



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE LETRAS CLÁSSICAS E VERNÁCULAS
LICENCIATURA PLENA EM LETRAS PORTUGUÊS**

JACYANE DANTAS DE SOUSA

**DISCURSO, IDENTIDADE E FUTEBOL:
UMA ANÁLISE DOS ENUNCIADOS PRODUZIDOS SOBRE A COPA DE 2014**

**JOÃO PESSOA
2018**

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

S725d Sousa, Jacyane Dantas de.

Discurso, identidade e futebol: uma análise dos enunciados produzidos sobre a copa de 2014 / Jacyane Dantas de Sousa. - João Pessoa, 2018.

54 f. : il.

Orientação: Amanda BRAGA.

TCC (Especialização) - UFPB/CCHLA.

1. Discurso. Identidade. Futebol. Copa do Mundo. I. BRAGA, Amanda. II. Título.

UFPB/CCHLA

JACYANE DANTAS DE SOUSA

DISCURSO, IDENTIDADE E FUTEBOL:
UMA ANÁLISE DOS ENUNCIADOS PRODUZIDOS SOBRE A COPA DE 2014

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Letras do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal da Paraíba, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Licenciado em Letras Português, sob orientação da Profa. Dra. Amanda Braga.

JOÃO PESSOA
2018

JACYANE DANTAS DE SOUSA

DISCURSO, IDENTIDADE E FUTEBOL:
UMA ANÁLISE DOS ENUNCIADOS PRODUZIDOS SOBRE A COPA DE 2014

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso de Letras do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal da Paraíba, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Licenciado em Letras Português, sob orientação da Profa. Dra. Amanda Braga.

Banca Examinadora

Profa. Dra. Amanda Braga
(Orientadora)

Profa. Dra. Edjane Gomes de Assis
(Examinadora)

Profa. Dra. Edileide de Souza Godoi
(Examinadora)

Profa. Dra. Eliana Vasconcelos da Silva Esvael (UFPB)
(Examinador suplente)

JOÃO PESSOA
2018

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, a Deus, por ter me concedido saúde, força de vontade e inteligência ao longo da caminhada acadêmica;

À minha Mãe celestial, Maria, por ter me conduzido e me amparado com seu amor maternal;

Aos meus pais, Noêmia Ananias de Souza e José Dantas Viana, por terem gerado em mim os mais valiosos valores e por sempre acreditarem na minha capacidade de superar todos os desafios;

Aos meus irmãos, Jailton, Joseilma, Juliana, Joseane e Joseilton, por serem meus maiores e melhores incentivadores;

À minha orientadora, Amanda Braga, pela orientação deste trabalho, pela disponibilidade, mas, principalmente, por ter me apresentado, com tanta competência, a Análise do Discurso, fazendo de mim uma verdadeira admiradora dessa disciplina;

À professora Edjane Gomes de Assis e à professora Edileide de Souza Godoi pela disponibilidade para participar da banca examinadora deste trabalho;

Aos membros da família São Pedro e São Paulo, por caminharem ao meu lado, sendo verdadeiros apoios nos momentos de adversidades e leais companhias nas horas de alegrias.

RESUMO

Não é de hoje que o Brasil carrega o título de país do futebol. Uma identidade nacional consolidada ao longo dos anos e que se mantém graças à paixão do seu povo e aos enunciados que propagam diariamente esse discurso. Um esporte que passou a carregar as representações desse país e que pôde unificar, discursivamente, uma nação tão plural. No ano de 2014, o Brasil recebeu o maior evento esportivo: a Copa do Mundo. Vivenciada de forma intensa pelos brasileiros, seja pelos problemas na organização ou pelos jogos, a copa foi, sem dúvida, um marco na história do país que carrega o futebol em sua identidade. Neste trabalho, buscaremos demonstrar, através da análise dos enunciados sobre a copa de 2014 produzidos desde o anúncio de sua realização até o término do evento, como esse traço da identidade brasileira, assim como tantas outras, está fragmentado e sofre com os efeitos advindos da pós-modernidade.

Palavras-chave: Discurso. Identidade. Futebol. Copa do Mundo.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 1 - Capa da revista Veja	36
Imagem 2- Pessimistas, pensem bem	40
Imagem 3 - Capa do Jornal Folha de São Paulo	43
Imagem 4 - Campanha de ingressos do governo	44
Imagem 5 - Alemanha brasileira	45
Imagem 6 - Massacre brasileiro	47

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
CAPITULO 1 – ANÁLISE DO DISCURSO: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES E CONCEITOS FUNDAMENTAIS	9
1.1 – O SUJEITO DA AD	10
1.2 – LÍNGUA, LINGUAGEM E DISCURSO	11
1.3 – AS CONDIÇÕES DE (RE)PRODUÇÃO DO DISCURSO	14
CAPÍTULO 2 – UMA IDENTIDADE NACIONAL: BRASIL, O PAÍS DO FUTEBOL	18
2.1 – AS CONCEPÇÕES DE IDENTIDADE	18
2.2 – IDENTIDADES NACIONAIS	21
2.3 – O PAÍS DO FUTEBOL	24
CAPÍTULO 3 – A IDENTIDADE DO PAÍS DO FUTEBOL DURANTE A COPA DE 2014	31
3.1 – O PAÍS DO FUTEBOL RECEBE A FESTA DO FUTEBOL	32
3.2 – ENTRAM EM CAMPO DOIS TIMES: OS CONTRAS E OS FAVORÁVEIS	34
3.3 – O HISTÓRICO 7X1	45
3.4 – O QUE A COPA DE 2014 DEMONSTROU SOBRE A IDENTIDADE BRASILEIRA?	48
CONSIDERAÇÕES FINAIS	51
REFERÊNCIAS	53

INTRODUÇÃO

O presente trabalho apresentará uma análise sobre um dos principais traços da identidade brasileira, aquele segundo o qual somos o país do futebol. Buscaremos demonstrar como esse discurso foi sustentado ao longo da história, mas, principalmente, como ele pôde ser identificado nos enunciados sobre a copa do mundo de 2014. Como isso, evidenciaremos quais mudanças, advindas da pós-modernidade, atingiram essa cultura nacional e como a copa de 2014 serviu para observarmos melhor tais alterações.

No primeiro capítulo, abordaremos algumas das principais discussões desenvolvidas pela Análise do Discurso, além de expor um breve resumo sobre as motivações que originaram essa disciplina. É necessário, desde o início desta pesquisa, termos em mente os conceitos que possibilitaram as análises em torno dos enunciados aqui apresentados, reconhecendo que eles são a própria materialização dos mais variados discursos. Assim sendo, evidenciaremos como os sujeitos estão sempre reproduzindo discursos por meio de enunciados que retomam sentidos advindos de interdiscursos e memórias discursivas.

Já no segundo capítulo, encontraremos as principais contribuições de Stuart Hall (2005) sobre as identidades culturais nacionais, desde as diferentes concepções que essa noção recebeu ao longo do tempo até os aspectos que caracterizam o surgimento e a manutenção das identidades nacionais. Entenderemos como essas identidades nacionais surgem pela necessidade de homogeneizar o povo de uma nação que, por esse motivo, passam a ser, involuntariamente, assujeitados por esse discurso. Porém, poderemos perceber como essas identidades estão sendo fragmentadas e, cada vez mais, descentradas, uma vez que a globalização e a conseqüente interligação de diferentes nacionalidades geram efeitos sobre elas. Também neste capítulo, conheceremos um pouco da história do futebol no Brasil, seus principais aspectos e os motivos que levaram esse país a ser conhecido como a pátria das chuteiras.

A realização da copa do mundo de 2014 no Brasil, bem como os diferentes posicionamentos sobre esse megaevento, será o principal assunto do terceiro capítulo. Apresentaremos alguns dos enunciados sobre a festa do futebol desde o seu anúncio oficial até os seus jogos. Com isso, demonstraremos como a copa, através dos enunciados sobre ela, pôde revelar as rachaduras presentes numa identidade até então tida como consolidada.

CAPITULO 1 – ANÁLISE DO DISCURSO: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES E CONCEITOS FUNDAMENTAIS

Cada vez mais, os estudos linguísticos se voltam às especificações presentes na produção de sentidos entre falantes de uma determinada língua. A novidade surge a partir do momento em que as pesquisas param de se voltar apenas aos códigos e passam a estudar as condições de produção nas quais os sentidos surgem e por quais indivíduos eles estão sendo produzidos e compartilhados. A Análise do Discurso foi umas das disciplinas precursoras dentro dessa área de pesquisa, inovando na forma de abordar as teorias linguísticas até então predominantes.

A Análise do Discurso (AD) nasce nos anos 60 na França. O período do seu surgimento não é obra do acaso, pois os conflitos políticos vivenciados na época foram determinantes para se construir as ideias centrais dessa disciplina. Em 1968, grupos de estudantes de universidades da França lutavam contra o liberalismo e o comunismo vigentes, as normas da Igreja, além de defender a liberdade sexual e uma nova forma de vida. O que para muitos parecia algo sem importância, gerou grandes greves e manifestações, tornando-se um dos mais revolucionários períodos da história francesa, sendo considerada por historiadores como um ano mítico, uma vez que “foi o ponto de partida para uma série de transformações políticas, éticas, sexuais e comportamentais, que afetaram as sociedades da época de uma maneira irreversível” (GUEDES, 2008, p. 3).

Diante desse cenário, as primeiras teorias da AD são apresentadas de modo a romper com a abordagem de análise defendida pelo estruturalismo. Mesmo o estruturalismo passando pelo auge de suas teorias, Michel Pêcheux, conhecido como o pai da Análise do Discurso, vem defender que não há mais como tratar de língua e, principalmente, de construção de sentidos sem levar em consideração o sujeito e a história. Eis a ideia fundante da AD: resgatar um sujeito até então esquecido. É importante ressaltar que os pressupostos estruturalistas não foram simplesmente abandonados após o surgimento dessa nova teoria, pelo contrário, o estruturalismo serviu de base de sustentação para essas novas pesquisas. A pretensão era deixar o formalismo linguístico de lado e reconhecer a existência de um campo constitutivo que havia sido ignorado. Mais do que entender a composição de frases soltas e classificar agrupamentos de palavras, defendia-se a necessidade de explorar unificadamente a língua, o sujeito e a história. Em outras palavras, passou-se a reconhecer que as condições de produção da linguagem afetam/interferem na produção de sentido.

1.1 – O SUJEITO DA AD

Como dito, a AD contempla questões não apenas da língua, mas também da história e do sujeito. Mas o que devemos entender por esse sujeito até então esquecido? Passaremos a enxergar ele não apenas como um emissor ou receptor de informações, mas como um sujeito afetado pela história, que cria sentido a partir do contexto em que está inserido e que também contribui para a formação de sentidos de outros. Dessa forma, a Análise do Discurso passa a estudar o sujeito não apenas dentro do campo linguístico, mas também a partir das contribuições de outras disciplinas, sendo ele o próprio objeto de estudo e não apenas a parte integrante de um processo. Vejamos como Ferreira (2005, p.14) apresenta esse sujeito da AD:

O sujeito do discurso vai, então, colocar-se estratégica e perigosamente entre o sujeito da ideologia (pela noção de assujeitamento) e o sujeito da psicanálise (pela noção de inconsciente), ambos constituídos e revestidos materialmente pela linguagem. Como se vê, a Análise do Discurso ao construir a categoria teórica do sujeito o faz, desde o início, pautando-se por uma singularidade que a torna muito peculiar.

A AD buscou identificar as características predominantes do sujeito, tendo o mesmo, pelo menos a princípio, como o centro de suas pesquisas. Agora, não se tratava apenas de falantes de uma língua, mas de indivíduos que conscientemente e inconscientemente utilizam da linguagem para ocupar um lugar no mundo. Temos, então, um sujeito descentrado, que não pode ser compreendido apenas por uma teoria, mas que surge a partir da concepção de que somos reféns de uma ideologia, mesmo apresentando, através da linguagem, algum tipo de resistência a ela.

Para entendermos melhor, devemos retomar um pouco da teoria do assujeitamento. Nela, o sujeito se torna propriamente sujeito a partir do momento em que se assujeita a alguma ideologia já existente e que lhe é imposta através de questões exteriores. Um bebê, por exemplo, deixará de ser um pedaço de carne desde que sua mãe (ou qualquer pessoa que detenha cuidado sobre ele) apresentar um discurso que seja reconhecido e adotado por ele. Nessa linha de raciocínio, não existe sujeitos livres e autônomos, mesmo se eles tiverem essa concepção, uma vez que, sem perceber, já está se assujeitando, pois adere e se identifica com essa ideologia. Ou seja, temos um sujeito que acredita ser dono de si, mas que é, na verdade, dominado por sua ideologia. Naturalmente, esse sujeito se torna falante e passa a produzir sentidos. Michel Pêcheux explica que o sujeito tende a passar por dois processos de esquecimentos: quando tem a ilusão de que é origem do seu dizer; e quando acredita que controla o sentido que irá construir. Com isso, compreendemos que o sujeito toma

determinada ideologia como sua verdade absoluta e passa a construir sentidos que, para ele, são únicos (outros não podem entender mais, menos ou diferente do que se pretendia dizer).

