira, 2024, 12 junho: 20)

Também se identificam várias “Referências Culturais”, em que o discurso acentua o espírito e cultura portuguesa, como se pode verificar: “*Culturalmente Portugal é uma nação que se dá bem com o seu fado do 'negativismo' (...) Não está no nosso sangue assumirmos o favoritismo de coisa alguma, até porque uma boa parte das nossas conquistas, particularmente no desporto onde o futebol não é exceção, tem como tendência o facto de não termos de assumir tal protagonismo*” (Record, Pereira, 2024, 12 de junho: 15); “*Houve muita música, com a 'Casinha' dos Xutos & Pontapés a ser entoada a plenos pulmões, cânticos, a habitual ola e até olés.*” (Record, Albuquerque & Morais, 2024 12 de junho: 9),

3.2. Fase de grupos Euro-2024

Tal como na fase de preparação, e com Portugal quase a dar o pontapé de saída no Europeu 2024 no dia 18 de junho, nos 15 jornais analisados englobados nesta fase (de 14 até 27 de junho) é visível um entusiasmo crescente em torno da Seleção. Nos primeiros três jornais, o destaque na capa continua a ser diminuto, mas verifica-se desde logo um padrão nos temas que foram abordados.



Gráfico 3.2. Representação gráfica do número de notícias em que as categorias da análise estão incluídas durante a Fase de Grupos do Europeu '24. Elaboração própria

Conforme o gráfico 3.2, podemos verificar uma nova tendência dos dados, já que nesta fase da competição o destaque são as 24 notícias que reforçam o espírito de coletividade e as 18 notícias que desvalorizam tanto os adversários como resultados menos positivos da seleção portuguesa.

Deste modo, o primeiro ponto de destaque é a enorme euforia na chegada da Seleção Nacional à Alemanha, tendo sido recebida por milhares de adeptos portugueses. A capa do *O Jogo* faz referência este mesmo aspeto, definindo a euforia dos adeptos como *“Uma paixão incontável”* (Anexo B): *“a explosão de alegria foi imensa, a loucura foi total, os cânticos dos cerca de 5000 adeptos ali presentes abafaram as sirenes dos batedores, as bandeiras ergueram-se bem alto (...) os eleitos de Martínez nunca caminharão sozinhos neste Europeu”* (A Bola, Nunes, 2024, 14 junho: 6); *“A Seleção Nacional chegou ontem à tarde à Alemanha, tendo sido recebida em apoteose por milhares de adeptos portugueses”* (Record, Pereira, 2024, 14 junho: 2).

Para além disso, são recordados registos das campanhas portuguesas antecedentes, *“Portugal esteve em mais de metade das fases finais da história da competição. Atingiu quatro vezes as meias-finais e esteve duas vezes na final”* (A Bola, Pereira, 2024, 14 junho : 2); *“Data histórica: Estreia na Europa foi há 40 anos (...) Trata-se de um jogo histórico para a Seleção, pois marca a estreia de Portugal em fases finais Campeonatos da Europa (...) O País, embalado pelos sinais de modernidade pós-25 de Abril e a dois anos de entrar na CEE, vivia dias de festa”* (Record, Godinho, 2024, 14 junho: 8), sempre com o foco para prestação da Seleção nesta edição da competição, com a certeza em mente de que Portugal tem condições para revalidar o título: *“a nossa Seleção tem todas as condições para cumprir o seu destino, repetir 2016 e sagrar-se campeã europeia (...) eu acredito que este Europeu será uma jornada memorável e de consagração do talento português! Boa sorte à nossa equipa e toda a comitiva. Vamos com tudo, Portugal!”* (Record, Proença, 2024, 14 junho: 2)

Chegando ao dia que marca a estreia da Seleção Nacional na prova, 18 junho, desde logo fica evidenciado o destaque que é dado nas capas dos jornais ao evento, algo que ainda não tinha acontecido até este momento da análise. Nas respetivas capas, tanto o *Record* como *A Bola* fazem manchetes com os títulos *“Vamos lá Cambada!”* e *“Vamos a isso!”*, respetivamente (Anexo C e D).

Ao nível do discurso, pode-se identificar a mesma agenda de favoritismo em torno da Seleção, com a garantia de que apoio não vai faltar à Seleção: *“não caminharão sozinhos neste Europeu. Seja qual for o resultado, há algo especial neste grupo que atrai em cada recanto da Alemanha a atenção até dos mais distraídos. E, ao longo do dia de hoje, essa onda verde e*

vermelha será crescente e cada vez mais visível na cidade que acolherá a estreia lusitana na competição” (Abola, Pimpim & Travassos, 2024, 18 junho: 3.); “Já dizia a canção de Sérgio Godinho, ‘hoje é o primeiro dia’, mas do resto do vosso Europeu (...) A qualidade no plantel da Seleção é muita e a equipa das quinas é vista por muitos como uns dos principais candidatos a erguer o troféu no dia 14 de julho. É esse o objetivo” (Record, Zeferino & Ferreira, 2024, 18 junho: 4).

Na antevisão do jogo, é de realçar a evocação de alguns elementos e símbolos representativos da identidade portuguesa, como são o caso de: “Portugal está a meio da tabela em número de habitantes quer na União Europeia, quer nos 24 países presentes na Alemanha, mas no futebol é claramente top-3. É por isso que dois em dois anos se liberta um orgulho escondido, mesmo que só dure um mês. É melhor que nada” (A Bola, Urbano, 2024, 18 junho: 12); “Herman José, aliás, José Estebes cantava nos idos anos 80 uma canção que marcou uma geração (...) ‘Vamos lá, cambada’ era o grito de humor que puxava pela Seleção. Hoje fazemos o mesmo. Faremos uma análise independente e seremos frios e focados na análise do jogo. Mas, claro, estamos por dentro a torcer por Portugal. É inevitável” (Record, Ribeiro, 2024, 18 junho: 40).

No dia a seguir à vitória suada de Portugal contra a Chéquia, todos os jornais referem a justiça do resultado, bem como a superioridade portuguesa sobre o adversário que acaba por ser desvalorizado: “A forma dramática como a Seleção Nacional obteve a reviravolta acabou por relegar todas as dúvidas para um plano inferior, até porque o domínio português foi total, perante uma Chéquia que falhou redondamente na promessa de tentar equilibrar o jogo. Os checos passaram a maior parte do tempo encolhidos, só chegaram à vantagem num ato (quase) isolado de Provod” (O Jogo, Monteiro, 2024, 19 junho: 3); “Foi um triunfo justo, ainda que escrito por linhas tortas. A nossa Seleção é vista, muito justamente, como uma das melhores deste Europeu (...) Isso causa temor nos adversários, em particular nos que têm menos argumentos técnicos, que não têm qualquer problema em ficar fechadinhos durante quase toda a partida” (Record, Krithinas, 2024, 19 junho: 4).

Neste sentido, embora considerem que Portugal tem condições para fazer mais nos próximos jogos, os três jornais desportivos, conforme a tendência, mantêm o argumento que a Seleção portuguesa pode e deve chegar mais longe: “após o sofrimento que confesso sentir enquanto adepto e numa análise mais fria, acredito que podemos e devemos esperar mais da Portugal (...) Porque com os craques que o espanhol tem à disposição, tem tudo para nos dar mais uma alegria. Ou pelo menos cair apenas aos pés de uma Alemanha, França ou Espanha num jogo daqueles de mata-mata (...) Este é um bom indicador da nossa Seleção. Muito

contente com a vitória, confesso, mas espero mais desta equipa” (Record, Ribeiro, 2024, 19 junho: 11).

Após a primeira vitória na competição evidencia-se o discurso que reforça a importância do futebol e da Seleção para o país, com referência ao enorme apoio que tem seguido a equipa: *“É sempre uma alegria estar perto de quem protagoniza para o mundo a nossa capacidade, identidade e unidade” (Record, Martins, 2024, 19 junho: 7); “Seleção só há uma. A de todos nós” (Record, Batista, 2024, 19 junho: 24; “Vieram do Mundo inteiro por amor a Portugal (...) De todos os cantos do Mundo chegaram à Alemanha milhares de emigrantes portugueses, ou descendentes de filhos da nação à beira-mar plantada e que transportam consigo o imenso sonho de ver a bandeira subir mais alto, de ver Portugal mostrar o seu valor (...) a onda lusitana agiganta-se, enche de cor as ruas, com cânticos alegres, muitos sorrisos e alguma ansiedade crescente à medida que se aproxima a hora do jogo (...) Tudo, simplesmente, por amor a Portugal” (A Bola, Pimpim & Travassos, 2024, 19 junho: 8).*

Surge o discurso que reside à volta da popularidade de Cristiano Ronaldo e que mostra que o jogador é o, ou um dos motivos, pelo qual muitos adeptos torcem pela Seleção: *“Vestem camisolas de Portugal, gritam por Portugal, mas não falam o idioma nem são portugueses. (...) são, acima de tudo, adeptos de Cristiano Ronaldo, embora tenham vibrado tanto com o golo de Francisco Conceição como se tivesse sido o ídolo cujo nome trazem às costas a marcar (...) Poucos sabiam a letra, alguns apenas murmuravam qualquer coisa, mas quando o foco incidiu no madeirense a praça entrou em delírio, uma Ronaldomania que resiste no tempo e está muito para lá da tradicional forma de ver um jogo de futebol. (...) Cristiano Ronaldo FC é a paixão deles e a Seleção Nacional uma espécie de segundo clube. Têm simpatia, mas a paixão é outra” (A Bola, Urbano, 2024, 19 junho: 11); “Entre todos os grandes talentos deste Campeonato da Europa, o português é o que se aproxima mais da perfeição de Deus. Idolatrado, até mesmo pelos adeptos das seleções adversárias, amado pelo povo universal do futebol (...) Há também uma visão do homem superlativa e do atleta da transcendência que o torna especial e diferente de todos os outros” (A Bola, Serpa, 2024, 22 junho: 31).*

Passados três dias da primeira vitória neste Europeu, Portugal defronta a Turquia para o segundo jogo da fase de grupos da competição. Na antevisão do jogo, O Jogo realça o elevado número de adeptos turcos que vão estar presentes nas bancadas (sendo evidente logo no título da capa, *“Por uma imensa minoria” – Anexo E)* transmitindo a ideia de que a Turquia joga em casa, prevendo-se um ambiente bastante hostil para as cores portuguesas: *“Depois da reviravolta contra a Chéquia, na primeira jornada, a equipa das Quinas defronta a Turquia no imponente Signal Iduna Park (...) com cerca de 40 mil a puxarem pelo adversário luso.” (O*

Jogo, Sebe, 2024, 22 junho: 2); “Do lado luso, estarão cerca de 12 mil vozes a gritar pela seleção, que tentarão minimizar a enchente turca” (O Jogo, Sebe, 2024, 22 junho: 5).