Mas o sujeito da Análise do Discurso, como exposto, será um sujeito descentrado. Não foi compreendido apenas como um reprodutor dos mesmos discursos, mas como um sujeito que está sempre produzindo novas formas de se colocar o discurso. Não é, em sua totalidade, um sujeito assujeitado, pois, ao resistir à sua ideologia, faz surgir novas produções. Quando se tenta resistir, produz-se atos falhos, lapsos que revelam sua ideologia. Inconscientemente, ao desejar fugir daquilo que o assujeita, o sujeito traz um novo discurso, que possui a mesma ideologia, mas que foi apresentada de uma forma individual. Sendo assim, o sujeito da AD será compreendido como o sujeito do inconsciente e também como o da ideologia, ambos revestidos e materializados pela linguagem (FERREIRA, 2005).

1.2 – LÍNGUA, LINGUAGEM E DISCURSO

É importante notarmos o papel que a linguagem ocupa dentro desse processo de reprodução de ideologia. Através dela, os sujeitos podem materializar os sentidos que desejam produzir e disfarçar aquilo que não se pretende mostrar. A língua não será vista apenas como um código neutro compartilhado por um grupo, mas passará a ser vista como instrumento opaco que nem sempre é capaz de demonstrar sentido apenas através de sua composição estrutural. Vejamos o que Ferreira (2005, p.17) afirma sobre a concepção de língua na Análise do Discurso:

Importa ressaltar, de fato, que a Análise do Discurso não trabalha com a língua da Linguística, a língua da transparência, da autonomia, da imanência. A língua do analista de discurso é outra. É a língua da ordem material, da opacidade, da possibilidade do equívoco como fato estruturante, da marca da historicidade inscrita na língua. É a língua da indefinição do direito e avesso, do dentro e fora, da presença e ausência.

A AD não trata com menos importância as formas estruturais da língua, porém acrescenta que há questões além daquilo que está exposto. Mas é uma análise que só pode ser feita a partir do que é colocado, pois, para o analista do discurso, não interessa a intenção, mas o que propriamente foi dito e por qual motivo foi dito de determinada forma. A linguagem proporciona ao analista a busca pelas partes claras e ocultas de um enunciado. Nele, atos falhos podem revelar algo que não foi dito explicitamente, mas que pôde ser compreendido a partir do momento em que se levou em consideração o sujeito e o tempo no qual se produziu tal discurso. Ao reconhecer que a língua traz traços históricos, a Análise do Discurso irá

buscar, em outras disciplinas, ideias que complementam suas pesquisas. Isso não faz da AD uma disciplina interdisciplinar, e sim uma disciplina de entremeio, que acolhe teorias da Linguística, das Ciências Sociais, do Marxismo, da Psicanálise, dentre outras, para formular sua própria teoria. Não é uma soma de disciplinas. Trata-se de teorias que, ao ocuparem um lugar dentro da AD, perdem suas essências iniciais e passam a ter novas formulações, feitas, justamente, para sustentar uma nova disciplina.

Vejamos que os pesquisadores não queriam estudar simplesmente a língua como feito pelos linguistas. O foco era reconhecer que a linguagem é a materialidade de um discurso previamente existente. A meta era demonstrar que não há fala sem discurso e que o discurso nada mais é que a materialização de uma ideologia. Orlandi (2007, p.15) explica que, ao observamos o discurso, estamos observando a linguagem em uso. O próprio homem fazendo uso da língua. Há uma ampliação no campo de estudo, pois, agora, analisa-se não apenas a fala, mas o sujeito que fala e o espaço e tempo que ele ocupa ao falar. Temos, então, uma linguagem contextualizada e em movimento, que se relaciona às questões exteriores e serve como ponto de ligação entre o homem e a sua realidade social. Michel Pêcheux (1975) define a existência de uma relação entre língua, discurso e ideologia, compreendendo que todo discurso surge a partir de um sujeito e que tal sujeito expressa sua ideologia através desse discurso que é concretizado pela língua. Em síntese, o foco da AD, o discurso, será entendido como “o lugar em que se pode observar essa relação entre língua e ideologia, compreendendo-se como a língua produz sentidos por/para os sujeitos.” (ORLANDI, 2007, p.17).

É comum encontrarmos, ao tentarmos definir discurso, a metáfora da rede (FERREIRA, 2005). Se pensarmos numa rede simples de pesca, que possui fios, nós e furos e, ao mesmo tempo, imaginarmos o discurso como um sistema que comporta traços da história, do sujeito e da língua, logo percebemos a ligação e o entendimento que essa analogia tenta nos mostrar. O discurso seria a própria rede como um todo, composta pelos fios da língua e da história que ao se encontrarem formam os nós que sustentam a rede. Ao se unirem, esses fios dão sustentação, mas também formam furos que são indispensáveis no processo do discurso, pois são por esses furos que escapam os sentidos que não foram expressos através da língua, mas que podem ser compreendidos por meio da análise. Percebam que o discurso, através da representação da rede, é um sistema organizado, mas não fechado. O discurso é sustentado pela língua e pela história, mas, ao ser materializado, possibilita diferentes análises e interpretações. O sujeito não tem o controle de tudo aquilo que atravessa a sua rede discursiva através dos furos, por isso, jamais teremos um discurso fechado, que expresse um sentido único.

Essa aceitação de diferentes sentidos sobre uma mesma construção linguística vem evidenciar que, na Análise do Discurso, a língua não pode ser vista como um código que é decodificado da mesma forma que é recebido. O que temos é um sentido construído a partir da relação entre interlocutores, ou seja, sujeitos que, ao compartilharem determinado discurso, implicam, simultaneamente, sentidos sobre ele. Deixando de lado a ideia de que a comunicação acontece quando um emissor transmite uma mensagem que só depois é decodificado pelo receptor, e que não existe participação deste na formulação do sentido da mensagem. Para entendermos melhor:

A língua não é só um código entre outros, não há essa separação entre emissor e receptor, nem tampouco eles atuam numa sequência em que primeiro um fala e depois o outro decodifica etc. Eles estão realizando ao mesmo tempo o processo de significação e não estão separados de forma estanque. Além disso, ao invés de mensagem, o que propomos é justamente o pensar aí o discurso. Desse modo, diremos que não se trata de transmissão de informação apenas, pois no funcionamento da linguagem, que põe em relação sujeitos e sentidos afetados pela língua e pela história, temos um complexo processo de constituição desses sujeitos e produção de sentidos e não meramente transmissão de informação. São processos de identificação do sujeito, de argumentação, de subjetivação, de construção da realidade etc [...] Daí a definição de discurso: o discurso é efeito de sentidos entre locutores (ORLANDI, 2007, p.21).

Torna-se notória a expansão do campo de estudo proposto pela AD. Como visto, a nova disciplina busca identificar como acontece a construção de sentidos a partir da relação entre locutores que ocupam um lugar social e determinado tempo histórico, reconhecendo que o sentido não surge somente daquilo que foi propriamente dito. O objetivo do analista não é esgotar os sentidos possíveis dentro dos enunciados, sua meta é analisar como as construções linguísticas podem gerar novas significações. O analista do discurso não está preocupado em analisar o que foi dito e sim o modo como foi dito. Movido pela questão: “como esse texto significa?”, ele busca saber como a linguagem colocada pode produzir novos sentidos. Sendo a língua uma fonte não transparente, o analista procura interpretá-la até que se encontre uma compreensão dos sentidos que ela pode construir. A interpretação será, então, a chave usada para identificar essas possíveis construções, e tal interpretação será desenvolvida a partir dos conceitos selecionados pelo próprio analista. Dessa maneira, uma mesma situação linguística pode receber diferentes análises, pois o analista traz para o seu campo de estudo não apenas o código, mas aquilo que acontece nas margens de uma comunicação: a relação com a exterioridade, as condições de enunciação, bem como as ideologias que perpassam os sujeitos.

1.3 – AS CONDIÇÕES DE (RE)PRODUÇÃO DO DISCURSO

Ao reconhecer que o sentido não se limita à intenção do sujeito que o produziu, passamos a analisar as questões que interferem na produção de novos discursos. Tais discursos não serão essencialmente novos, porque, além de levarmos em consideração o sujeito e a condição de produção, devemos reconhecer que as memórias discursivas de um sujeito irão interferir em suas novas enunciações. Essa retomada de discursos instalados em nossa memória e que são perpetuados em nossas falas é chamado, na AD, de interdiscurso. Orlandi (2007, p. 31) explica:

A memória, por sua vez, tem suas características quando pensada em relação ao discurso. E, nessa perspectiva, ela é tratada como interdiscurso. Este é definido como aquilo que fala antes, em outro lugar, independentemente. Ou seja, é o que chamamos de memória discursiva: o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra.

A Análise do Discurso leva em consideração não apenas o contexto imediato, aquele que é marcado pela presença dos locutores no momento de fala, mas também retoma um outro contexto que é aquele trazido na memória dos sujeitos, um contexto que comporta as ideologias e posicionamentos sócio históricos desses indivíduos. Como já visto neste trabalho, o discurso é a materialização de uma ideologia através da linguagem, sendo tais ideologias pré-existentes aos sujeitos que lhe adotam. Diante disso, temos a aceitação de que novos discursos surgem a partir da retomada de antigos discursos. A ideia de interdiscurso surge mediante o reconhecimento de que nada dito é, de fato, tão novo, pois nossas palavras produzem sentidos que retomam algo que já foi dito. Essa retomada do já conhecido não acontece de forma consciente, pelo contrário, ela se dá de forma involuntária e o sujeito, muitas vezes, sequer sabe que a retomou. As próprias palavras podem ganhar novos sentidos depois de usadas em determinado momento marcante da história, ou seja, as palavras carregam consigo traços históricos e, quando as utilizamos para materializar os nossos discursos, retomamos também os traços históricos que elas carregam. Digamos que um sujeito faz uso de uma palavra ou frase que ganhou uma nova significação em determinado acontecimento histórico. Mesmo o falante desconhecendo tal acontecimento, ele não impedirá que o analista ou ouvinte do seu discurso retome essa memória. Por essa razão, o sentido não se constrói apenas através do que o falante acredita ter, pois o sentido construído se deu a partir da retomada de memória feita por outros. Nesse exemplo, ambos os sujeitos utilizaram

o interdiscurso, um para formular e o outro para entender, um inconscientemente e outro conscientemente, fazendo surgir sentidos distintos de um único enunciado.

Isso não quer dizer que temos sujeitos reprodutores das mesmas composições linguísticas, pois, mesmo retomando um sentido já sabido, o modo como se constrói esse sentido é diferente. Essa é a ideia base para entendermos o intradiscurso. Entende-se por intradiscurso aquilo que é efetivamente dito em uma dada condição de produção. Podemos retomar os mesmos discursos, mas estamos sempre fazendo isso de maneira nova, apresentando uma nova formulação, uma nova roupagem para um antigo corpo (discurso). Seja por meio de novas palavras, de entonação de voz diferenciada, de uma gesticulação bem colocada, de uma nova linguagem expressa, vamos sempre ter antigos discursos (interdiscurso) reproduzidos de novas maneiras (intradiscurso). Orlandi (2007) explicita, com base nas contribuições de Courtine (1984), que o interdiscurso é a constituição do sentido, um eixo vertical, e o intradiscurso será sua formulação, um eixo horizontal, e, assim sendo, todo dizer é resultado da junção entre esses dois eixos. Para melhor visualizarmos essa teoria na prática, podemos lembrar dos exemplos de preconceitos e discriminação existentes em nossa sociedade. Mesmo com o passar dos anos, vemos traços dessas práticas nos discursos atuais. Ato machistas ou racistas, por exemplo, existem há séculos, mas continuam presentes na sociedade através de novas formas. Temos o mesmo discurso, mas com formulações diferentes.

É importante colocar que, a partir das contribuições de Michel Foucault, passou-se a utilizar a teoria do enunciado para melhor caracterizar a composição de um discurso. Sendo uma teoria relevante dentro dos estudos da Análise do Discurso, Foucault, um dos principais pesquisadores do discurso, dedicou boa parte do seu livro, *A arqueologia do saber*, para mostrar que o enunciado não é um ato de fala, não é a proposição e nem a frase. Expondo o que não é, chegou-se a definição do que é um enunciado:

Em seu modo de ser singular (nem inteiramente linguístico nem exclusivamente material) o enunciado é indispensável para que se possa dizer se há ou não frase, proposição, ato de linguagem [...] ele não é, em si mesmo, uma unidade, mas sim uma função que cruza um domínio de estruturas e de unidades possíveis e que faz com que apareçam, com conteúdos concretos, no tempo e no espaço (FOUCAULT. 1986, p. 98-99)

O enunciado será então compreendido como a unidade elementar do discurso. Não se trata de um mero agrupamento de palavras. Sua existência se dá por meio de uma função discursiva que permite identificarmos o sentido, o tempo de produção e o sujeito responsável por sua colocação. Nada dito ou formado aleatoriamente será um enunciado, pois sua

existência só acontece a partir do momento que levamos em consideração o sujeito responsável pela colocação dessa linguagem e os princípios sócio históricos que lhe motivaram. Diante disso, temos um conjunto de signos com uma função discursiva bem estabelecida. O enunciado traz traços da historicidade, o que lhe faz ter relação com a existência de outros enunciados. Mas, mesmo comportando tantas questões exteriores, o enunciado precisa ser algo materializado, um concreto por onde iremos interpretar todas as características que nos possibilitam a formação de um sentido. Assim sendo, o enunciado materializa traços encontrados em enunciados passados, mas que, ao reformulados, nos projetam para novos enunciados. Isso faz do enunciado um elemento opaco e ao mesmo tempo transparente, pois nem tudo está dito através dele, mas tudo que se pode concluir sobre ele parte daquilo que ele coloca. Podemos, então, esclarecer que o enunciado nada mais é do que o lugar de suporte para a junção entre o interdiscurso e o intradiscurso, a materialização da linguagem que nos possibilita reconhecer um discurso.

Nessa linha de pensamento, o discurso surge a partir de um conjunto de enunciados. Ao analisá-los, é possível concluir qual ideia sustenta e origina essas produções, detectando assim o discurso desse sujeito. Isso ocorre porque os enunciados tendem a fazer parte de uma mesma formação discursiva: conjunto de enunciados que concretizam uma mesma ideia. Muitas conclusões acerca de determinado discurso surgem a partir da análise da formação discursiva de um sujeito, pois caso esse discurso apresente diferentes tipos de enunciados, ou seja, enunciados que não se sustentam em uma mesma ideia, temos, então, um sujeito entrelaçado por diferentes ideologias.

A análise de um enunciado também nos possibilita verificar quais memórias discursivas foram retomadas pelo sujeito. Como já visto neste trabalho, a ideia de memória surge por meio do reconhecimento de que nossos discursos retomam significações já existentes, trazendo para os novos enunciados diferentes possibilidades de construção de sentidos. Ao retomar um enunciado, o sujeito não traz para o seu discurso apenas palavras ou imagens já usadas, ele também retoma o significado que existia sobre elas. Isso acontece ainda mais fortemente quando o enunciado retoma um acontecimento discursivo. O acontecimento discursivo acontece quando um enunciado é marcado pelo seu uso em dado momento histórico e, posteriormente, tal enunciado surge com a intenção de retomar essa memória para resigná-la de acordo com a atualidade, fazendo isso para que a memória trazida possa estabilizar uma nova construção de sentido. Muitas vezes, o enunciado é usado exatamente da forma que apareceu no passado, mas mesmo assim ele ganha novos significados, pois é usado em um novo contexto. Essas conclusões se tornam mais claras a

partir das colocações e exemplos dados por Michel Pêcheux (1990) no livro *O discurso: estrutura ou acontecimento*, principalmente a partir da interpretação do enunciado “On a gagné” (ganhamos), no qual um grito de torcida é retomado para trazer novas significações sobre o resultado de uma eleição.

Por fim, é importante ressaltar que os enunciados não são compostos apenas por construções verbais, mas também pelos diversos tipos de linguagem. Entre elas, destacamos o recorrente uso de imagens, uma vez que estão sempre funcionando como concretização de discurso. Esses enunciados se instalam facilmente na memória dos sujeitos devido nossa capacidade de memorização visual e, por isso, tendem a ser retomadas para gerar novos enunciados. Jean-Jacques Courtine foi um dos grandes responsáveis por iniciar os estudos sobre os discursos não-verbais, apresentando o conceito de intericonicidade: relação entre memória e imagens. Um conceito complexo, mas que traz à tona a forma como imagens estão instalados na memória dos sujeitos e como se faz necessário “pensar discursivamente as redes de imagens que constituem a cultura e o imaginário de uma sociedade” (GREGOLIN, 2008, p.21). Semelhante à ideia de interdiscurso, a noção de intericonicidade pressupõe que toda imagem possui um eco no qual encontramos a retomada de outras imagens. Dessa maneira, nenhuma imagem é completamente nova e, conseqüentemente, estamos sempre colocando sobre elas significações já existentes.

Depois de apresentado algumas das considerações e conceitos fundamentais da Análise do Discurso, prosseguiremos nossa pesquisa apresentando o conceito de identidade, que será aqui aplicado em diálogo com a Análise do Discurso.

CAPÍTULO 2 – UMA IDENTIDADE NACIONAL: BRASIL, O PAÍS DO FUTEBOL

Mesmo não sendo uma noção desenvolvida, unicamente, dentro do campo da Análise do Discurso, a concepção de identidade sustenta-se, muitas vezes, pelas análises que utilizam os conceitos fundamentais da AD (apresentados no capítulo anterior). Cada vez mais, as análises discursivas são responsáveis por apontar o surgimento de uma identidade, sempre tomando como base os discursos que se formam sobre ela e por ela. Diante disso, buscaremos, neste capítulo, apontar o conceito de identidade a partir de uma relação com a Análise do Discurso.

Partindo do senso comum, ou seja, daquilo que grande parte das pessoas acreditam como sendo verdade, a identidade nada mais é do que um conjunto de traços que caracterizam um indivíduo ou grupo. Tais características surgem a partir daquilo que a própria pessoa enxerga dela, acreditando ser capaz de formular sua identidade, mas também pode se formar por resultado dos traços que os outros lhe impõem. No entanto, segundo Stuart Hall, em seu livro *A identidade cultural na pós-modernidade*, o conceito de identidade está muito além disso, sendo o mesmo complexo e pouco desenvolvido. Somente nos dias atuais, devido à mudanças e declínios que por ora comprometem a unificação das identidades, é que essa questão passou a ser discutida mais veementemente. A unificação da qual nos referimos diz respeito às identidades culturais consolidadas ao longo do tempo, mas que estão, devido à modernidade, sendo descentradas e fragmentadas. Com isso, acredita-se que “a identidade somente se torna uma questão quando está em crise, quando algo que se supõe como fixo, coerente e estável é deslocado pela experiência da dúvida e da incerteza” (MERCER, 1990 apud HALL, 2005, p. 9).

A questão da identidade cultural volta à tona devido ao abalo nas bases que até então eram tidas como consolidadas. Não queremos dizer que apenas agora estuda-se o conceito de identidade. Estamos expondo que os fatores advindos da pós-modernidade fazem com que pesquisadores estejam atentos às motivações e causas desses abalos. Porém, antes de adentrarmos na discussão sobre identidade cultural, uma ideia posterior e que comporta as especificações referentes a grupos, precisamos compreender como o sujeito, ao longo da história, lidou com a concepção de identidade.

2.1 – AS CONCEPÇÕES DE IDENTIDADE

Hall (2005) explica a existência de três concepções: do sujeito do Iluminismo, do sujeito sociológico e do sujeito pós-moderno. O sujeito do Iluminismo defende a concepção

de identidade de uma maneira bastante individualista. Entendia-se o sujeito como um indivíduo centrado no seu núcleo interior, permanecendo o mesmo no decorrer do tempo e sendo indiferente ao meio social. Esse sujeito é responsável pela criação de sua própria identidade, tendo como influência apenas aquilo que acredita. Já o sujeito sociológico, este não mais acredita na verdade absoluta do eu. Nessa concepção, o sujeito não é autônomo e autossuficiente, ele é formado a partir da sua relação com outras pessoas. Passou-se a reconhecer, aqui, que questões exteriores, advindas do meio social ocupado pelo sujeito, podem afetar na sua construção de identidade. Assim como o sujeito do Iluminismo, o sociológico possui o seu “eu real”, mas sendo este abalado por outras questões. Nessa concepção, a identidade se forma no espaço entre o interior e o exterior, fazendo surgir uma relação que gerará estabilidade para ambos.

Por fim, na concepção atual de identidade, a pós-moderna, assume-se que as coisas estão mudando e que o sujeito não é mais dono e responsável pela sua identidade, uma vez que temos um indivíduo fragmentado, sendo formado por diferentes identidades e em diferentes momentos. Diferentemente do sujeito do Iluminismo, essa concepção acredita que o sujeito não possui uma verdade absoluta do seu eu, visto de forma única e centrada, pelo contrário, o sujeito pós-moderno não possui uma identidade fixa e permanente, pois é transpassado pelo seu meio social, sendo ele o próprio resultado das diferentes identidades que lhe afetam, podendo até mesmo manifestar traços contraditórios de identidades. Hall (2005, p. 13) define:

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, 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.

Com isso, cada vez mais o sujeito distancia-se de uma identidade única e constante. A pós-modernidade faz com que sejamos afetados pelas mais variadas manifestações ideológicas que acabam por interferir em nossa formação enquanto sujeitos. Por esse motivo, as identidades pós-modernas se caracterizam pelas suas descentrações e fragmentações. Mas essas concepções de identidade, desde o Iluminismo até a ideia pós-moderna, não acontecem de forma isolada, na qual apenas o conceito de identidade se reconstrói. Destacamos que tais mudanças são decorrentes da evolução das sociedades e do processo de globalização que vivemos.

As sociedades modernas, frutos da globalização e dos impactos trazidos por ela, são marcadas pelas mudanças constantes, refazendo práticas e, por vezes, alterando o caráter de

tais. Essa modernidade gera descontinuidades das práticas das sociedades tradicionais, nas quais os símbolos do passado e suas práticas veneradas deixam de existir. A modernização será, portanto, um processo sem fim de rupturas no qual se busca quebrar a continuidade do que é tido como tradicional, visando trazer à tona novas práticas que, com o passar do tempo, também serão ultrapassadas. Dessa forma, não temos uma sociedade baseada nos mesmos conceitos e fatos históricos, uma vez que diferentes visões são apresentadas e livremente manifestadas. Essas diferentes posições do sujeito são características dessa sociedade que não mais se sustenta de forma unificada. Mesmo quando encontramos sociedades com visões harmoniosamente organizadas, ainda não estamos diante de uma sociedade baseada numa identidade única, pois, muitas vezes, elas apenas articularam conjuntamente suas ideologias. Vejamos, diante disso, que a desarticulação de identidades passadas tem o poder de gerar novas identidades.

Para entendermos melhor como se dá esse sujeito transpassado por diferentes identidades, podemos imaginar que um jovem brasileiro de classe média reconheça os elevados níveis de desigualdade do seu país e passe a se identificar com os movimentos dos indivíduos mais pobres ou grupos menos favorecidos. Mesmo não tendo contato direto com esses grupos, essa identificação ocorre devido a um contato que acontece por meio das evoluções tecnológicas que encurtam distâncias e propagam os mais diversos discursos. Neste exemplo, vamos supor que o contato tenha se dado através da mídia e das redes sociais. O jovem tanto pode deixar as suas antigas identificações e adotar as novas ou pode ser movido pelas duas ao mesmo tempo. Por isso, temos, nas sociedades modernas, sujeitos fragmentados e cada vez mais descentrados e constituídos por diferentes identidades que dificilmente se sustentam ao longo do tempo. Estão sempre sendo formados ao longo do tempo, como melhor explica Hall (2005, p.38):

Assim, a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes e não inato, existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo “imaginário” ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre “em processo”, sempre “sendo formada”. [...] Assim, em vez de falar de identidade como uma coisa acabada, deveríamos falar de *identificação*, e vê-la como um processo em andamento. A identidade surge não tanto da plenitude da identidade que já está dentro de nós como indivíduos, mas de uma falta de interesse que é “preenchida” a partir de nosso *exterior*, pelas formas através das quais nós imaginamos ser vistos por *outros*.

Ao falarmos de identidade como resultado de um processo inconsciente, podemos retomar a ideia de assujeitamento segundo a AD. Assim como o indivíduo não tem controle

sobre qual ideologia irá sujeitá-lo, esse mesmo indivíduo tem a ilusão de ser o único e real construtor de sua identidade, sem perceber que sua relação com outras pessoas e com o mundo é que o faz construir essa identidade. Esse sujeito acredita que possui sua identidade unificada e formada por ele mesmo e não pelos demais processos sociais em que está inserido. Inconscientemente, formamo-nos, desde criança, a partir da relação com outras pessoas, sem nos desenvolvermos naturalmente por meio do nosso interior. Ao estarmos socialmente integrados, percebemos que estamos sempre em relação com outros e com o mundo e, por esse motivo, é que nossas identidades estão sempre em formação.