No entanto, face a Portugal ter uma das melhores gerações de sempre, este mesmo aspeto é relativizado, mostrando que Portugal pode superar este adversário por força da sua qualidade: *“não há um único jogador que não esteja habituado a enfrentar ambientes hostis e até a crescer com eles. O 12º jogador é importante, mas a verdade é que normalmente só joga o que a equipa adversária deixa. Cabe, então, a Portugal não deixar o 12º jogador turco entrar na partida, o que se consegue dominando os outros onze no relvado, jogando melhor, marcando mais golos, sofrendo menos. Qualidade para dar uma alegria aos 12 mil portugueses que vão estar nas bancadas e aos 10 milhões que torcerão por fora” (O Jogo, Maia, 2024, 22 junho: 32)*

Por forma a mostrar que Portugal tem argumentos para superar o opositor e qualificar-se para a próxima fase, são recordadas algumas estatísticas como o histórico de confrontos diretos com a Turquia: *“Ora, perante aquele que se adivinha como maior desafio para Portugal, o grupo liderado por Roberto Martinez terá de igualar o fervor turco com a paixão que o técnico espanhol lhe reconhece. Galvanizado pelo triunfo suado do jogo anterior (...) a Seleção pode olhar com alento para este encontro a julgar pelo histórico de embates: seis triunfos lusos em outros tantos jogos oficiais, três deles em campeonatos da Europa (1-0 em 1996, 2-0 em 2000 e 2-0 em 2008) (O Jogo, Sebe, 2024, 22 junho: 2-3).*

São também evocadas memórias coletivas do povo, neste caso relativo a outras campanhas da Seleção portuguesa em competições internacionais, destacando-se o Euro’2016, mas também o Mundial de juniores em 1989, o primeiro “título mundial de Portugal em 100 anos de futebol”: *“A glória pode ser um calafrio, um arrepio na espinha como aquele que se dá de cada vez que se vê Éder a preparar-se para chutar à baliza de Lloris – aí associado, obviamente, a um troféu. (...) O golo de Éder causará sempre emoções e até os empates da fase de grupos ficaram na História coletiva do país (...) O que quero dizer é que Portugal, já campeão europeu, pode fazer melhor, pode ser glorioso melhor. Como? Aliando sentimentos de 1984 e 2000 à conquista de 2016” (A Bola, Ferreira, 2024, 22 junho: 15).*

Destacar este artigo no jornal A Bola que também chama a atenção à importância do futebol no nosso país, e ao consequente desinteresse por outras modalidades, e respetivos feitos: *“Camila Rebelo, 21 anos de idade, foi campeã europeia dos 200 metros costas, em Belgrado. Foi o melhor resultado de sempre de uma nadadora portuguesa, um feito admirável da nataçao e do desporto nacional. Uma proeza de que passou praticamente despercebida do grande público, porque o Campeonato da Europa de futebol seca, em seu redor, toda a atenção do povo. Dirão os mais apressados na análise que, mais uma vez, a culpa é do futebol. Mas não*

é. A culpa é mesmo da cultura desportiva do povo português” (A Bola, Serpa, 2024, 22 junho: 31).

Portugal vence a Turquia, carimbando a passagem para os oitavos de final da prova, e tanto o *Record* como *A Bola* dão bastante importância a este feito, já que nas respetivas manchetes verificamos os títulos *“Portugranda”* e *“Isto é Portugal”* (Anexo F e G). Os jornais destacam o imenso apoio português à sua Seleção, transmitindo um espírito de coletividade e união que também é reforçado pela inclusão de símbolos no discurso, como é o caso da referência à música da banda portuguesa *Xutos & Pontapés*: *“Já está! Dois jogos, duas vitórias e eis Portugal a garantir em Dortmund a qualificação para os oitavos do Euro-2024 (...) Mas as boas notícias não se ficam por aqui. Depois da exibição tremida no jogo de estreia, eis a equipa de todos nós em todo o seu esplendor, a mostrar-se solta, eficaz, segura e com personalidade (...) Eram mais os turcos? Os turcos há muito que tinham sido abafados por Portugal em campo, mas também nas bancadas, onde a proporção 4 para 1 deixou de se sentir a partir do 2-0. Os ensurdecedores adeptos da terra de Ataturk perderam o fôlego e aí foi vez de a alma lusitana se fazer ouvir até ao final (A Bola, Pimpim, 2024, 23 junho: 4); “A Turquia esteve longe desse mesmo fulgor. Tem argumentos, muito rastilho, mas apresentou pouco fogo. E com uma debilidade defensiva gritante. O segundo golo, numa falta de comunicação entre o guarda-redes Bayindir e o central Akaydin colocou em evidência essa mesma fragilidade” (A Bola, Pimpim, 2024, 23 junho: 7); “O jogo terminou com ‘A minha casinha’ dos Xutos & Pontapés cantada em alto e bom som e com vários cânticos de apoio a Portugal entoados durante largos minutos. Incrível! (...) a festa foi intensa, colorida... e coroada com um ansioso e expressivo triunfo português” (Record, Zeferino, 2024, 23 junho: 11)*

Deste modo, começa-se a antever o próximo jogo com a Geórgia, com a retórica de que esse jogo pouco tem interesse face ao valor do adversário, como também pelo facto de Portugal já ter garantido a qualificação para a próxima fase: *“Segue-se, agora, a Geórgia, num jogo que já nada decidirá.” (A Bola, Pimpim, 2024, 23 junho: 4); “Seja qual for o onze apresentado por Roberto Martínez, será sempre superior ao da Geórgia” (Record, Godinho, 2024, 23 junho: 2)*

Com o pensamento já nos oitavos de final, volta o discurso que indica Portugal ter todas as condições para revalidar o título, considerando-se que esta edição da competição pode sorrir para os portugueses: *“a qualidade da Seleção Nacional é inquestionável (...) que nos faz pensar que podemos, realmente, realizar um grande Europeu. (...) Enfim, o Europeu está a correr-nos de feição. Que assim continue!” (Record, Miranda, 2024, 23 junho: 2); “É um país inteiro, e uma fervorosa diáspora, que estão a sorrir. (...) Transparece para quem vive a Seleção que, desta vez, há mesmo uma equipa que consegue capitalizar o talento das individualidades (...)*

o maior elogio que se pode fazer é dizer que já ninguém se lembra dos cânticos do Euro '2016. Desta vez, muito importa, muito importa o facto de Portugal jogar bem” (Record, Pinto, 2024, 23 junho: 4).

A importância que Cristiano Ronaldo representa para o país, particularmente fora de campo, é realçada pelas edições do jornal *A Bola* que noticiam a história de uma família que veio *“Da Palestina por amor a Ronaldo e Portugal”*: *“Noor, Chulud e Rana são três irmãs que decidiram pegar nos respetivos filhos e filhas (oito, no total) e passar o dia junto ao portão do hotel onde a Seleção se encontra a estagiar (...) Uma decisão com base em somente duas palavras que não se cansam de repetir: Cristiano Ronaldo (...) Portanto, tínhamos mesmo de vir. E eu e as minhas irmãs também somos fãs dele. Viva Portugal!”*; *“Estão felizes, os olhos brilham só de pensar que podem ter um vislumbre do seu ídolo (...) Foi a loucura! «Vi o Ronaldo! Vi o Ronaldo!», grita o pequeno Amir, quase de lágrimas nos olhos. «Tão bom vê-los assim, felizes. Longe do conflito (...) Dina, de 19 anos, deixa os seus desejos: «Paz na Palestina e Portugal campeão europeu!»* (A Bola, Pimpim & Mendes, 2024, 23 junho: 8)

Mas também exemplificando com a história de uma *“menina que se emocionou com Ronaldo e nos emocionou”* (título na capa A bola, 24 junho: *“Herói das Crianças”*): *“Chamase Diana Graça, tem oito anos e as imagens da reação dela ao perceber que estava com CR7 mesmo ao lado e depois ao tocar-lhe provocaram emoções tão fortes que ultrapassaram fronteiras. «Gosto muito do Ronaldo. Ele é muito bom e é de Portugal»”* (Santos, 2024, 24 junho: 4).