Expostas as concepções de identidade ao longo do tempo e suas consequentes rupturas, analisaremos, a partir de agora, o que entendemos por identidade nacional e como ela manifesta-se na pós-modernidade.

2.2 – IDENTIDADES NACIONAIS

Antes de tudo, é necessário reconhecer como as culturas nacionais ocupam uma grande parcela na formulação das identidades individuais. Por muitas vezes, ao falarmos de nós, nos apresentamos como brasileiro, americano, uruguaio, etc, de tal maneira que tomamos essa identificação como parte de nossa natureza essencial, sendo algo que está ligado ao nosso individual e que é usado para melhor nos definirmos. Isso ocorre porque o sujeito tem a necessidade de enxergar-se como parte integrante de uma sociedade. Hall (2005) cita o filósofo conservador Roger Scruton que argumenta:

A condição de homem (*sic*) exige que um indivíduo, embora exista e aja como um ser autônomo, faça isso somente porque ele pode primeiramente identificar a si mesmo como algo mais amplo - como membro de uma sociedade, grupo, classe, estado ou nação, de algum arranjo, ao qual ele pode até não dar o nome, mas que ele reconhece instintivamente como seu lar (SCRUTON, 1986 apud HALL, 2005, p. 48).

Como dito, sentimos uma necessidade em nos identificar como parte integrante de algo mais amplo, principalmente, nossas nacionalidades. Mesmo sendo algo tão natural e muitas vezes feito de forma inconsciente por todos os sujeitos, é necessário perceber que ninguém nasce com essas identidades nacionais, ou seja, elas não são algo inerente em nós e sim formadas em nós. Cada nação carrega sentidos, um sistema de representações culturais que caracterizam sua identidade. Tomamos posse dessas representações e as usamos para formular nossas identidades individuais. Dessa maneira, as pessoas não são apenas cidadãos de uma nação, elas participam da ideia que é representada em sua cultura nacional. Essas

culturas nacionais baseiam-se em construções feitas em tempos passados e que continuam vivos a partir da perpetuação de um mesmo discurso. Uma cultura nacional não é algo concreto e sim algo imaginado, construído historicamente, em suma, trata-se de um discurso.

As nações são tidas como diferentes porque são imaginadas de forma diferentes e adotam discursos próprios. Com isso, as identidades nacionais são fruto de uma cultura propagada em forma de discurso e que é reconhecida e sustentada pelo sujeito. Stuart Hall (2005) apresenta estratégias discursivas que demonstram como surgem e o como se sustentam as identidades nacionais. Estratégias que surgem pela necessidade de manter-se inabalável a cultura de um país. São textos, imagens, documentos que nos recordam as perdas, glórias e desastres que representam e dão sentido a uma nação. Narrativas que sempre retomam os símbolos que ajudam a consolidar o discurso nacional. E, ao ter contato com essas narrativas, o sujeito acredita ser parte dessas representações, parte de algo que preexiste a ele. Além disso, as sociedades sempre retomam tradições, elementos, episódios que permanecem, algumas vezes, adormecidos, mas sempre que necessários são retomados para fundamentar os significados de uma nação. Estamos sempre retomando passados que trazem sentidos para a situação presente de uma cultura. Por isso:

O discurso da cultura nacional não é assim tão moderno como aparenta ser. Ele constrói identidades que são colocadas, de modo ambíguo, entre o passado e o futuro. Ele se equilibra entre a tentação por retornar a glórias passadas e o impulso por avançar ainda mais em direção à modernidade. As culturas nacionais são tentadas, algumas vezes, a se voltar para o passado, a recuar defensivamente para aquele ‘tempo perdido’, quando a nação era ‘grande’; são tentadas a restaurar as identidades passadas (HALL, 2005, p.56).

O discurso da cultura nacional não pode ser moderno, pois precisa retomar o passado que lhe sustenta e que lhe possibilita a manutenção de sua identidade. Só um passado consolidado, de glórias, pode despertar o desejo coletivo de revivê-lo. É por esse motivo que se busca manter fortes e únicas as identidades: a necessidade de se viver em conjunto, de unificar diferentes membros numa mesma identidade. Não importa se uma nação é composta por diferentes classes, raças, gênero, uma identidade nacional sempre irá uni-las, gerando uma unificação que faz com que todos eles carreguem uma representação que conecta esses sujeitos. Muitas vezes, um grupo pode ser esquecido ou ter suas tradições ignoradas a partir do momento em que se elege uma cultura como a verdade absoluta de uma nação. E, com a propagação do discurso que privilegia tais culturas, os outros acabam silenciados. Por isso, a unificação em torno de uma identidade não assegura um ponto de lealdade entre todos os

povos de um país, apenas busca estabelecer uma falsa homogeneidade cultural, na qual todos se sentem representados e parte integrante.

Devemos, então, pensar em identidade cultural como um dispositivo discursivo que representa diferenças por um tipo de unidade. Se afirmamos que a cultura de determinada nação é a realização de pesquisas científicas, por exemplo, estamos expondo que homens e mulheres, pobres e ricos, jovens e velhos fazem parte dessa realidade e estão unidos por esse ponto, apesar de suas diferenças, e mesmo algum deles não fazendo, concretamente, parte dessa realidade, sendo apenas comportados pelo poder do discurso. Assim, “as culturas nacionais contribuem para ‘costurar’ as diferenças numa única identidade” (HALL, 2005, p. 65).

Porém, desde o século XX, as identidades passaram a apresentar rachaduras que denunciam essa forçada unificação. Isso acontece por diversos fatores, mas principalmente pela globalização. Constantes mudanças econômicas, tecnológicas, estruturais e ideológicas em diversas parte do mundo, fazem com que tenhamos sujeitos que não aceitam ser “costurados” pelo discurso de identidade, por não se reconhecerem nele. Além disso, a modernidade gera um encurtamento das distâncias e, conseqüentemente, as culturas nacionais estão mais próximas. Uma identidade, com isso, não é propriedade de uma única nação, pois passa a fazer parte de outras que também já tiveram suas originalidades fragmentadas. As identidades estão cada vez mais desvinculadas de lugares, histórias, tradições e tendem a flutuar livremente. Hall (2005, p. 75) explica:

[...] parece então que a globalização tem, sim, o efeito de contestar e deslocar as identidades centradas e “fechadas” de uma cultura nacional. Ela tem um efeito pluralizante sobre as identidades, produzindo uma variedade de possibilidades e novas posições de identificação, e tornando as identidades mais posicionais, mais políticas, mais plurais e diversas; menos fixas, unificadas ou trans-históricas.

Novas possibilidades de identificação geram a desintegração das identidades tidas como originais e únicas. Mas essa seria apenas uma das conseqüências dos efeitos da globalização, na qual identidades tradicionais de uma nação são abaladas a partir do acesso a novas culturas. Uma outra possível conseqüência dessa globalização seria o reforço das identidades tradicionais, uma vez que, com o contato de novas culturas, o discurso tradicional irá retomar mais fortemente as experiências presentes na memória dos sujeitos, a fim de que eles acreditem apenas no sucesso das identidades já conhecidas e consolidadas durante muito tempo. E a terceira, e última, seria o total declínio das identidades tradicionais, que dariam espaço para o surgimento de novas.

As sociedades modernas, como visto, geram mudanças que trazem como consequência a descentração dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto dele mesmo. Diante disso, Hall (2005) diz que as sociedades vivem uma “crise de identidade”, onde mudanças, ocorridas nos últimos anos, abalam tudo aquilo que era tido como único e forte. E essa crise de identidade, possivelmente, não terá pouco tempo de duração, uma vez que, quanto mais a vida social se torna global, mais as identidades se tornam desintegradas. Mesmo as nações que conseguem sustentar as suas identidades tradicionais passam a fazer isso de maneira diferente, pois, até então, não se tinha a necessidade de estar sempre reforçando um discurso que já era consolidado.

Diante das concepções de identidade e daquilo que se entende por identidade nacional, passaremos a analisar, a partir de agora, como o futebol se tornou uma identidade nacional brasileira e como tal identidade consolidou-se e ainda se sustenta como uma das principais marcas da nação brasileira.

2.3 – O PAÍS DO FUTEBOL

Não há como se pensar em identidade cultural brasileira e não a associar ao futebol. Um esporte que foi adotado por esse país e que se tornou um dos principais traços de sua identidade nacional. Antes de tudo, devemos reconhecer que, quando falamos de futebol brasileiro, estamos falando de um elemento cultural que contribui para formar os sentidos carregados por essa nação, mas também de um esporte nacional que possui traços próprios, um estilo que lhe difere de todas as nações que o praticam. Dessa forma, o futebol impõe traços sobre as representações do Brasil, mas também recebe características tidas como originais do povo brasileiro. Neste capítulo, compreenderemos como, ao longo da história, o discurso do “futebol arte” e do “país do futebol” foram consolidados e passaram a construir essa identidade nacional.

Apesar de ter surgido na Inglaterra, é no Brasil que o futebol encontra o seu maior público. Nenhuma outra atividade física demonstra atrair tanto o brasileiro quanto essa, seja pelo prazer em praticá-lo ou apenas pelo ato de acompanhar e admirar esse universo. Mas como surgiu esse amor pelo futebol e por que o Brasil se destaca entre os outros países quando se trata desse tema? Observamos que, desde cedo, crianças envolvem-se com esse esporte, sendo movidas, na grande maioria das vezes, apenas pelo prazer de uma simples brincadeira. Os campos e quadras de futebol estão por todas as partes: condomínios, escolas,

praças, terrenos baldios, entre outros, e tornaram-se parte natural dos espaços cotidianos do povo brasileiro.

O futebol está presente na programação midiática, nas capas de jornais e revistas, nas escolas e clubes. Trata-se de uma prática desportista criada oficialmente em 1863, que conquistou vários outros países, mas que logo se tornou uma paixão no Brasil. Estudos apontam que o esportista Charles Miller, ao retornar da Inglaterra para o Brasil, trouxe consigo duas bolas com o intuito de convencer seus expatriados britânicos a jogarem futebol. Chegando também aos pés dos brasileiros, a bola foi, gradativamente, tornando-se uma boa amiga do homem nas horas de lazer, nos finais de semana, nos encontros com os amigos...

Homens, mulheres e crianças se reúnem para ir a campos de futebol ou apenas ligam a TV e assistem às partidas no conforto de suas casas ou em locais públicos acompanhados por amigos. Esse é um dos pontos que faz do futebol um esporte diferenciado, uma vez que ele abrange muito além de 22 jogadores, árbitros, técnicos. O futebol quebra limites e chega até a vida de quem o acompanha, mesmo que de fora, fazendo com que as pessoas acreditem serem partes integrantes do esporte e que seu empenho, principalmente na torcida, pode fazer a diferença nos jogos. Isso explica a emoção que os locutores, ao transmitir um jogo por TV ou rádio, tentam levar aos que acompanham, sempre trazendo bordões, frases que geram emoção e que atraem o torcedor, fazendo com que eles se sintam dentro do campo, junto com os jogadores, compartilhando o mesmo sentimento.

A sociedade brasileira, pouco a pouco, aderiu ao prazer da prática futebolística. Os primeiros a praticarem o esporte faziam parte da elite. Ricos e brancos reuniam-se para jogar e, com a frequência e interesse pelo esporte, formavam clubes de futebol. Em 1920, quando o Clube de Regatas Vasco da Gama, do Rio de Janeiro, colocou na formação do seu time jogadores negros, passou-se a desconstruir a ideia de que apenas brancos da elite poderiam praticar esse esporte. Com isso, negros, trabalhadores e homens de baixa renda, que também tinham contato com a bola e praticavam o esporte dentro das suas condições sociais e financeiras, puderam ter a oportunidade de participar dos clubes futebolísticos, surgindo, assim, times de futebol formados por jogadores brancos e negros, de boas e más condições financeiras.

Pecenin (2007) explica que, desde então, o futebol passa a ter um viés social e representativo. Social porque os negros passaram a fazer parte de um campo até então dominado pela elite branca. Não eram apenas negros que passavam a jogar futebol e sim uma classe discriminada que passava a ocupar um novo espaço. Representativo porque uma seleção formada por um grupo de jogadores é, para todo o mundo e para o seu próprio país, a

representação de uma nação. Com o ingresso dos negros, o mundo inteiro passaria a ver a pluralidade racial brasileira.

E essa representação advinda das seleções de futebol não está apenas para uma formação racial colocada através dos jogadores. O time que representa um país carrega consigo vários significados, coisas que acreditamos serem particularidades apenas desse país, traços que fazem parte da sociedade e que são expostos pelos jogadores através de suas atuações. Betty Milan (1998), autora de *O país da bola*, além de trazer características do futebol brasileiro, também explica essa representatividade através do exemplo de outros países. Segundo ela, por exemplo, os italianos jogam fechados na defesa, como se estivessem preparados para uma guerra. Algo que já fez parte da realidade deles. Já os alemães, que sempre jogam de forma planejada e taticamente organizada, seria a própria representação do poder de organização das engenharias desse país.

Diante disso, ela coloca que o futebol brasileiro é visto como algo leve, divertido, o futebol arte, porque os grandes jogadores brasileiros iniciaram brincando nas periferias e não almejando uma carreira profissional. Já Gilberto Freyre, no início do século XX, acredita que os jogadores brasileiros têm “um jeito de jogar futebol baseado na ginga da capoeira, no bailado serpenteante do samba, na malandragem dos morros e na alegria da molecada suburbana” (PECENIN, 2007, p. 38).

São colocações como essas que fazem do futebol uma identidade nacional. Da mesma maneira que toma para si características de uma sociedade, o futebol também leva à sociedade características expostas dentro de campo. Queremos dizer que, até mesmo quem não conhece o Brasil e o povo brasileiro, acredita que somos aquilo que é sustentado pelo discurso em torno do futebol brasileiro.

Esse estilo brasileiro que veio pelo futebol é, até hoje, uma base interdiscursiva que fortalece a imagem do povo brasileiro como alegre e criativo, que, com muito jogo de cintura e sempre no improviso, encontra um jeitinho para solucionar ou escapar das mazelas que afligem sua sociedade. É assim, com esses discursos, que o futebol brasileiro representa o Brasil aos olhos do seu povo e aos olhos do Outro. É o Brasil carnaval, da cerveja e das mulatas (PECENIN, 2007, p. 39).

Diante disso, podemos retornar aos conceitos que explicam como acontece o surgimento e a consolidação de uma identidade. Como Hall (2005) demonstra e como já exposto neste capítulo, uma identidade nacional é um discurso que tem como objetivo unificar os sujeitos de determinada nação. Ao nos depararmos com um discurso propagado através do futebol brasileiro, podemos perceber que foram essas características as responsáveis por

unificar diferentes raças, crenças e classes existentes no Brasil. O futebol deixa de ser apenas um esporte e passa a ser o suporte ideal para propagar um discurso de unificação. E, como bem coloca Pecenin (2007), esse é um discurso que será reproduzido incansavelmente tanto por brasileiros como por aqueles que enxergam os brasileiros. Além disso, é importante ressaltar que muitos brasileiros podem até não gostar de futebol, mas, inconscientemente e involuntariamente, reproduzem e adotam o discurso propagado por ele. Quanto mais se fortalece esse discurso, mais o futebol torna-se um esporte praticado e admirado pela nação brasileira, tomando o título de fenômeno cultural do país.

Mas, antes da expansão desse discurso e do grande sucesso do futebol brasileiro, o apoio a essa atividade eram escassos. O povo cobrava das autoridades mais espaços, estágios para que fossem realizadas as práticas futebolísticas.

Por outro lado, essa paixão crescente pelo futebol não fez com que o poder público se aproximasse desse esporte de maneira formal. Isso, ao menos até o final do anos 20, ainda que os cronistas continuassem insistindo para que as autoridades políticas apoiassem efetivamente os esportes, especialmente o futebol. Pedia-se, por exemplo, que o dinheiro público fosse destinado para a construção de estádios esportivos maiores, condizentes com a crescente demanda de torcedores. Porém, apesar de vários episódios marcando a presença do poder público em relação ao futebol, apenas em 1930 ter-se-ia essa presença de maneira mais significativa. (NEGREIROS, 1998, p.252)

Apenas em 1930, o Governo resolveu atender ao apelo dos brasileiros. Sob a presidência de Washington Luís, a Confederação Brasileira de Desportos recebeu, do Ministério da Justiça e Negócios Interiores, recursos financeiros para que pudesse melhor organizar a participação da seleção brasileira no Campeonato Mundial do Uruguai. Com isso, o Governo poderia melhorar sua imagem e recuperar o prestígio do povo e, desde então, o futebol passa a ser uma ferramenta de poder para o governo.

Com os investimentos e o sucesso obtido pela seleção brasileira nos anos seguintes, além de um maior desenvolvimento dos clubes nacionais, o discurso expresso pelo futebol passa a ser adotado pelo discurso oficial do Estado Novo de Getúlio Vargas. Pecenin (2007) conta que, nessa época, o Brasil era uma República jovem à procura de uma cara própria, algo que a definisse e que pudesse alavancar o patriotismo da nação. O futebol tão expressivo e próprio apresentado pelos brasileiros serviu aos interesses políticos e econômicos da época.

Segundo Fernando Mezzadri (2011), essa paixão dos brasileiros pelo futebol foi afirmada politicamente, a fim de provocar uma boa relação da população com o Governo. Por meio do Decreto Lei n. 3.199, de 14 de abril de 1941, a partir do qual se instaurava um

conselho responsável pelas normas e práticas desportivas do país, o governo decretou de vez a importância desse esporte.

[...] supõe-se que a legislação auxiliou na construção da identidade nacional, pois a bandeira do Estado Novo era a de consolidar a base nacionalista. Possivelmente, nesse caso, a identidade social, representada pelo Estado, tornou-se bastante presente nas configurações dos indivíduos, e o futebol cumpriu seu papel, de maneira direta ou indireta, no processo de fortalecimento do Estado (MEZZADRI, 2011, p.408).

O futebol estava sendo inserido na nação, agora de maneira oficial, com apoio do Governo que procurava centralizar em suas mãos a organização, a fiscalização e a estrutura do futebol. Percebe-se que o Governo tentava encontrar ações que o aproximasse do povo, promovendo ações coletivas, abrangendo o maior número de indivíduos.

De acordo com Hall (2005, p. 48), “as identidades nacionais não são coisas com as quais nós nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da representação”. O Governo viu uma oportunidade para alavancar as representações nacionais, e, através de incentivos, fez com que os sujeitos se reconhecessem neles. E, assim, possibilitou a construção de uma identidade nacional que perdura até os dias atuais. Ideologias foram enraizadas na mente do brasileiro por meio de ações governamentais, fazendo com que os indivíduos absorvessem que, realmente, o Brasil era uma terra abençoada para a prática e desenvolvimento deste esporte e que deveríamos nos sentir representados por eles.

Além do Governo, a mídia também possui o poder de sustentar as identidades nacionais, pois é através dela que, muitas vezes, os discursos são propagados. Notícias, músicas, propagandas, charges, dentre outros, estão sempre retomando discursos bem estabelecidos e que por alguma razão precisam ser retomados. A mídia não produz enunciados ao acaso, pois cada elemento exposto por ela tende a satisfazer seus interesses. Ela precisa de audiência, de anunciantes e de credibilidade para convencer.

No caso do futebol, a mídia brasileira atua como um dos pilares do discurso que traz esse esporte como uma identidade nacional. Para ela, é essencial que as pessoas gostem de futebol, que as pessoas se emocionem e estejam estritamente ligadas a esse esporte, pois são essas pessoas que geram audiência nas transmissões dos jogos, que compram os produtos anunciados, que comentam e repercutem tudo que seja construído por essa mídia. Dessa forma, os meios de comunicação têm o poder de confirmar uma identificação cultural.

Além de fomentar a cultura, a mídia produz o consumo. O futebol tornou-se negócio, uma parte da economia que movimenta financeiramente o Brasil por meio de publicidade. Muitos anunciantes preferem promover seus produtos nas camisas de jogadores, em

propagandas durante transmissões televisivas e até contratam alguns jogadores, que estejam em alta, para que apareçam ou realizem propaganda utilizando determinados produtos ou marcas, despertando, nos torcedores, o desejo de ter tais produtos. As marcas são as maiores patrocinadoras de jogos e de jogadores. Muitos anunciantes investem neste meio pelo rápido alcance e retorno apontado. Com isso, o futebol, impulsionado pela mídia, gera publicidade, que por sua vez gera ainda mais enunciados movidos pelo mesmo discurso.

Porém, os avanços tecnológicos e a forte atuação da mídia também podem abalar as identidades tidas como consolidadas e únicas. Isso porque os sujeitos de uma determinada nação podem ter acesso ao que acontece nos mais variados países. Dessa forma, o futebol brasileiro, tido como referência, pode ser abalado a partir do momento em que a mídia, sistematicamente, divulga atuações de outras seleções ou clubes, fazendo com que o futebol brasileiro perca seu estrelismo ou até mesmo tenha sua maneira de jogar questionada. Da mesma maneira, a identidade brasileira, na qual os indivíduos se reconhecem nas representações vinculadas ao futebol, pode ser esquecida mediante a veiculação de outros problemas sociais do país, por exemplo. Isso pôde ser notado claramente durante a realização da Copa de 2014, fatos que serão tratados posteriormente neste trabalho.

Outro ponto importante a ser colocado sobre a atuação da mídia é que, ao destacar características, ela acaba por silenciar outros pontos. Um exemplo disso é o fato da imprensa divulgar os altos salários de alguns jogadores e quase nunca falar dos inúmeros atletas que tentam sobreviver através do esporte. Ao falar dos astros (jogadores de destaque no mundo), a mídia gera ainda mais conteúdo em torno deles, tornando-os peças fundamentais para a publicidade.

No Brasil, por exemplo, ao deter maior atenção às notícias que veiculam o discurso futebolístico, acaba-se por silenciar outros elementos culturais do país. Com isso, tanto para os outros, quanto para os próprios brasileiros, o discurso propagado pelo futebol é o que acaba tendo mais credibilidade. E como nos explica Hall (2005), a consolidação de determinada identidade tende a silenciar outros traços de uma nação. Na terra tida como o país do futebol, alguém até pode não gostar do esporte, mas, ao ser espalhada essa identidade, os enunciados falam por todos os brasileiros e não apenas por aqueles que se identificam com ela.

Esse discurso é tão forte que faz surgir novas significações para as palavras. Vez ou outra, usamos termos que retomam significados advindos do meio futebolístico, mas que são usadas em novas situações do cotidiano. Expressões que só ganham sentido se retomarmos os sentidos que elas carregam no futebol.

Sentindo-se querido ou cobiçado, o brasileiro garante que o outro lhe “deu bola”. Tendo enganado o opositor, vangloria-se com o verbo “driblar”. Tendo se enganado, confessa que “pisou na bola”. Se excluído da atividade ou grupo, está “fora da jogada”. Se em dificuldade, mas com intenção de vencer, “vai derrubar a barreira” e então clama por “bola pra frente”. Caso, no entanto, abra mão da luta, anuncia que “tira o time de campo”. Ameaça aposentar-se “pendurando as chuteiras”, seja homem ou mulher, presidente da República ou cantora de sucesso. (MILAN, 1998, p.18)

O futebol está tão inserido nas vidas dos brasileiros que até involuntariamente, através de expressões advindas dele, estamos recorrendo aos discursos produzidos por essa identidade cultural brasileira. Como já colocado aqui, as identidades buscam a homogeneidade de uma nação, mas conseguem isso apenas discursivamente, pois nem todos os sujeitos consideram-se inseridos nas representações tidas como típicas do seu país. Nem todos os brasileiros acreditam viver no país do futebol e uma boa quantidade de indivíduos não carregam nenhum tipo de fanatismo por esse esporte. No próximo capítulo deste trabalho, destacaremos como os elementos que sustentam essa identidade brasileira surgem em meio à Copa do Mundo. Um evento que detém a atenção das melhores seleções mundiais e, conseqüentemente, das nações que mais estão atentas ao futebol.

Tomando a Copa do Mundo de 2014, ocorrida no Brasil, como objeto de estudo, buscaremos demonstrar, através dos enunciados produzidos, como o governo, a mídia e a população em geral manifestaram suas visões sobre o atual futebol brasileiro. Nosso objetivo é apontar como o discurso do país do futebol esteve presente durante toda preparação e andamento e por quais motivos estavam sendo sustentados. Além disso, analisaremos se o futebol foi capaz de se apresentar como uma identidade nacional homogênea e se os efeitos da globalização trouxeram alguma consequência para essa identidade nacional brasileira.