Ainda dentro da edição do jornal *A Bola* de 24 junho, identificam-se várias citações que evocam diretamente a coletividade, sentimento de pertença e a identidade portuguesa: *“Há exatos três meses, escrevi aqui que ainda sentia falta dessa embriaguez coletiva em torno da equipa, mas o que veio da Alemanha foi, desde o campo, à cor e ao som de algo a celebrar-se. Ser português não me define, ou melhor, é uma noção demasiado estreita para aquilo que sou. Mas está claro que partilho convosco, compatriotas, uma série de manias, características, gostos ou afeições, para além, claro está, desta versão da língua portuguesa em que comunicamos. O que se tem em comum raramente se manifesta entre nós, embora saíamos todos à rua nos Santos, para logo a seguir dizer que o São João é melhor que o Santo António ou vice-versa e meter o São Pedro ao barulho. Isso, claro está, é também muito nosso. Mas afasta-nos.”* (A Bola, Ferreira, 2024, 24 junho: 13); *“Pela sua dimensão, a Seleção de futebol é, portanto, uma raridade, capaz de aproximar indivíduos desavindos em tantas outras coisas. Fá-lo quando vence da maneira que venceu a Turquia. Ouviu-se um cântico português em Dortmund - «Sou, de Portugal eu sou, a todo o lado eu vou, só para te ver ganhar...» (...) Nós,*

portugueses, somos de todos estes lados e estamos representados numa Seleção que, de acordo com o que cantamos, seguiremos a apoiar independentemente das raízes de quem está em campo.” (A Bola, Ferreira, 2024, 24 junho: 13); *“«Este carro tem 37 anos, 300 mil quilómetros, mas isto é um relógio», conta, orgulhosamente (...) «Aqui não há nada que não esteja pintado com as cores de Portugal. É tudo Portugal. Até o motor. Só o óleo é que é preto (...) o carro mais português da Alemanha (...) «Vivo na Alemanha há 40 anos e transporto Portugal no coração. Eles transportam a nossa camisola e eu no dia a dia há mais de 20 anos neste carro. O meu sonho era que parte deles, com as suas assinaturas, andassem comigo daqui para a frente»”* (A Bola, Pimpim & Mendes, 2024, 24 junho: 32).

A 26 de junho, Portugal perdeu 2-0 contra a Geórgia, naquele que foi o último jogo da fase de grupos do Euro’24. Os jornais deram natural destaque, evidenciando-se esse aspeto nas respetivas capas *“Pelo menos ninguém se aleijou”* e *“António não é santo”*(Anexo I e J). Embora surjam críticas relativamente à performance da equipa, ambos os jornais relativizam a derrota, desvalorizando-a, já que Portugal já estava apurado e fez muitas mudanças no seu onze inicial: *“mas nada saiu bem neste jogo. (...) Nada de grave, até porque valores mais altos se levantam. Martinez optou por poupar os jogadores para os jogos e eliminar e se superar a Eslovénia, como todos acreditamos, ninguém lhe vai levar a mal”* (A Bola, Carmo, 2024, 27 junho: 3); *“Roberto Martinez, num jogo que serviu mais para avaliar soluções e dar ritmo competitivo a peças menos utilizadas nos dois primeiros jogos, aproveitou para testar uma nova versão do onze. Em relação à Turquia, jogo que voltou a encher a alma lusitana, trocou quase tudo. Mudou 8(!)”* (A Bola, Mendes, 2024, 27 junho: 4); *“Não há derrotas boas, mas há umas menos dolorosas do que outras. Foi o caso da derrota ontem por Portugal, diante da estreante Geórgia, numa partida em que quase nada estava em jogo para as cores nacionais (...) Se tinha mesmo de acontecer, então ainda bem que foi agora”* (Record, Krithinas, 2024, 27 junho: 4)

Além do mais, são apontados vários erros de arbitragem que, na opinião da imprensa, ajudam a explicar a derrota portuguesa: *“Trabalho do árbitro não foi feliz e é possível que tenha impacto na sua (não continuidade) na prova (...) Durou quase quatro segundos o puxar de camisola de Lochoshvili a Cristiano Ronaldo, tendo a ação causa/efeito mais do que suficiente para ser punida com penálti. Erro de toda a equipa de arbitragem em lance muito evidente”* (A Bola, Gomes, 2024, 27 junho: 9).

Para terminar a exposição de dados resultantes na Fase de grupos, os jornais destacam também a presença e festa dos adeptos portugueses antes do jogo frente à Geórgia, que uma vez mais, engloba elementos identitários no seu discurso: *“A festa e os portugueses parecem*

inseparáveis neste Campeonato da Europa e, ontem, os termómetros ajudaram os festejos. Desde bem cedo que os adeptos da equipa das quinas se foram juntando na fan zone criada pelo Portugal+ (...) Por lá, os cânticos e a cerveja foram fazendo as delícias(...) Durante o percurso, o tambor, as palmas e a famosa música ‘De Portugal eu sou’ (...)Dentro do estádio, a festa continuou e só mudou o local. O jogo nem ajudou, mas ao longo dos 90 minutos a falange mais aficionada não parou de cantar. No final, apesar da derrota, os jogadores foram aplaudidos pelos cerca de 15 mil portugueses” (Record, Zeferino, 2024, 27 junho: 11)

“Uma marcha portuguesa gigante a invadir as ruas (...) pintadas com as cores de Portugal, com milhares de adeptos (...) formada num pequeno Portugal em clima de festa, euforia, poucas horas antes de arrancar a partida. Música popular, uma delas bem conhecida (...) mas adaptada a... Ronaldo. O camisola 7 foi, de resto, como quase sempre aliás, o nome mais lido em todas as camisolas por onde passamos. Pessoas oriundas de todos os cantos do mundo(...) Uma paixão que ultrapassa fronteiras, um mediatismo que vem subindo de tom” (A Bola, Pimpim e Mendes, 2024, 27 junho: 7)

3.3. Oitavos de final

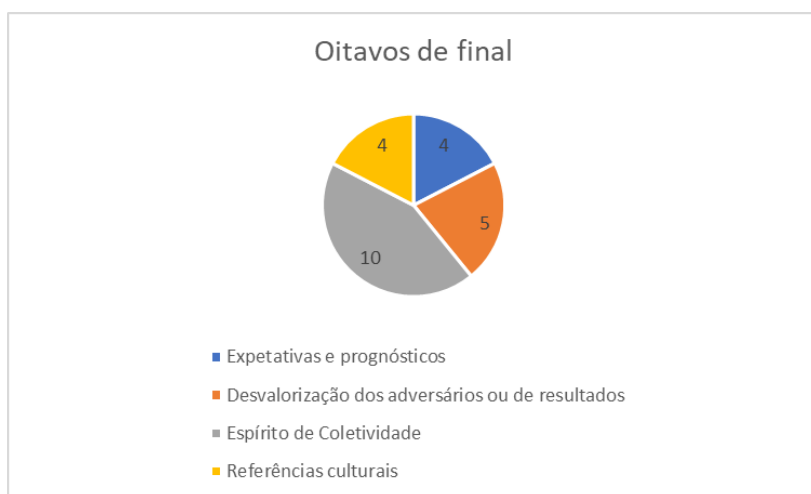


Gráfico 3.3. Representação gráfica do número de notícias em que as categorias da análise estão incluídas durante os Oitavos de Final do Europeu '24. Elaboração própria

Nesta fase da competição, e atendendo ao gráfico 3, observa-se que a maioria das notícias reforça a coletividade e o sentimento de Nação, seguido de notícias que remetem para o próximo adversário da Seleção, deixando avisos para a fase em que Portugal está agora, não havendo margem para erros, como se pode observar nas seguintes citações e na manchete do jornal Record *“Alerta Portugal”* (Anexo K): *“Agora acabaram-se as borlas. Portugal não pode perder mais nenhum jogo se quiser chegar à final de Berlim e ter a oportunidade de reconquistar o Campeonato da Europa (...)os jogadores fizeram questão de passar mensagem*

de que, neste jogo, querem dar uma valente resposta à nação portuguesa de modo a continuarem a alimentar o sonho de se tornarem imortais. Agora resta fazê-lo” (Record, Zeferino & Ferreira, 2024, 1 julho: 3); “Pela frente estará uma Eslovénia que ocupa o 57º lugar do ranking FIFA (Portugal é 6º) e que ultrapassou pela primeira vez a fase de grupos. É um conto de fadas, embora os seus jogadores tenham noção das diferenças (...) quer do ponto de vista histórico quer da diferença de armas, um mata-mata onde Portugal tem mais a perder do que a ganhar.” (A Bola, Urbano, 2024, 1 julho: 2); “e que hoje, frente à Eslovénia, a história seja escrita mais na base épica camoniana (de 2016) do que da tragédia grega (de 2004) (...) recuperando o Maio de 1968, «sejamos realistas, exijamos o (que não é) impossível»” (A Bola, Delgado, 2024, 1 julho: 30)

O apoio à Seleção é reforçado tendo Cristiano Ronaldo de novo à cabeça, uma vez mais pela sua influência e estatuto fora de campo: *“A Seleção Nacional tem sido levada ao colo para qualquer lado que vá. (...) De portugueses, a turcos, passando por alguns alemães que confessam uma paixão por Cristiano Ronaldo (...) A apoteose chegou quando Cristiano Ronaldo foi visto a sair. Os gritos, as palmas e a euforia foi contagiante, em mais um momento de enorme comunhão” (Record, Zeferino, 2024, 1 julho: 6); “quando os adeptos se referem à Seleção, o nome é intocável, o que me leva a crer que começa a criar-se um fosso entre a razão e a emoção, entre a frieza analítica e a paixão pelo ícone (mais até que o futebolista) (...) em cada 10 gritos nove eram dirigidos a Cristiano e um para Portugal (...) Tem sido sempre assim em todas as fases finais e os colegas parecem já nem ligar” (A Bola, Urbano, 2024, 1 julho: 2); “Carolina é a menina ao colo de Ronaldo na imagem de 2006. Em 2024, sonhou por voltar a estar com CR7 (...) Carolina tinha apenas um ano naquele dia de 2006 quando Ronaldo a pegou ao colo. «Não me lembro, claro, mas a minha mãe conta muitas histórias dessa passagem da Seleção aqui por Marienfeld há 18 anos (...) Queria muito repetir aquela foto (...) Foi pena. Mas sabemos que não foi culpa da Seleção.; claro que continuo a amar a Seleção, que mostra ao mundo o que valem como portugueses»” (A Bola, Pimpim & Mendes, 2024, 1 julho: 5).*