CAPÍTULO 3 – A IDENTIDADE DO PAÍS DO FUTEBOL DURANTE A COPA DE 2014

A partir das teorias já apresentadas neste trabalho, buscaremos analisar como um dos principais traços da identidade brasileira, aquele segundo o qual somos o país do futebol, foi sustentado e manifestado nos diversos enunciados produzidos durante a Copa do Mundo de 2014. Desde já, esclarecemos que essa análise não tem como objetivo avaliar os pontos positivos ou negativos desse evento esportivo, nem tão pouco identificar seu legado para a história futebolística e econômica do Brasil. Apenas demonstraremos como um dos discursos que tenta homogeneizar os sujeitos dessa nação foi apresentado e perpetuado através de enunciados sobre esse megaevento. Além disso, será possível compreender como pode ocorrer a fragmentação de uma identidade até então tida como consolidada e como essas rupturas geram as chamadas crises de identidade.

Mas por que escolher os enunciados sobre a Copa de 2014? Primeiramente pelas características desse evento que se tornou uma paixão global, envolvendo 32 países durante 31 dias, e comportando as esferas Federal, Estadual, Municipal e privada. A cada 4 anos, nações se voltam aos acontecimentos ocorridos nos países sedes. Assim, diante de um período no qual o futebol torna-se o assunto principal, fica mais fácil enxergar como ele consegue carregar a representatividade de um país e como sujeitos passam a torcer pelo sucesso das seleções com as quais se identificam. Já a escolha pela Copa no Brasil ocorre pelo fato de estarmos tratando o futebol como um traço da identidade brasileira. Em 2014, não tínhamos apenas mais uma copa do mundo, mas mais uma copa do mundo no país do futebol, o que naturalmente fez com que todo o mundo, principalmente os brasileiros, estivesse atento aos acontecimentos e cada vez mais apto a produzir enunciados que consciente e inconscientemente propagavam o discurso que postula o futebol como uma identidade brasileira.

Outro ponto importante a ser colocado é o fato de que não podemos tecer um diagnóstico final sobre a identidade nacional brasileira após a Copa do Mundo 2014, uma vez que os acontecimentos que, posteriormente, poderão ser retomados pelo funcionamento das memórias discursivas, poderão ganhar diferentes significados com passar do tempo. Em outras palavras, colocamos que é prematuro afirmarmos os concretos resultados que essa copa acarretou à identidade desse país. O histórico 7 a 1, por exemplo, pode significar o início do declínio do futebol brasileiro, mas, ao mesmo tempo, também pode ser o marco inicial de uma nova fase de reconstrução da seleção. Questões como essas não competem a esta tão recente

pesquisa, que somente verificará a presença e as mudanças já existentes na manutenção de um discurso nacional, tomando como base as falas de órgãos públicos, mídia, manifestações, propagandas, dentre outras.

Didaticamente, optamos por demonstrar tais evidências de forma cronológica, trazendo os enunciados produzidos desde o dia do anúncio do país sede da copa de 2014 até a data na qual ocorreu a final entre Argentina e Alemanha.

3.1 – O PAÍS DO FUTEBOL RECEBE A FESTA DO FUTEBOL

Sendo mundialmente conhecido pelo seu amor ao futebol, precisamos agora pensar como foi recebida a notícia de que o Brasil sediaria mais uma copa da FIFA (a primeira aconteceu em 1950). O anúncio oficial ocorreu no dia 30 de outubro de 2007 durante cerimônia realizada na Suíça, sendo transmitida ao vivo pelos principais canais de TV brasileira.

Por mais que o anúncio oficial tenha ocorrido apenas no dia 30, essa escolha já era esperada, uma vez que o Brasil não estava concorrendo com nenhum outro país. Anteriormente, a Federação Internacional de Futebol já havia divulgado que a copa do mundo de 2014 ocorreria em um país da América Latina. Com isso, apenas Brasil e México se candidataram, mas este último veio a desistir de sua candidatura por não cumprir com as exigências impostas. Assim sendo, a FIFA não tinha a missão de escolher o país que sediaria a Copa, a questão era decidir se a copa poderia ou não se realizar no Brasil.

A comissão que representava o Brasil na ocasião era composta pelo presidente da República, ministros, ex-jogadores e até escritor. O vídeo de apresentação do país candidato demonstrava os encantos naturais dessa terra, o seu crescimento econômico e também a paixão que o povo brasileiro tinha pelo futebol. Dessa forma, a cultura brasileira era um dos requisitos importantes, pelo menos para as pessoas que defendiam o Brasil como sede, para que a candidatura fosse confirmada.

A identidade brasileira foi, desde então, um diferencial importantíssimo para que o maior país da América Latina se tornasse sede da copa. As falas do presidente da Fifa e do presidente do Brasil evidenciaram ainda mais isso. Disse Joseph Blatter: “O país que produziu os melhores jogadores do planeta, que tem cinco títulos mundiais, terá o direito, mas também a responsabilidade, de sediar a Copa em 2014”¹. Já Lula destacou: “O mundo terá a

¹ Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/ESP/Noticia/Futebol/Campeonatos/0,,MUL163196-9790,00.html>>. Acesso em: 01 maio 2018.

oportunidade de ver o que o povo brasileiro é capaz de fazer. O futebol para nós, brasileiros, não é apenas um esporte, mas uma verdadeira paixão²”. Percebe-se que ambos destacam a relação do Brasil com o futebol, principalmente Lula, que explica o futebol como uma paixão brasileira e já aponta que o mundo conhecerá tudo aquilo que esse povo é capaz de fazer movido por essa paixão. Esse foi o tom da época e a maneira como a mídia divulgou esse acontecimento.

O site esportivo do sistema Globo publicou, em 30 de outubro de 2007 (dia do anúncio), uma matéria principal com a seguinte manchete: “Oficial!! A copa do mundo é nossa”³. A notícia conta detalhes da cerimônia e destaca a alegria que será receber esse evento, colocando como única dificuldade a escolha posterior das capitais que receberão os jogos. A frase: “a copa do mundo é nossa” foi uma das mais ouvidas na época.

Esse enunciado retoma uma memória discursiva: o primeiro mundial conquistado pela seleção Brasileira em 1958, na Suécia. Após a conquista, Wagner Maugeri, Lauro Müller, Maugeri Sobrinho e Victor Dagô lançaram a música “a taça do mundo é nossa”, para ser ouvida durante os festejos de comemoração. Essa música fez história e foi sempre retomada nos outros anos nos quais o Brasil foi campeão. Além de celebrar a conquista do mundial, a música traz versos que apontam o estilo diferenciado com o qual o brasileiro joga futebol: “Com brasileiro não há quem possa” e “ganhou a taça do mundo sambando com a bola no pé”.

O interessante é que, nessa oportunidade, após o anúncio da copa, essa memória é retomada a partir de uma nova composição, sai a palavra *taça* e entra *copa*, o que produz um novo sentido para esse enunciado. Muitos meios de comunicação e sites oficiais usaram esse enunciado para demonstrar que a realização da copa do Brasil traria uma alegria equivalente àquela sentida quando se ganha uma copa do mundo. Indiretamente, buscava-se fazer com que as pessoas criassem expectativas positivas após o anúncio da realização da copa do Brasil. Percebe-se, assim, que a retomada da música acontece justamente com o intuito de retomar a memória de euforia diante da vitória ocorrida em 1958. Como já visto neste trabalho, a memória discursiva é retomada com o intuito de ressignificar e produzir um novo enunciado.

Além da identidade cultural brasileira, esse anúncio destacou o desenvolvimento vivido no Brasil. Com a economia avançada e ganhando cada vez mais destaque no cenário internacional pela sua força industrial e principalmente pelo crescimento contínuo, o Brasil traz ainda mais o foco mundial para si. Um dos principais objetivos do governo era tornar o

² Idem.

³ Idem.

Brasil um destino turístico, projetando sua imagem para o exterior, e também provando sua capacidade de sediar grandes eventos.

Acreditava-se que a copa traria um grande legado estrutural para o país. Novos aeroportos, metrô, estádios e várias outras melhorias faziam parte do planejamento de preparação para o evento, cujo financiamento viria, em sua maioria, pela esfera privada. No dia 14 de janeiro de 2008, o site *O Estadão Esporte* trouxe a manchete “pesquisa revela expectativas do brasileiro para copa de 2014”⁴. A notícia apresenta uma pesquisa na qual é revelado que grande parte dos brasileiros acreditam que problemas crônicos enfrentados pela população serão combatidos pelos investimentos advindos da realização para a Copa de 2014.

É importante ressaltar que grande parte desse sentimento otimista se deu pela retomada de memórias que, ao serem colocadas, trazem à tona o sentimento vivido em momentos de glórias. Fosse sobre os jogos, sobre a bela campanha da seleção em copas passadas, pelo desenvolvimento em outros países que sediaram o evento, enfim, sobre os mais diversos aspectos, mas que só puderam se materializar a partir de um enunciado que os retomavam.

Diante disso tudo, era quase impossível não comemorar essa notícia. O país do Futebol festejava a chegada da maior festa do futebol, pois, além das alegrias advindas dos jogos, o futebol traria diversas melhorias para o povo que é ideologicamente representado por esse esporte.

3.2 – ENTRAM EM CAMPO DOIS TIMES: OS CONTRAS E OS FAVORÁVEIS

Como exposto, a confirmação de que a copa de 2014 aconteceria no Brasil trouxe bastante euforia para grande parte da população brasileira. Mas esse sentimento não foi permanente e muito menos unânime durante o tempo de preparação para o evento. Pelo contrário, ele enfraqueceu e quase não foi mais percebido. Houve, entretanto, quem continuasse defendendo a sua realização, mas sempre sendo confrontados por aqueles que não acreditavam no sucesso da copa. Neste tópico do trabalho, queremos demonstrar como ambos os lados expuseram suas ideias e, principalmente, que estratégias discursivas esses grupos adotaram para sustentar seus posicionamentos, visando apontar como os traços da identidade nacional e a fragmentação dessa mesma identidade estiveram presentes nos mais diversos enunciados. Dessa maneira, não podemos desconsiderar o processo de preparação da copa,

⁴ Disponível em: <<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,pesquisa-revela-expectativas-do-brasileiro-para-a-copa-de-2014,109326>>. Acesso em: 10 maio 2018.

uma vez que nesse período acontece boa parte da produção de enunciados que, posteriormente, poderão interferir na maneira como o mundo enxerga o futebol brasileiro.

Antes de tudo, faz-se necessário reafirmar o importante papel exercido pela mídia no processo de criação e manutenção de uma identidade. Ela é a responsável por propagar discursos a partir da formulação de novos enunciados. Estamos destacando esse papel midiático para esclarecermos, desde então, que a mídia brasileira é uma das grandes responsáveis por aquilo que os brasileiros passaram a enxergar da Copa do Mundo de 2014. Como já visto, o futebol, para a mídia, é um importantíssimo meio econômico, por mover propagandas e, principalmente, audiência. Sendo esses alguns dos motivos que os levam a sustentar a identidade do país do futebol.

Porém, a mídia brasileira, especificamente na copa de 2014, era movida não apenas pelo interesse em construir o sucesso comercial do evento. Tivemos uma mídia ambígua que, ao mesmo tempo que sustentava a paixão pelo futebol, agia politicamente, visando descredibilizar o governo da época.

Os principais meios de comunicação brasileiros são liderados por indivíduos da elite, por isso, existia um interesse em enfraquecer mais um governo do PT (Partido dos Trabalhadores), uma vez que tal partido completava 12 anos consecutivos na ocupação do cargo mais alto do Executivo. Sendo 2014 um ano de eleição, os partidos de direita almejavam a propagação de erros e fracassos cometidos durante o governo vigente, o da presidenta Dilma Rousseff. Dessa forma, as falhas durante a preparação para a copa foram altamente divulgadas, movidas, em sua grande maioria, pela intenção em alcançar tal objetivo.

Já após a copa de 2010, ocorrida na África do Sul, todos os holofotes se voltaram a preparação e andamento do planejamento para copa no Brasil. Desde o início da execução do plano, constatou-se atrasos nas obras e um leve abandono daquilo que havia sido programado. As obras de estádios, aeroportos e demais infraestruturas foram um dos principais problemas enfrentados pelo comitê organizador da copa. Os atrasos geraram, além da preocupação, diversas críticas e atenção redobrada da imprensa. Observemos a capa da revista *Veja* publicada em 25 de maio de 2011:



Imagem 1- Capa da revista *Veja*⁵

A capa expõe um enunciado composto por imagem e por construções verbais. O efeito de sentido produzido refere-se à forma lenta e, conseqüentemente, incompetente com que o governo estava desempenhando as obras prometidas. Vale ressaltar que o sujeito responsável por esse enunciado, a revista *Veja*, possui um público leitor de classe média que, na época, demonstravam-se insatisfeitos com o governo do PT.