Portugal venceu a Eslovénia nas grandes penalidades, tendo-se qualificado para os quartos de final da prova, feito esse evidenciado nas capas dos diários desportivos destacando principalmente a exibição do guarda-redes português, Diogo Costa (*“As mãos de Portugal”* e *“Herói do Ar”*, anexo L e M, respetivamente). A vitória portuguesa gerou um misto de sentimentos, por um lado, observa-se a euforia com o apuramento para a próxima fase do Campeonato da Europa:

“as circunstâncias fizeram-na evoluir para uma epopeia histórica, que meteu heróis e vilões, e deixou todo um país à beira de um ataque de nervos. Portugal atingiu os quartos de final do Europeu, como se esperava, ou o adversário não fosse a Eslovénia (...) No fim, de cabelos em pé e o coração nas mãos, a Seleção Nacional descobriu um salvador, um monstro das balizas (...) Todas as críticas, as desavenças, os insultos, as incompreensões, os erros apontados ao selecionador terminaram num abraço coletivo que colocou tudo no lugar. A felicidade do povo e a esperança renascida de que o título, afinal, continua a ser possível” (Record, Dias, 2024, 2 julho: 4); *“Houve de tudo um pouco, desde gritos até lágrimas, os portugueses festejaram em grande a ida da Seleção aos ‘quartos’ do Euro’2024. A festa portuguesa até começou bastantes horas antes do pontapé de saída (...) À boa maneira lusitana, houve um arraial com muita música, cerveja e só faltou a bifana (...) até houve quem se juntasse à famosa dança do ‘apita o comboio’”* (Record, Zeferino, 2024, 2 julho: 11); *“mais de três mil pessoas, que cantam Portugal eu Sou até lhe doerem as gargantas (...) É uma típica festa portuguesa, ainda que adaptada aos comes e bebes locais (...) «Isto é tudo nosso», grita-se em bom português”* (A Bola, Urbano, 2024, 2 julho: 7).

Por outro lado, são evidentes críticas à equipa, mas mais concretamente a Roberto Martinez, que se demonstrou incapaz de arranjar soluções superar um adversário considerado mais fraco: *“Uma montanha russa de emoções precisamente no lado onde estava o grosso dos adeptos portugueses, que podem agora celebrar nas ruas, nas praças, nos bares e nas casas, mas que quando passar a euforia terão legitimidade para questionar o porquê de Portugal jogar tão pouco a ponto de precisar ir a penáltis para resolver uma eliminatória frente à 57ª seleção do ranking FIFA, que apesar de boa organização defensiva está longe de ser intransponível (...) A previsibilidade de jogo pode não resultar frente à França, Que se festeje, mas que se reflita...”* (A Bola, Urbano, 2024, 2 julho: 4)

Cristiano Ronaldo também está debaixo de foco, pelo que depois de ter falhado um penálti no último jogo, renasce uma certa contestação à volta do jogador. Surge mesmo a opinião de que:

“desta vez atingiu-se um novo nível de embaraço patriótico (...) Ao longo deste percurso deprimente, têm tentado iludir-nos banhos de estatísticas e recordes para explicar tudo menos o essencial: que esta seleção continua a ter um problema chamado Cristiano Ronaldo (...) A eliminação começava a ser escrita e, quem sabe, a possibilidade de um país se libertar desta relação tóxica (...) Encontrou uma forma de virar uma noite desastrosa a seu favor e tornar tudo sobre ele, mais uma vez, porque, veja-se bem, marcou o primeiro penálti” (A Bola, Mendonça, 2024, 2 julho: 30)

Por outro lado, há quem considere que as críticas são exageradas e recordando a sua importância para o país, quer a nível desportivo, quer a nível de reconhecimento do país:

“Cristiano Ronaldo recolheu aprovação unânime, apesar da rapaziada do costume o fazer tão contrariada que, mal se perdeu com a Geórgia, meteu o nariz de fora para repetir a ladainha que tanto a encanta (...) Eles bem diziam que ele estava acabado! Nada mais lhes interessa (...) Cristiano é o alvo, a raiva é o êxito que representa, a inveja manda na gente pequenina. (...) Já desce a montanha, é verdade, mas a Seleção tem de seguir, como na canção de Fausto, ‘por este rio acima’. Até à final” (Record, Pais, 2024, 2 julho: 2); *“Ronaldo elevou o futebol português e, consequentemente os seus jogadores, para patamares que mais nenhum futebolista da História conseguiu.”* (A Bola, Ferreira, 2 julho: 21); *“As luzes do mediatismo da Seleção na Alemanha estão todas focadas em Ronaldo. Não há volta a dar (...) não só em termos desportivos, mas de toda a envolvência social que CR7 carrega nas costas há duas décadas. É ele quem atrai as multidões, quem é responsabilizado por tudo, o rosto de uma nação”* (A Bola, Mendes, 2024, 2 julho: 11)

Assim, o duelo dos Quartos de final contra a França começa a ser antevisto, com a recordação da conquista do Euro’2016 em solo francês: *“Agora, sexta-feira segue-se mais uma final, frente à França (...) E por falar em final, não há quem não saiba onde estava a 10 de julho de 2016, dia da final do Euro-2016 entre a Seleção Nacional e a... França (...) Venha de lá mais um ajuste de contas!”* (A Bola, Santos, 2024, 2 julho: 3); *“Em cada rua deste país, os bravos lusitanos prometem aos franceses uma noite de sofrimento na próxima sexta-feira”* (A Bola, Mendonça, 2024, 2 julho: 30)

Esta fase termina a dar conta de um artigo que, a menos de um mês para o início dos Jogos Olímpicos, questiona a cultura desportiva portuguesa refletindo sobre a falta de capacidade que outros desportos têm em mobilizar o país da mesma forma que o futebol faz: *“Portugal está mobilizado de norte a sul em torno da Seleção Nacional de Futebol (...) As manifestações de apoio popular à Seleção Nacional, expresso também no reforço da mensagem mediática entusiasta, de camisola vestida, têm cimentado a expressão da cultura futebolística dos portugueses (...) e um bom desafio que se coloca aos portugueses é manterem viva esta onda otimista à volta da representação nacional, quando o mundo vive em convulsão, abalado pelas mais variadas crises- Ter Portugal junto dos seus atletas, que dão o melhor de si (...) pode significar o momento para a disrupção cultural que o desporto nacional precisa, onde a procura da Excelência, seja em que campo for, merece a admiração e o respeito de todos* (Record, Varela, 2024, 2 julho: 39)

3.4. Quartos de final

Nesta fase do Euro'24, e conforme o gráfico 4, observa-se que a maioria das notícias reforçam o espírito de união português, seguido de discursos que desvalorizam a seleção francesa.

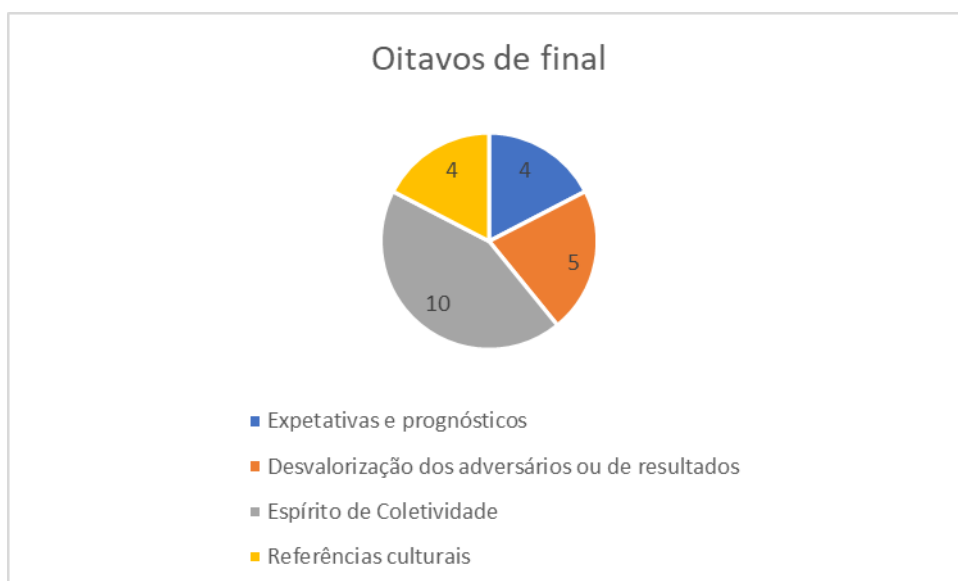


Gráfico 3.4. Representação gráfica do número de notícias em que as categorias da análise estão incluídas durante os Quartos de Final do Europeu '24. Elaboração própria

Deste modo, os jornais fazem a antevisão do jogo, sendo que *A Bola* destaca no título da respetiva capa que este jogo é “*A Primeira Final*” (anexo N). Ao longo dos jornais são apresentados elementos no discurso que reforçam a identidade portuguesa,

“Fui um dos portugueses com o privilégio de assistir ao vivo ao jogo mais importante da história do nosso futebol (...) tudo parecia estar contra a nossa Seleção. Jogava no terreno do adversário (...) Cristiano lesionou-se, e isso foi a confirmação implícita dos maus augúrios (...) Entre o momento em que o grande capitão saiu lesionado, e o golo de Éder, todos nós vivemos numa espécie de anestesia” (Record, Rodrigues, 2024, 5 julho: 2); *“Éder recebeu a bola (...) soltou o disparo das nossas vidas, batendo Lloris e provocando a maior explosão de alegria num País, no que respeita a alegrias com o futebol. Na linha lateral, agarrado ao selecionador nacional Fernando Santos, Cristiano Ronaldo (...) representava toda a alma lusitana, a ansiedade de todos, naqueles minutos que pareceram uma eternidade. Até à felicidade total. Toda a gente se lembra, de algum modo, onde estava nesse dia, com quem estava, o que pensou, o que disse, o que comeu e bebeu.”* (*A Bola*, Pimpim, 2024, 5 julho: 3)

Além do mais, a através do recurso a simbolismos, identifica-se no discurso a crença que Portugal tem capacidade para se superiorizar à França: *“O guarda-redes de Portugal vai ser olhado como um Adamastor intransponível por qualquer adversário”* (Record, Rodrigues,

2024, 5 julho: 2); *“Eu, como a enorme maioria dos portugueses, estou ao lado da nossa Seleção(...)Resta um minúsculo punhado de aziados e de gente mal com a vida (...)Para hoje há uma diferença essencial. Vamos jogar pela primeira vez sem pressão. Aos olhos do mundo a França é mais forte (...)Os gauleses não vão jogar fechados, vão-se soltar, têm individualidades fenomenais, porém, também não estão a jogar nada (...)Não partimos derrotados, continuamos a poder sonhar”* (Record, Calafate, 2024, 5 julho: 7); *“Aconteça o que acontecer, teremos sempre 2016. Mas também queremos ter 2024. Vamos a eles!”* (Record, Pinto, 2024, 5 julho: 32)

Aborda-se novamente o peso que o futebol tem na formação da identidade portuguesa, neste caso, através de uma reportagem realizada pelo jornal *Abola* sobre a primeira pastelaria portuguesa em Hamburgo, ‘Transmontana’, mas também evidenciado na festa que decorreu antes do jogo: *“«As pessoas antigas faleceram, e já ninguém puxa muito pela nossa cultura (...) A visita da Seleção é uma boa oportunidade para despertar o sentimento português (...) A Seleção pára o país. Acho muito bonito, incrível. (...)Nestas alturas é que se vê mesmo o carinho que temos pelo nosso país»”* (*A Bola*, Travassos, 2024, 5 julho, p.7); *“Os adeptos portugueses juntaram-se no famoso bairro português da cidade – Portugiesenviertel – e por lá fizeram uma festa improvisada.”* (Record, Zeferino, 2024, 6 julho: 9); *“Pela hora de almoço já as esplanadas estavam cheias (...) que obrigou a resguardar o equipamento de som que cedo começou a percorrer o repertório de maiores sucessos da música tradicional portuguesa (...) Apaixonados, avançaram os adeptos portugueses para o desconhecido, cientes do seu orgulho”* (*A Bola*, Travassos, 2024, 6 julho: 8)

O aval está assim dado, com Cristiano Ronaldo como destaque, pelo que tanto *A bola* como o *Record*, noticiam novamente o capitão da Seleção, com a alusão aquilo que representa: *“CR7, que nas redes sociais deixou uma mensagem: “Fomos, somos e seremos sempre todos nós. Acredita Portugal!”* (Record, Zeferino e Ferreira, 2024, 5 julho: 3); *“que cobriu este país de alegrias desportivas, que projeta a exemplaridade de uma invulgar ética do trabalho, que se transformou num dos poucos símbolos planetários de Portugal”* (Record, Dâmaso, 2024, 5 julho: 8); *“Há pouco tempo (...) escrever duas frases menos agregadoras e elogiosas sobre Cristiano Ronaldo era atitude considerada de lesa-Pátria, com direito a ofensas nas redes sociais (...) Se alguém saía da norma era antiportuguês, mal-agradecido, invejoso (...) A força dos e das Ronaldettes impôs a sua ordem na opinião pública (...)Cristiano Ronaldo faz anos, como todos nós. (...) Continua a ser uma estrela mundial e portuguesa (entre o chamado povo), a real força motriz da popularidade da nossa Seleção”* (*A Bola*, Pereira, 2024, 5 julho: 13)

Portugal perdeu nos penáltis com a França (0-0), tendo sido eliminado da prova. Esta

derrota foi considerada extremamente injusta pela imprensa desportiva portuguesa: *“Portugal caiu de pé. No melhor jogo neste Campeonato da Europa, a Seleção Nacional, que nunca foi inferior à França, foi eliminada no desempate por penáltis (...) Uma França, diga-se, que não convence ninguém. “(A Bola, Carmo, 2024, 6 julho: 3); “Portugal disse adeus ao Euro ’24 com uma exibição afirmativa e uma demonstração de poder, expressando níveis que nunca atingiu na competição e que, em boa verdade, deviam ter sido suficientes para bater a favorita França (...) O tempo das vitórias morais já lá vai. Ontem Portugal perdeu. Aceitemo-lo, reconhecendo apenas que há derrotas injustas. Muito injustas”* (Record, Dias, 2024, 6 julho: 2).

Embora a derrota, o orgulho na exibição portuguesa ficou bastante patente, ficando demonstrado, uma vez mais, o espírito de união que se gera em torno da Seleção: *“Muito orgulho nesta rapaziada e na forma como projetaram tão alto a nossa enorme alma lusitana. Obrigado!”* (A Bola, Gomes, 2024, 6 julho: 9); *“Agora que acabou o Euro-2024 para Portugal (...) cabe-me dizer isto: há muito, muito tempo que não via tanto espírito de adepto. É preciso manter o cântico, é preciso manter o cortejo (...) Chamem-me de romântico, mas até acho que se está a construir qualquer coisa. É preciso ter coragem para ver para lá de um penálti, ou da maior figura da nossa história. Há de haver um dia em que Portugal joga como em 2000 e vence como em 2016”* (A Bola, Ferreira, 2024, 6 julho: 15)

3.5. Após eliminação do Euro’24

A eliminação portuguesa da prova, *“marca o regresso à normalidade mediática e futebolística. Jogada a final do Europeu, a atenção vira-se para a atividade dos clubes”* (A Bola, 15 julho: 10), pelo que se admite que o Euro’24 já não tem muito interesse: *“Claro que aqui ou ali ainda encontramos pessoas interessadas no desfecho do torneio (...), mas a maior parte já desligou”* (A Bola, Travassos, 2024, 10 julho: 9).

Faz-se assim um último rescaldo da eliminação frente à França, deixando-se muitas responsabilidades ao selecionador português, Roberto Martinez, retomando-se a ideia de que a eliminação foi injusta: *“O dia 10 de julho de 2016 perdura bem vivo na memória de todo o povo português, que festejou de forma efusiva o golo solitário de Éder (...) Havia uma enorme expectativa de que a Seleção Nacional pudesse repetir o feito este ano na Alemanha, mas quis o destino que fosse a mesma França a eliminar Portugal “(A Bola, Travassos & Filipe, 2024, 10 de julho: 3); “O arqui-inimigo do futebol português, que é a França (...) parece-me opinião consensual – no jogo em que a nossa seleção mais jogou, mais perto esteve de todo o seu imenso potencial. Não acho que seja uma desonra sair nos quartos de final, com a França, e nos penáltis”* (A Bola, Travassos, 2024, 10 julho: 8); *“No rescaldo final, a equipa de todas as*

esperanças registou duas vitórias, dois empates e uma derrota. ‘Um trabalho notável’ e ‘um exemplo para o país’, na classificação do primeiro-ministro, Luís Montenegro (...) Sim, é verdade que contra a França fomos a menos má das duas equipas (...) o que serviu para sairmos do Euro com uma daquelas vitórias morais que há muito julgávamos que tinham deixado de nos consolar (...) Todos vimos como Roberto Martinez desperdiçou o talento que levava na bagagem por falta de ousadia e de autoridade e como fez da suposta ‘equipa de todos nós’ a equipa de apenas alguns (...) Escrevendo antes do França-Espanha, rezo a todos os deuses do futebol para que a Espanha leve de vencida a arrogância de Deschamps” (Record, Tavares, 2024, 10 julho: 2).

Para terminar a exposição dos resultados da amostra, dar nota do discurso que reside à volta de Cristiano Ronaldo nestes últimos jornais, e que, conforme as evidências anteriores, é retratado como um embaixador do país: *“Cristiano Ronaldo é um embaixador universal de Portugal. Isso é um dado assente, incontornável e muito merecido. (...) o que é certo é que figuras que se destacam no mundo do desporto, com o grau de projeção do Cristiano (...) dá um contributo importante para um maior reconhecimento de Portugal” (A Bola, Travassos, 2024, 10 julho: 8-9); “Peço desculpa ao Ronaldo, em meu nome, gostava de o fazer em nome do país (...) aflige o destrato que por aqui vê (...) nas tentativas de assassinato da carreira do jogador português que, simultaneamente define o futebol e representa o país, que se goste ou se odeie (...) relembra aquilo que às suas costas a FPF e o futebol português conseguiram, desportiva e financeiramente, nos últimos quase 20 anos (...) Estes feitos de um português apenas nos podem servir de orgulho e não só destacam a sua longevidade, consistência, como também a sua capacidade de se superar (...) Há pessoas que sabem o que CR7 faz pela imagem do país, particularmente os que viajam para os confins do mundo e onde de Portugal só conhecem o nome do herói e pouco mais” (Record, Henrique, 2024, 10 julho: 9).*

Termina assim o Campeonato da Europa ‘2024 com a vitória da Seleção espanhola, pelo que ambos dão destaque a esse feito. A Bola faz uma manchete com o título *“Reis da Europa”*, enquanto o Record não dá a mesma importância, destacando a vitória espanhola com o título *“Ganharam os melhores”*.