As frases “por critérios matemáticos, os estádios da copa não ficarão prontos a tempo” e “No ritmo atual, o Maracanã seria reaberto com 24 anos de atraso” demonstram explicitamente o atraso nas obras. Já a imagem do enunciado retoma algo já conhecido, o *slogan* da copa. Mesmo apresentando uma nova composição, com a presença de luva e capacete de operário, a associação ao símbolo da copa acontece de forma imediata. Como explica Courtine (2005), através do seu conceito de intericonicidade, imagens já instauradas em nossas memórias são retomadas e passam a apresentar novas significações a partir dos interesses discursivos de quem o retoma. O *slogan* aqui deixa de representar apenas a copa do mundo de 2014 e passa a ser usado como elemento para divulgar os atrasos das obras, mas sem perder totalmente seu sentido original, uma vez que ainda a associamos à copa.

Tudo aquilo que havia sido divulgado ou imaginado pela população, logo após a confirmação da realização da copa, ia desmoronando a cada nova notícia que constatava a

⁵ Disponível em: <<http://osamigosdopresidentelula.blogspot.com.br/2013/04/lula-dilma-e-trabalhadores-no-lo-jogo.html>>. Acesso em 10 maio 2018.

incapacidade do governo brasileiro em sediar o evento. Entre os problemas mais repercutidos estavam: os atrasos em quase todas as cidades sedes; os estádios superfaturados e construídos em cidades sem grandes times de futebol, além de estarem sendo financiados quase que exclusivamente pelo governo (esperava-se a iniciativa privada); falta de estrutura nos transportes municipais; aeroportos insuficientes; dentre outros.

E todo esse clima de desorganização e fracasso, que cada vez mais tiravam o protagonismo do futebol em sua própria festa e no país apontado como sua casa, teve o seu ápice nas manifestações ocorridas em junho de 2013, às vésperas do início da Copa das Confederações (evento-teste da copa promovido pela FIFA). É necessário colocar que as manifestações não ocorreram apenas em protesto à copa, havia outras reivindicações, mas foi através de enunciados produzidos durante tais ocorridos que verificamos as rachaduras existentes na identidade do país do futebol.

Pessoas que até então identificavam-se com um único discurso, o que aponta os brasileiros como verdadeiros amantes do futebol, manifestaram-se contrariamente ao maior evento desse esporte. Logicamente que não estamos deslegitimando tais manifestações, queremos apenas expor que a paixão, digna de um país tido como a terra do futebol, não foi enxergada da mesma forma que essa identidade nos faz imaginar. Dessa forma, o futebol, que tantas vezes serviu para propagar a imagem de um brasileiro alegre, festeiro, com gingado, também serviu para dar voz aos tantos que não se identificam com esse discurso e, em plena festa daquilo que muitos acreditam ser algo precioso para o brasileiro, estavam preocupados em reivindicar outras questões que, para eles, eram prioridades.

E foram além disso, pois usaram as expressões advindas do próprio meio futebolístico e também da copa para manifestarem suas lutas, fosse através de cartazes ou gritos. Os enunciados que retomavam tais expressões eram usados tanto para criticar a copa, como também outros problemas brasileiros. No quadro abaixo, vamos expor alguns dos enunciados que circularam nessas manifestações e que utilizaram, em suas construções, interdiscurso ou alguma memória discursiva sobre o futebol:

Enunciados	Interdiscurso/ memória discursiva
------------	-----------------------------------

Pula sai do chão contra o aumento do busão ⁶	Retoma um grito comum em arquibancadas de torcidas: “pula sai do chão faz ferver o caldeirão”. Essa memória faz com que esse novo enunciado produza o sentido de que o brasileiro precisa usar a mesma força de uma torcida para lutar contra os abusos sofridos na sociedade.
O povo acordou ⁷	Retoma outro grito comum nas torcidas: “O campeão voltou”. Quando cantados em estádios, tal grito simboliza a boa atuação de um time que fraquejou nos últimos jogos, mas que voltou a ser campeão. Mesmo com uma construção verbal diferente do original, o novo enunciado, cantado no mesmo ritmo do grito da torcida durante as manifestações, constrói o sentido de que a força do povo voltará a vencer. Algo idêntico ao que Pêcheux traz à tona a partir da explicação do “on a gagné”. Em ambos os casos, um enunciado sai do campo esportivo e passa a construir novos sentidos no campo político.
Queremos escolas e hospitais no padrão FIFA ⁸	Além de trazer o discurso que fala das péssimas condições das escolas e hospitais brasileiros, também retoma as informações que davam conta das grandes exigências feitas pela FIFA. A partir dessa relação, faz crítica à Copa do Mundo.
Brasil, vamos acordar, um professor vale mais do que Neymar ⁹	Envolve, num único enunciado, três discursos: os altos salários pagos aos jogadores profissionais; os baixos salários dos professores; e o da própria identidade brasileira tratada neste trabalho. A partir da relação, expõe que o futebol não pode estar acima dos problemas nacionais.
Enquanto te roubam,	Já nesse enunciado, há uma crítica ao lugar que o futebol ocupa

⁶ Disponível em: <<https://www.bol.uol.com.br/copa-2018/noticias/2018/03/11/desempenho-da-selecao-na-copa-vai-ajudar-direita-ou-esquerda-nas-eleicoes.htm>>. Acesso em: 5 maio 2018.

⁷ Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/18/manifestantes-gritam-palavras-de-ordem-pela-paz-e-contra-a-pm-em-sp.htm>>. Acesso em: 5 maio 2018.

⁸ Disponível em: <<http://estudarfast.blogspot.com.br/2013/06/queremos-escolas-e-hospitais-no-fifa.html>>. Acesso em: 5 maio 2018.

⁹ Disponível em: <<http://www.sinprodf.org.br/vamos-acordar-o-professor-vale-mais-do-que-o-neymar/>>. Acesso em: 6 maio 2018.

você grita GOOL ¹⁰	no Brasil. Assim sendo, tenta enfraquecer a identidade brasileira como o país do futebol, partindo do pressuposto de que a mesma produz certa alienação.
-------------------------------	--

Destacamos apenas alguns dos enunciados produzidos nesse período de intensas manifestações. Mas, a partir deles, fica evidente como o futebol deu espaço a outras diversas questões, principalmente as políticas. O futebol até parecia ter assumido o papel de vilão diante dos inúmeros problemas enfrentados pela população desse país. Um outro enunciado que evidencia claramente isso e que ganhou grande repercussão durante muito tempo foi o: “não vai ter Copa!”¹¹. Sujeitos, que discursivamente fazem parte de uma mesma identidade, gritavam que não existia espaço para copa na própria terra do futebol. Porém, vale destacar que foi através da copa e, conseqüentemente, do futebol, que o brasileiro foi ouvido. Como melhor explica Marques (2015, p. 38):

De qualquer modo, vale insistir, foi através do futebol e de sua importância para a sociedade brasileira, que se tornaram mais explícitos esses conflitos de interesses. Esse é, talvez, o maior legado da Copa. O enfrentamento político com o Brasil diante do espelho.

Mais uma vez, o futebol é a janela para se conhecer o Brasil e o seu povo. Cada vez mais, a partir dessas manifestações e da ampla divulgação feita pela mídia, acreditava-se no fracasso que seria o acontecimento da Copa. Destacamos, com isso, que o discurso impresso pela mídia foi um dos que mais desqualificou a capacidade brasileira em sediar esse megaevento.

Porém, não se podia deixar completamente de lado o prazer pelo futebol, uma vez que o mercado econômico da bola precisava funcionar. As propagandas foram, neste momento onde tudo se voltava contra o evento, os principais responsáveis por propagar o discurso da identidade nacional, principalmente com o objetivo de fazer com que as pessoas, movidas por essa identidade, comprassem produtos, ingressos, camisas etc.

Uma das grandes empresas responsáveis em criar enunciados que retomassem esse discurso foi a AMBEV (companhia de bebidas da América), através da divulgação da cerveja Brahma. Durante o período de preparação e de intensas críticas sobre o evento, era comum ouvir pessoas falarem “Imagina na Copa”, induzindo que os problemas existentes iriam se

¹⁰ Disponível em: <<http://www.desistirnunca.com.br/enquanto-te-roubam-voce-grita-gol/>>. Acesso em: 6 maio 2018.

¹¹ Disponível em: <<https://apublica.org/2014/02/quem-grita-nao-vai-ter-copa/>>. Acesso em: 6 maio 2018.

agravar ainda mais durante a copa. Por meio de um marketing tendencioso, mas extremamente criativo, eles lançaram a campanha “Imagina a festa”, que divulgava vídeos no YouTube e na TV, tentando, assim, desqualificar os discursos pessimistas sobre o evento e trazendo à tona a capacidade que o brasileiro tem de realizar grandes festas. Vejamos um dos cartazes da campanha:



Imagem 2- Pessimistas, pensem bem¹²

Vemos, no anúncio, o ex-jogador Ronaldo, um representante do bom futebol brasileiro, com roupas e gestos que retomam o já conhecido cartaz de Tio Sam. Mesmo tendo outro personagem e com uma construção verbal diferente do já tradicional símbolo americano, esse enunciado continua transmitindo a impressão de uma ordem. Além disso, as cores, verde e amarelo, geram uma maior identificação com o público brasileiro. Assim como o Exército dos Estados Unidos precisava de homens, o futebol brasileiro precisava dos seus torcedores e por isso os pessimistas deveriam pensar melhor e reconhecer a grande festa que seria a copa. Para entendermos melhor como funcionou essa campanha, vejamos o texto narrado em um dos vídeos comerciais do “imagina a festa”:

O Brasil é o país do futebol, mas também é o país das festas. Por isso, a nossa Copa do Mundo da Fifa vai ser a melhor de todas. Alguns insistem que nossos aeroportos não vão dar conta, que o trânsito vai ser um caos e sempre dizem: se está assim agora, imagina na copa. Pessimistas, pensem bem! O país que faz os maiores clássicos, o réveillon e o carnaval vai fazer a maior festa já vista. Vamos imaginar como os aeroportos estarão lotados: sim, estarão, de torcedores empolgados e de atletas incríveis. Vamos imaginar como teremos engarrafamentos: sim, teremos, de trios elétricos. Imagina as praias, imagina as cidades, imagina o Brasil. Imagina que onde houver

¹² Disponível em: <<http://santazona.blogspot.com.br/2012/10/desconstruindo-propaganda-da-brahma.html>>. Acesso em: 10 maio 2018.

futebol, vai ter Brahma e onde houver Brahma, vai ter festa. Imagina a festa. (BRAHMA, 2012).¹³

A mensagem transmitida através de texto e das imagens que apareciam no vídeo apenas evidencia o discurso de que o brasileiro sabe fazer festa e, por isso, essa seria a maior copa da história. Não há motivos para se pensar em outros problemas diante da grandiosidade desse evento. Notamos, com isso, como o mercado usa a identidade, ou seja, algo que culturalmente tende a ser adotado pelas pessoas, para vender os seus produtos. Mas também é através desse mesmo mercado que discursos tão antigos continuam instaurados nas pessoas que sempre os retomam, nem que sejam involuntariamente.

Nessa mesma linha de propaganda, na qual o brasileiro tem quase por obrigação apoiar a seleção, a Sadia lançou a campanha: “joga pra mim”¹⁴. Nela, crianças e jovens nascidos após 1950 pediam aos jogadores para jogarem por eles, pois precisavam sentir a sensação de serem campeões mundiais.

Além do comércio e dos patrocinadores oficiais, o governo federal era outro setor bastante interessado em fazer com que os brasileiros apoiassem a copa do mundo. Para isso, também utilizaram o discurso que caracteriza o futebol como uma paixão brasileira. Foi, então criado, o slogan “Pátria de chuteiras”¹⁵. A campanha exibia vídeos que demonstravam que a copa no Brasil seria uma grande copa, principalmente pela paixão que os brasileiros tinham pelo futebol e por sermos a pátria das chuteiras.

Tudo o que envolvesse copa do mundo de 2014 tomava grandes proporções. Políticos, FIFA, comentaristas e jogadores passaram a calcular tudo aquilo que ia ser falado e, posteriormente, divulgado pelo país e pelo mundo. Pelé, rei do futebol, deu, em 19 de junho de 2013, uma das declarações que mais repercutiram: “Vamos esquecer toda essa confusão que está acontecendo no Brasil e vamos pensar que a seleção brasileira é o nosso país, o nosso sangue. Não vamos vaiar a seleção, vamos apoiar até o final”¹⁶. A fala de Pelé expressa o discurso de que, no Brasil, a seleção é a prioridade e que nenhum motivo é suficiente para pararmos de apoiá-la. Na ocasião, o rei do futebol foi duramente criticado, pois muitos entenderam que ele estava descredibilizando as manifestações da época. Porém, é importante ressaltar que, assim como Pelé, alguns torcedores brasileiros passaram a participar das manifestações, mas sempre deixando claro que não torciam contra a seleção. Um enunciado

¹³ Disponível em: <<https://youtu.be/0sRXCwvehrw>>. Acesso em: 10 abril 2018.