4. Análise e Discussão de resultados

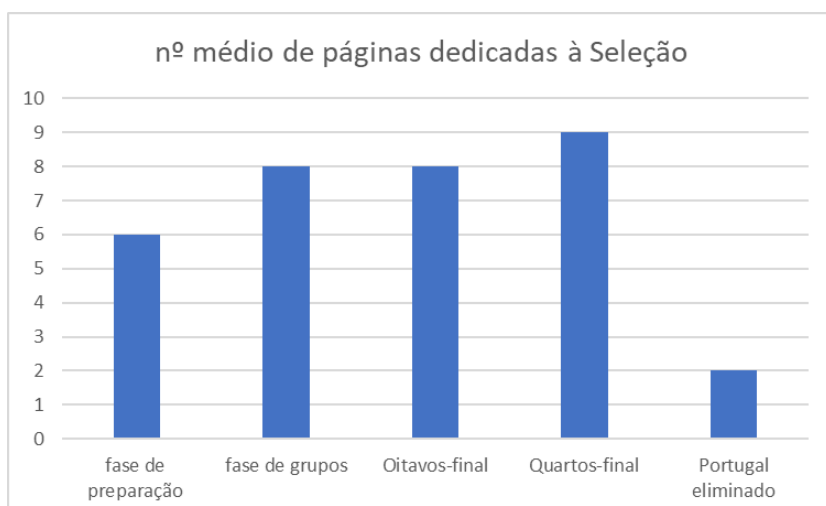


Gráfico 4.1. Número médio de páginas dedicadas à Seleção no grupo de jornais que representam cada uma das fases. Elaboração própria.

Os resultados da amostra claramente apontam para um aumento do volume de informação acerca da Seleção Nacional. De acordo com o gráfico.4.1, desde o início da competição, e especialmente desde o primeiro jogo da Seleção no Campeonato da Europa, o número médio de páginas por jornal aumentou, registando-se uma subida de 6 para 8, ao comparar a fase de preparação para a fase de grupos. Esta evolução deve-se não só ao facto de, durante a Fase de Preparação, ainda estar a decorrer o Campeonato Nacional português para onde o foco estava virado, mas também por se confirmar que as competições internacionais entre seleções, como é o Campeonato da Europa, gerarem níveis de interesse e de identidade nacional que os jogos amigáveis não conseguem. O aumento de interesse em torno da prestação portuguesa no Euro'2024, ficou evidente nas *“manifestações de apoio popular à Seleção Nacional, expresso também no reforço da mensagem mediática entusiasta, de camisola vestida, têm cimentado a expressão da cultura futebolística dos portugueses”*. (Record, Varela, 2 julho: 39)

Durante o período em que Portugal esteve em prova, este registo foi se mantendo constante. Contudo, quando a seleção é eliminada pela França nos Quartos de Final, verifica-se uma descida a pique, passando de 9 páginas para duas. Uma explicação para esta descida, é a falta de interesse que se gerou na competição, já que a cobertura jornalística se faz, em grande parte, devido à seleção portuguesa. Na seguinte citação, este aspeto fica por demais evidente: *“Claro que aqui ou ali ainda encontramos pessoas interessadas no desfecho do torneio (...), mas a maior parte já desligou”* (A Bola, Travassos, 10 julho: 9).

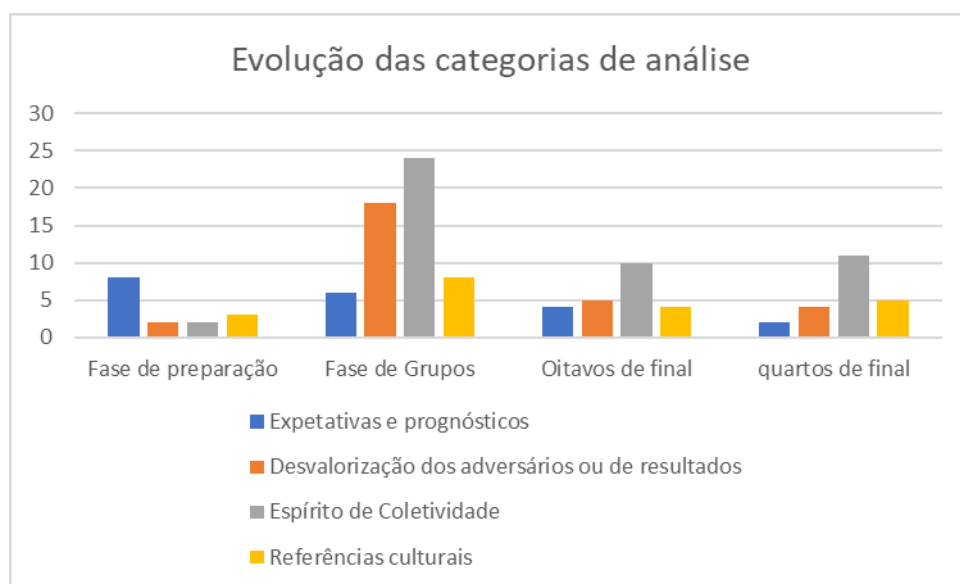


Gráfico 4.2. Evolução da representação das várias categorias de análise nos jornais, conforme a fase da competição. Elaboração própria.

No que diz respeito à representação das várias categorias de análise ao longo da amostra, de acordo com o gráfico 4.2. observa-se que, na Fase de preparação, os jornais estão mais focados na antevisão da prestação portuguesa na prova, dando pouco destaque aos outros indicadores. No entanto, com o início do Campeonato da Europa claramente se identifica uma alteração da agenda jornalística, já que as restantes categorias de análise registam uma subida, com destaque para “Espírito de Coletividade” que regista uma subida a pique, sendo a categoria mais representada em toda a prova. Esta evolução deve-se precisamente ao facto que as competições entre Seleções gerarem níveis mais altos de identificação, que são exploradas pelos jornais desportivos, com o intuito de mobilizar mais interesse em torno da prestação da Seleção, já que é a representação do povo português que está em jogo.

Ainda dentro deste tópico, ressaltar que o aumento de interesse na Seleção não se verifica apenas nos tópicos e variações do discurso, mas também no destaque que é dado nas respetivas capas, pelo que se observam várias manchetes sobre a Seleção a partir do momento em que a Seleção entrou em ação. Destacam-se as manchetes do O Jogo nos dias 15 e 22 de junho (anexos B e E), do Record nas datas de 18 e 23 de junho e 1 e 2 de julho (anexos D, G, K e M), e da A Bola nos dias 18 e 23 de junho (anexos C e F), especialmente porque todas elas englobam elementos identitários e que reforçam a coletividade em torno da Nação. A capa do Record no dia 2 julho (anexo M), após a vitória frente à Eslovénia, é um exemplo disso mesmo, já que, de um modo disfarçado, faz referência à representação do povo português no hino nacional (título da capa é “Herói do ar”, referência clara a “Heróis do Mar”).

Para além disso, também vários anúncios começam a ser incluídos (Anexos O, P, Q, R, S,

T e U), no período em que a Seleção dá o pontapé de saída na competição e que tem como objetivo de mobilizar o apoio do povo em torno da sua Seleção, com recurso a memórias coletivas, bem como de práticas discursivas que evocam e reforçam o sentimento de pertença.

Tendo em atenção os tópicos e variações no discurso, a estrutura polarizada de “Nós” vs. “Eles” de Van Dijk está presente de várias formas ao longo da amostra, o que permite compreender a perspetiva do jornalista, e consequentemente, a ideologia por detrás do discurso. Ao longo da amostra, identificam-se momentos onde os jornalistas adotam uma perspetiva parcial, de adepto, pelo que a análise de um jogo da Seleção se torna um exercício altamente ponderado, por forma a não misturar a razão com o sentimento, *“após o sofrimento que confesso sentir enquanto adepto e numa análise mais fria, acredito que podemos e devemos esperar mais de Portugal”*. (Record, Ribeiro, 19 junho: 11)

Dentro deste tópico, importa referir que uma das variações discursivas que se observa de forma recorrente é o uso de pronomes pessoais e de expressões que evocam diretamente a Nação enquanto uma comunidade imaginada (*“Nós, portugueses, somos de todos estes lados e estamos representados numa Seleção”* (A Bola, Ferreira, 24 junho: 13); *“Eu, como a enorme maioria dos portugueses, estou ao lado da nossa Seleção”* (Record, Calafate, 5 julho: 7); *“Seleção só há uma. A de todos nós”* (Record, Batista, 19 junho: 24). Neste contexto, a seleção nacional é tida, por conta das mais recentes conquistas, como uma representação fidedigna da *“nossa capacidade, identidade e unidade”* (Record, Montenegro, 19 junho: 7) e *“que mostra ao mundo o que valemos como portugueses.”* (A Bola, Pimpim e Mendes, 1 julho: 5).

Não só por isso a Seleção tem o impacto que tem, mas também porque é considerada *“uma raridade, capaz de aproximar indivíduos desavindos em tantas outras coisas.”* (A Bola, Ferreira, 24 junho: 13). Isto faz com que o apoio à Seleção seja generalizado em todo o país, pelo que *“todos os portugueses estarão de alma e coração com a nossa equipa, gostem ou não de desporto ou de futebol”* (Record, Roque, 18 junho: 39).

Através dos relatos feitos diretamente da Alemanha, observa-se o entusiasmo crescente em torno da equipa, *“essa onda verde e vermelha será crescente e cada vez mais visível”* (A Bola, Pimpim e Travassos, 18 junho: 3.), ficando evidente que os jornais são também eles um dos responsáveis pela grande mobilização de pessoas em torno da Seleção: *“há muito, muito tempo que não via tanto espírito de adepto. É preciso manter o cântico, é preciso manter o cortejo”* (A Bola, Ferreira, 6 julho: 15); *“Adeptos da seleção precisam-se. Já que não há bandeiras na janela, arranje-se uma música. A poucos dias de começar o Euro-2024, o entusiasmo com uma das melhores gerações de sempre de jogadores portugueses não parece estar em alta (...)Fica, então, o desafio: há meia dúzia de dias para encontrar as palavras e o som que façam os*

portugueses entusiasmar-se com esta Seleção." (A Bola, Pereira, 12 junho: 20); *"Há exatos três meses, escrevi aqui que ainda sentia falta dessa embriaguez coletiva em torno da equipa, mas o que veio da Alemanha foi, desde o campo, à cor e ao som de algo a celebrar-se. Ser português não me define, ou melhor, é uma noção demasiado estreita para aquilo que sou. Mas está claro que partilho convosco, compatriotas, uma série de manias, características, gostos ou afeições"* (A Bola, Ferreira, 24 junho: 13).

Assim, conseguimos perceber a capacidade de identificação que a Seleção gera, seja a um nível mais individual, *"Vivo na Alemanha há 40 anos e transporto Portugal no coração. Eles transportam a nossa camisola e eu no dia a dia há mais de 20 anos neste carro"* (A Bola, Pimpim e Mendes, 24 junho: 32), seja numa vertente mais coletiva de um todo, *"a onda lusitana agiganta-se, enche de cor as ruas, com cânticos alegres, muitos sorrisos e alguma ansiedade crescente (...) Tudo, simplesmente, por amor a Portugal"* (A Bola, Pimpim e Travassos, 19 junho: 8); *"A visita da Seleção é uma boa oportunidade para despertar o sentimento português (...) Nestas alturas é que se vê mesmo o carinho que temos pelo nosso país"* (A Bola, Travassos, 5 julho: 7)

Tanto de um ponto de vista individual como coletivo, o futebol é um meio de expressão de identidade nacional, o que ficou claro nos arraiais que antecederam os jogos e que foram momentos privilegiados para identificar práticas e costumes que reforçam o sentimento de pertença à Nação: *"À boa maneira lusitana, houve um arraial com muita música, cerveja e só faltou a bifana (...) até houve quem se juntasse à famosa dança do 'apita o comboio'"; "Uma marcha portuguesa gigante a invadir as ruas (...) pintadas com as cores de Portugal, com milhares de adeptos (...) formada num pequeno Portugal"* (Record, Zeferino, 2024, 2 julho: 11).

Muito embora o interesse em torno da Seleção seja irregular, *"dois em dois anos se liberta um orgulho escondido, mesmo que só dure um mês"*, fica evidenciado que, em Portugal, não existe nenhum desporto como o futebol capaz de evocar de forma tão eficaz a Nação. Este aspeto é evidente em ambas as citações que abordam a cultura desportiva portuguesa, identificando um desinteresse generalizado em torno de outras competições, *"um bom desafio que se coloca aos portugueses é manterem viva esta onda otimista à volta da representação nacional (...) pode significar o momento para a disrupção cultural que o desporto nacional precisa, onde a procura da Excelência, seja em que campo for, merece a admiração e o respeito de todos"* (Record, Varela, 2024, 2 julho: 39) ; *"Foi o melhor resultado de sempre de uma nadadora portuguesa, um feito admirável da natação e do desporto nacional. Uma proeza de que passou praticamente despercebida do grande público, porque o Campeonato da Europa*

de futebol seca, em seu redor, toda a atenção do povo. Dirão os mais apressados na análise que, mais uma vez, a culpa é do futebol. Mas não é. A culpa é mesmo da cultura desportiva do povo português. (A Bola, Serpa, 2024, 22 junho: 31).

Deste modo, assumindo que o futebol é um espaço rico em elementos identitários, os jornais desportivos portugueses são um meio privilegiado para difundir a identidade portuguesa, o que acontece desde a fase de preparação, mas é claramente intensificado a partir do início da competição. Como foi abordado, a Seleção não só é representada como a “Equipa de todos Nós”, mas também é uma representação ao mundo daquilo que é ser português.

No entanto, outras práticas do discurso que refletem ideologias podem ser identificadas. De acordo com a estratégia da Relevância de Van dijk, verifica-se que os jornais procuram passar o máximo de informação importante para “Nós”. Nestes exemplos, enaltece-se a capacidade de Portugal para ser campeão europeu novamente, *“a nossa Seleção tem todas as condições para cumprir o seu destino, repetir 2016 e sagrar-se campeã europeia (...) eu acredito que este Europeu será uma jornada memorável e de consagração do talento português! Boa sorte à nossa equipa e toda a comitiva. Vamos com tudo, Portugal!”* (Record, Proença, 2024, 14 junho: 2).

A forma como os jornais procuram alavancar a Seleção para uma nova vitória na competição muitas das vezes acontece ao evocar elementos comuns a muitos portugueses, seja uma música (*“mas a Seleção tem de seguir, como na canção de Fausto, ‘por este rio acima’. Até à final”*, Record, Pais, 2024, 2 julho: 2; *“jogo terminou com ‘A minha casinha’ dos Xutos & Pontapés cantada em alto e bom som e com vários cânticos de apoio a Portugal entoados durante largos minutos. Incrível!”*, Record, Zeferino, 2024, 23 junho: 11), um programa de televisão, (*“Herman José, aliás, José Esteves cantava nos idos anos 80 uma canção que marcou uma geração (...) ‘Vamos lá, cambada’ era o grito de humor que puxava pela Seleção. Hoje fazemos o mesmo”*, Record, Ribeiro, 2024, 18 junho: 40), ou até um cântico (*“pouco importa, pouco importa, se jogamos bem ou mal, queremos é levar a taça, para o nosso Portugal!”* Um simples cântico conseguiu com que todos se identificassem com estas palavras e – por arrasto - com a Seleção”, A Bola, Pereira, 2024, 12 junho: 20)

As campanhas anteriores da Seleção também são referenciadas como forma a elevar o espírito português para uma nova conquista (*“Aliando sentimentos de 1984 e 2000 à conquista de 2016”; “mais na base épica camoniana (de 2016) do que da tragédia grega (de 2004) (...) recuperando o Maio de 1968, «sejamos realistas, exijamos o (que não é) impossível”*). Contudo, é a vitória do Euro’2016 que é a mais representada, *“E por falar em final, não há quem não saiba onde estava a 10 de julho de 2016, dia da final do Euro-2016”*, não só por ter

sido a primeira conquista portuguesa numa grande competição de seleções mas precisamente por ser aquela que mais representa e reforça a identidade portuguesa, *“tudo parecia estar contra a nossa Seleção. Jogava no terreno do adversário (...) Cristiano lesionou-se, e isso foi a confirmação implícita dos maus augúrios (...) Entre o momento em que o grande capitão saiu lesionado, e o golo de Éder, todos nós vivemos numa espécie de anestesia”*. Outras estatísticas também são usadas pelos jornais com o mesmo intuito, como se observa na seguinte citação que aborda a cor do equipamento com que Portugal vai jogar num dos encontros: *“Para os supersticiosos, é boa notícia que Portugal vá então jogar de vermelho (...) Portugal venceu um jogo e perdeu cinco com a camisola branca; de vermelho, somou três vitórias (...) e de verde venceu as duas partidas disputadas em 2016”*.

Ainda dentro da polarização entre “Nós” e “Eles”, importa agora aprofundar a forma como os jornais representam os “outros” ao longo da amostra. Como já vimos, os jornais distanciam-se de “Eles” através de práticas discursivas que simultaneamente são usadas para reforçar o “Nós”. No entanto, outras estratégias são usadas para criar este distanciamento como é o caso da estratégia da Atribuição. Dentro desta estratégia encontramos vários momentos em que se procura desvalorizar informação potencialmente negativa para “Nós”. O primeiro exemplo é referente ao ambiente adverso com que Portugal se deparou no jogo contra a Turquia, *“não há um único jogador que não esteja habituado a enfrentar ambientes hostis e até a crescer com eles. O 12º jogador é importante, mas a verdade é que normalmente só joga o que a equipa adversária deixa”* (O Jogo, Maia, 2024, 22 junho: 32). O segundo desvaloriza por completo a derrota portuguesa na fase de grupos frente à Geórgia, muito embora antes tenha sido afirmado que Portugal, fossem qual fossem os jogadores escolhidos, podia vencer o adversário *“Nada de grave, até porque valores mais altos se levantam. Martinez optou por poupar os jogadores para os jogos e eliminar”* (A Bola, Carmo, 2024, 27 junho: 3). Já o último exemplo, procura claramente mostrar a superioridade portuguesa face ao adversário, *“Pela frente estará uma Eslovénia que ocupa o 57º lugar do ranking FIFA (Portugal é 6º) e que ultrapassou pela primeira vez a fase de grupos”* (A Bola, Urbano, 2024, 1 julho: 2)

Como já foi visto, são vários os momentos em que os jornais procuram representar negativamente os “outros”, *os nossos opositores na fase de qualificação (Islândia, Liechtenstein, Bósnia-Herzegovina, Eslováquia e Luxemburgo) eram claramente inferiores”* (Record, Prata, 2024, 11 junho: 9), pelo que a atribuição dos atos a “Eles” também é usado de forma desculpabilizar o “nosso” lado, como é caso deste exemplo que se refere aos erros de arbitragem que prejudicaram a Seleção, *“Trabalho do árbitro não foi feliz e é possível que tenha impacto na sua (não continuidade) na prova”* (A Bola, Gomes, 2024, 27 junho: 9).

Deste modo, a representação negativa do “Eles” tanto pode acontecer de uma forma direta no discurso ou recorrendo a variações no discurso identificadas, como são a Negação Aparente e o uso de “Eles” na posição de sujeito, que é usada quando se procura atribuir total responsabilização dos atos aos mesmos.

No caso da Negação Aparente, que tem o propósito de demonstrar a tolerância do jornalista enquanto a seguir se apresenta uma informação pouco favorável a “Eles”, identificamos alguns exemplos na amostra: “*Apesar das excelentes individualidades, a Suécia ficou fora da fase final do próximo Europeu*”; [A França] *têm individualidades fenomenais, porém, também não estão a jogar nada*” (Record, Calafate, 2024, 5 julho: 7). Relativamente ao uso de “Eles” na posição de sujeito, um exemplo claro é, “*Os checos passaram a maior parte do tempo encolhidos, só chegaram à vantagem num ato (quase) isolado de Provod*” (O Jogo, Monteiro, 2024, 19 junho: 3).

5. Conclusão

Tendo em conta os resultados apresentados, esta investigação cumpre os objetivos de pesquisa de compreender de que modo o futebol influencia a construção de identidade nacional em Portugal, como é que os jornais desportivos, através das práticas e estratégias discursivas, reforçam a polarização de “Nós” contra “Eles” e como a Seleção Nacional de futebol é única capaz de mobilizar e evocar tão eficazmente a Nação. A análise dos resultados permite concluir que o futebol em Portugal é um meio de integração do país, assumindo uma forma cultural que promove a construção da identidade nacional, como também o sentimento de uma comunidade imaginada. Este desporto, particularmente quando se aborda a Seleção Nacional de futebol, é um catalisador para a expressão de sentimentos nacionalistas, de pertença, orgulho e paixão, o que ficou evidenciado desde o início do Campeonato da Europa, através das várias manifestações de apoio à equipa.

Assim, assumindo a descentralização da identidade portuguesa, o futebol desempenha uma parte central na mesma. Contudo, o futebol por si só não é suficiente para reforçar a coletividade, pelo que necessita de um meio de expressão como são os jornais desportivos.

Conforme se pôde observar, o aumento de informação e interesse em torno da prestação da Seleção Nacional no torneio deve-se em grande parte à imprensa desportiva, que através da agenda, estratégias e práticas discursivas (como são aquelas identificadas no método de análise de Van Dijk) evocam sentimentos de pertença a uma coletividade através da evocação de símbolos, mas também através do reforço da mensagem mediática do “Nós” e, consequente,

distanciamento do “Eles”. O discurso ideológico presente na amostra permitiu compreender o modo como os jornais desportivos representam a Seleção Nacional, sendo uma imagem fidedigna da Nação e dos valores que caracterizam a população portuguesa. Assim, é desenvolvida a noção de Comunidade Imaginada, já que a Seleção é tida como a “Seleção de todos Nós”, criando um distanciamento com os “outros”, o que se observa tanto na expressão de elementos nacionais, como também na forma como os “outros” são representados no discurso.

Este estudo levanta também uma hipótese que Cristiano Ronaldo, atualmente, pode ser tido como um elemento importante da identidade nacional portuguesa. Esta hipótese é pensada tendo em conta o que foi defendido ao longo do trabalho, ou seja, que a identidade é uma realidade multifacetada, pelo que o apoio e identificação a Portugal pode também ele ser explicado devido ao capitão da Seleção Nacional portuguesa. Para sustentar esta questão, recordam-se alguns excertos que demonstram o peso representativo que Cristiano Ronaldo tem para o país, tanto numa perspetiva nacional como internacional: *“De portugueses, a turcos, passando por alguns alemães que confessam uma paixão por Cristiano Ronaldo (...) A apoteose chegou quando Cristiano Ronaldo foi visto a sair”* (Record, Zeferino, 2024, 1 julho: 6); *“toda a envolvimento social que CR7 carrega nas costas há duas décadas. É ele quem atrai as multidões, quem é responsabilizado por tudo, o rosto de uma nação”* (A Bola, Mendes, 2024, 2 julho: 11); *“que projeta a exemplaridade de uma invulgar ética do trabalho, que se transformou num dos poucos símbolos planetários de Portugal”* (Record, Dâmaso, 2024, 5 julho: 8); *“Cristiano Ronaldo é um embaixador universal de Portugal. Isso é um dado assente, incontornável e muito merecido (...) dá um contributo importante para um maior reconhecimento de Portugal”* (A Bola, Travassos, 2024, 10 julho: 8-9); *“Há pessoas que sabem o que CR7 faz pela imagem do país, particularmente os que viajam para os confins do mundo e onde de Portugal só conhecem o nome do herói e pouco mais”* (Record, Henrique, 2024, 10 julho: 9).

No que diz respeito às limitações desta investigação, é de salientar que a amostra recolhida não engloba todos os jornais publicados no período de investigação definido, pelo que os dados e resultados apresentados não são representativos de todos os jornais publicados nesse período. Para além disso, tendo em conta o contexto atual da modernidade em que as plataformas digitais desempenham um grande peso na perceção que temos do mundo, a não inclusão de redes sociais diminui a possibilidade de identificar novos tópicos de análise representativos para os resultados do estudo.

6. Referências Bibliográficas

- Anderson, B. (2008). Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo. *Companhia das Letras*.
- Cardoso, G., Xavier, D & Cardoso, T. (2007). Futebol, Identidade e Media na Sociedade em Rede. *Observatorio*, 1, 119-143
- Coelho, J.N. (2004). Ondulando a Bandeira. Futebol e Identidade Nacional. *Futebol e Relações Internacionais*, 119-125.
- Coelho, J.N., & Tiesler, N.C. (2006). O paradoxo do jogo português: a onipresença do futebol e a ausência de espectadores dos estádios. *Análise Social*, 41(179), 519-551.
- Coelho, J. N. (2004). "Vestir a camisola" - jornalismo desportivo e a selecção nacional de futebol. *Media & Jornalismo*, (4) 2004, pp. 27-39
- Cohen, P. A. (2001). The symbolic construction of Community. *Taylor & Francis e-Library*.
- Costa, M. R. S. (2007). Nação, Comunidade Imaginada pela Mídia? O futebol-espetáculo e as identidades nacionais.
- Filho, F, J, A. (2017). *O Futebol pode ser um instrumento de manifestação da identidade nacional? Como seria possível?* [Dissertação de mestrado não publicada]. FADIR - Faculdade de Direito e Relações Internacionais
- Gil, A. C. C. (2015). A Identidade Nacional na literatura portuguesa de Fernão Lopes ao fim do século XIX. *Centro de História D'Além-Mar; Universidade Nova de Lisboa; Universidade dos Açores*
- 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-Buenos Aires*, 8(48).
- Hall, S. (2006). A identidade cultural na pós-modernidade. *Rio de Janeiro DP&A*, 11.
- Helal, R. (1996). Futebol, Cultura e Cidade. *Logos*
- Helal, R. & Soares, J. A. (2008). O Declínio da Pátria de Chuteiras: futebol e identidade nacional na Copa do Mundo de 2002. *Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*
- Lorscheider, C. Y. (2022). 1938: Futebol, Identidade Nacional e a crônica esportiva no jornal "A Gazeta". *Universidade Federal de Santa Catarina*
- Maguire, J. (2008). Sport and Globalisation. *Sport and Development Web-based platform, Swiss Academy for development*.

- Marivoet, S. (2009). Subculturas de adeptos de futebol e hostilidades violentas - O caso português no contexto europeu. *Configurações*, 5(6)
- Marques, A. (2006). Espectáculo desportivo na sociedade globalizada. *Revista brasileira de Educação Física*, São Paulo, 20(5), 25-28
- Mostaro, R. F. F. (2014). *Futebol, Identidade Nacional e Construções Midiáticas: O futebol-arte na imprensa nacional quando vence e quando perde*. [Dissertação de mestrado publicado] Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
- Mostaro, F., Helal, R & Amaro, F. (2015). Futebol, nação e representações: a importância do estilo “futebol-arte” na construção da identidade nacional. *História Unisinos*, 19 (3), 272-282
- Paschoalino, B. C. (2012). A Construção e (Des)construção da Identidade da Seleção Brasileira. *Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*
- Soares, J. A., Helal, R. & Santoro, A. M. (2004). Futebol, imprensa e memória. *Revista Fronteiras - estudos midiáticos*, 6(1), 61-78
- Tomlinson, A. & Young, C. (2006). National Identity and Global Sports Events: Culture, Politics and Spectacle in the Olympics and the Football World Cup. *State of University Of New York Press, Albany*
- Torres, C. E. (2006). O Telepatriotismo durante o Euro 2004. Porto, *Campo das Letras*. 111-120
- Van Dijk, T.A. (2006). ‘Ideology and Discourse Analysis’, *Journal of Political Ideologies*, 11(2), 115-140.
- Van Dijk, T. A. (2006). ‘Discourse and manipulation.’ *Discourse & Society*, 17(3), 359–383.
- Van Dijk, T. A. (2005). Discurso, Notícia e Ideologia: Estudos na Análise Crítica do Discurso. *Campo das Letras*.
- Vieira, A. G. & Henriques, M. R. (2014). A Construção Narrativa da Identidade. *Psicologia: Reflexão e Crítica*, 27(1), 163-170
- Vieira, L. (2006). Morrer pela pátria? Notas sobre a Identidade Nacional. *Política & Sociedade*, 9.
- Vieira, F., Junior, M & Gabriel, B. (2017). Política, Jornalismo, Identidade e Futebol: Análise das crônicas do jornal dos Sports sobre a participação brasileira nas Copas do Mundo realizadas na década de 1950. *Ponta Grossa*, 25(2), 239-255
- Woodward, K. (2000). Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. *A perspectiva dos estudos culturais*, 7-68.

7. Anexos



Anexo A



Anexo B



Anexo C



Anexo D



Anexo E



Anexo F



Anexo G



Anexo H



Anexo I



Anexo J



Anexo K



Anexo L



Anexo M



Anexo N



Anexo O



Anexo P



Anexo Q



Anexo R



Anexo S



Anexo T



Anexo U