¹⁴ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=XTeuftYLDp>>. Acesso em: 8 maio 2018.

¹⁵ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=529hcz2sKhg>>. Acesso em: 8 maio 2018.

¹⁶ Disponível em: <http://www.espn.com.br/noticia/337369_vamos-esquecer-toda-essa-confusao-no-brasil-e-pensar-na-selecao-pede-pele> Acesso em: 6 maio 2018.

típico desse posicionamento foi: “Esse protesto não é contra a seleção e sim contra a corrupção”¹⁷.

Após o início dos jogos da Copa das Confederações, esse clima tão conflituoso diminuiu, uma vez que a própria seleção brasileira foi campeã. Além do sucesso em campo, o Brasil também conseguiu realizar o evento teste sem grandes problemas, o que fez com que muitos pessimistas passassem a ver a chegada da copa com outros olhos. Mesmo assim, muitas pessoas continuaram insistindo no seu fracasso.

Já em 2014, ano do evento, tais problematizações continuaram acontecendo. Mas, devido a aproximação da data agendada para o início dos jogos, nota-se que grupos favoráveis à copa passaram a atuar mais fortemente. A grande intenção era ofuscar as críticas e problemas deixados na preparação e fazer com que o país do futebol festejasse os jogos e todo o prazer de receber a maior festa do futebol. Em 23 de maio de 2014, o Jornal *Folha de São Paulo* publicou uma das notícias que mais repercutiram na época:

FOLHA DE S. PAULO

Desde 1921 folha.com.br

DIRETOR DE REDAÇÃO: OTAVIO FRIAS FILHO ANO 94 • SEXTA-FEIRA, 23 DE MAIO DE 2014 • Nº 31.096 EDIÇÃO SP/DF • CONCLUÍDA ÀS 05H59 • R\$ 3,00

COM CIRCO E ESPORTES, GUIA FOLHA REÚNE PROGRAMAS PARA CURTIR EM FAMÍLIA Pág. 10 RECEBA HOJE 

O MUNDIAL E OUTRAS DESPESAS DO GOVERNO

Em R\$

Compra da refinaria de Pasadena	2,8 bi
Transposição do São Francisco	8,2 bi
Um ano de Bolsa Família	24,7 bi
GASTO TOTAL DA COPA	25,8 bi
Hidrelétrica de Belo Monte	30 bi
Gasto anual em saúde*	206 bi
Gasto anual em educação*	280 bi
Gasto federal anual*	1,2 trilhão
Gasto público total anual* (União, Estados e municípios)	2 trilhões

*Estimativas conforme medições feitas em 2011, com valores atualizados de acordo com o crescimento da economia. Fonte: Portal da Transparência do governo federal.

Copa custa só um mês de gastos com educação

Investimentos equivalem a cerca de 9% das despesas com a área no país

Apesar de serem mais altos hoje que o previsto no início, os investimentos para a Copa representam parcela relativamente pequena dos orçamentos públicos. Os gastos de União, Estados e municípios para o evento somam R\$ 25,8 bilhões.

Esse valor equivale, por exemplo, a 9% das despesas públicas anuais em educação, de aproximadamente R\$ 280 bilhões — o que seria suficiente para custear cerca de um mês de gastos com a área. A comparação, porém, deve ser relativizada.

Isso porque, no futuro, financiamentos a estádios e a outras obras serão ressarcidos. Além disso, o gasto começou há sete anos, concentrado nos últimos três.

No entanto, são raros no país os projetos que mobilizam tantos recursos. O Mundial custará o triplo do que se planeja gastar na transposição do rio São Francisco.

Como os números devem ser atualizados, é provável que se aproximem mais dos R\$ 30 bilhões da usina de Belo Monte, no Pará.

As obras de infraestrutura custarão ao menos R\$ 4,5 bilhões acima das previsões iniciais. No caso dos estádios, o custo original total era de R\$ 5,9 bilhões e, de lá para cá, subiu 36%. Poder A8

Imagem 3 - Capa do Jornal Folha de São Paulo¹⁸

Com uma matéria bem diferente das divulgadas anteriormente, o jornal inova e traz um tom ameno para tratar dos gastos com a copa. Tomando como base comparativa os gastos

¹⁷ Disponível em: <<https://escolartrabalho.wordpress.com/2013/06/25/esse-protesto-nao-e-contra-selecao-mas-sim-contra-a-corrupcao-ogiganteacordou-cartaz-protesto-cartazes-manifestacoes/>>. Acesso em: 6 maio 2018.

¹⁸ Disponível em: <<http://www.blogdojoseprata.com.br/detalhe-noticia/folha-ldquocopa-custa-so-um-mes-de-gastos-com-educacaordquo--defesa-de-hospitais-e-escolas-ldquopadrao-fifardquo-e-disputa-eleitoral>>. Acesso em: 13 maio 2018.

do governo brasileiro com educação durante um mês, o autor deseja demonstrar que os gastos com a copa não são tão alarmantes como os meios de comunicação e grupos opositores ao governo estão divulgando. Observemos que esse enunciado é opaco, ele possui partes visíveis e outras ocultas. Sabemos que o autor pretende amenizar a ideia que se tem dos gastos com a copa, mesmo não sendo colocado explicitamente no enunciado. Mas essa observação só é possível a partir do enunciado posto, ou seja, é oculta porque nem tudo está exposto através dela, mas é visível porque toda compreensão só surge a partir da linguagem colocada. Exemplos como esses acontecem o tempo todo sem que percebemos, pois nossa capacidade cognitiva já faz isso sem muitos esforços. Ao nos apropriarmos dessa ideia, podemos visualizar muito mais coisas por trás das notícias e publicidades da copa do mundo.



Imagem 4 - Campanha de ingressos do governo¹⁹

A publicação, feita no site do governo, tenta desconsiderar as notícias que divulgavam a copa do mundo como um evento para ricos. Para entendermos tal enunciado, precisamos retomar algo que esteja em nossa memória, algo que já foi lido e ouvido, e que o sujeito consegue retomar a partir desse novo enunciado. Nesse caso, seria o discurso de que os preços altos dos ingressos dos jogos impedem que os mais pobres participem. Comprendemos, com

¹⁹ Disponível em: <<https://marcosimperial.blogspot.com.br/2014/06/governo-com-tarifas-de-r-30-copa-e-mais.html?zx=6c420a71ba6c143a>>. Acesso em: 13 maio 2018.

isso, que nenhum enunciado é totalmente novo (ideia de interdiscurso), ele sempre retoma algo já colocado para criar um novo enunciado, algo que essencialmente ainda não foi dito (ideia de intradiscurso). É importante ressaltarmos isso, pois enunciados como esses permearam todo o período de preparação da copa, sendo usado pelos opositores e pelos situacionistas do evento.

O clima mais ameno e que celebrava a realização da copa foi aumentando e, na abertura oficial, ele já era predominante. Os meios de comunicação que, movidos por questões políticas, continuavam a criticar o evento organizado pela FIFA, perderam força diante dos inúmeros que festejavam e cobriam a copa. Houve algumas manifestações dentro dos próprios estádios durante os jogos da seleção brasileira, mas nada que tirasse o foco da imensa torcida e dos jogadores. As pequenas falhas estruturais ocorreram e estavam sempre sendo divulgadas, mas o tão aguardado fracasso não aconteceu e a mídia, de forma geral, se viu obrigada a noticiar os jogos e os torcedores dos vários países envolvidos.

3.3 – O HISTÓRICO 7X1

O futebol aconteceu e foi destaque durante os principais jogos. A seleção brasileira, comandada por Luiz Felipe Scolari, teve atuações que empolgaram a torcida. Foram, ao todo, cinco jogos, tendo como adversários: Croácia, México, Camarões, Chile e Colômbia, até chegar às semifinais e enfrentar a Alemanha. Foi nesse jogo que o Brasil viu o sonho do hexacampeonato ficar para 2018.

Porém, antes de falarmos desse jogo, analisaremos um pouco a campanha feita pela seleção Alemã, uma vez que a própria, desde sua chegada ao Brasil, adotou um discurso que fugia da identidade direcionada a eles durante muitos anos. Vistos como sérios e extremamente rigorosos na formação do seu esquema tático, os alemães tentaram mudar essa imagem e adotaram um discurso bem semelhante àquele atribuído ao time brasileiro. O objetivo era ganhar o respeito e a admiração dos torcedores da casa e passar a ser a segunda seleção mais apoiada nessa copa. Em dezembro de 2013, a Federação alemã divulgou um vídeo no qual os jogadores tentavam falar português. Uma imagem que fazia parte do vídeo ganhou grandes proporções e foi bastante divulgada na época:



Imagem 5 - Alemanha brasileira²⁰

O enunciado tenta construir a imagem de uma Alemanha semelhante ao futebol brasileiro. Com a frase: “vocês nem imaginam o quanto de Brasil existe dentro de nós”, tenta-se convencer que essa seleção também carrega traços da identidade brasileira: um futebol alegre, de ginga, e movidos por uma paixão. Esse foi apenas alguns dos inúmeros feitos dessa seleção que muito tentou assemelhar-se ao discurso brasileiro. E eles conseguiram, pois foram uma das seleções mais apoiadas durante o evento. Os jogadores esbanjaram simpatia, tiraram fotos com índios, comentavam e apoiavam os jogos da seleção brasileira, fizeram passeios públicos e alguns até comentaram as novelas nacionais em suas redes sociais. Estamos destacando isso com o objetivo de mostrar como o discurso sobre o futebol brasileiro e os seus torcedores é consolidado aos olhos dos Outros, ao ponto de seleções lhe adotarem buscando ser bem aceitos.

Dito isso, voltemos à semifinal da copa. Nela, o país do futebol assistiu ao maior vexame de toda sua história. Nos gramados do Estádio Mineirão, em Belo Horizonte (MG), o Brasil perdeu a partida disputada contra a Alemanha por um placar devastador de 7x1.

O futebol, que sempre foi algo presente na sociedade brasileira, acabou sofrendo um grande abalo por conta dessa derrota histórica. Nas redes sociais, a partida entre o Brasil e a Alemanha foi o evento esportivo mais comentado da história da internet, com cerca de 35,6 milhões de tweets. A sensação de perda era tão devastadora que chegou a ser comparada com o sentimento de comoção vivido durante a trágica morte do piloto da Fórmula 1 Ayrton Senna. O clima era de indignação, perplexidade e desolação. Até hoje, o meio futebolística

²⁰ Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/esportes/copa-2014/alemanha-divulga-campanha-com-jogadores-falando-em-portugues-10988828>>. Acesso em: 12 maio 2018.

relembra a situação e busca apontar as possíveis causas que levaram o Brasil a perder de uma maneira tão vergonhosa.

A perplexidade não ocorreu apenas pelo vantajado placar, mas pelo fato do derrotado ser a seleção nacional mais vitoriosa de todos os tempos, a seleção do país do futebol, a seleção que jogava a copa em sua própria casa. A terra dos melhores jogadores e do futebol arte ganhou as capas de jornais e revistas por mostrar exatamente o contrário do que se esperava. Após o encerramento do jogo, o jogador da seleção brasileira, David Luiz, ainda em campo, concedeu uma entrevista na qual afirmou: “Eu só queria dar uma alegria a meu povo, só queria ver meu povo sorrir. Todos sabem como era mais importante para mim ver o Brasil todo feliz pelo menos por causa do futebol. É um sonho que termina, um dia vou alegrar esse povo todo de uma forma”²¹.

A fala do jogador expõe, claramente, a forma diferenciada como o futebol é visto e vivido no Brasil, sendo ele capaz de levar grandes alegrias ao seu povo, mesmo nas mais diversas adversidades. Demonstra que a seleção não atua apenas com o objetivo de ganhar títulos, mas também pelo povo que têm o futebol quase como uma religião. Esse sofrimento foi destaque nos enunciados sobre esse jogo:

²¹ Disponível em: <http://www.ebc.com.br/esportes/copa/2014/07/david-luiz-eles-foram-melhores-se-prepararam-melhor>. Acesso em: 8 maio 2018.



Imagem 6 - Massacre brasileiro²²

Publicações como essa, feita pela *Gazeta* de Vitória foram bastantes comuns. Fotos com os mais diversos rostos de brasileiros demonstravam como o futebol atinge os mais diferentes públicos, cumprindo com uma das premissas para a construção de uma identidade: a necessidade da unificação das diferenças.

Mas essa identidade foi, sem sombra de dúvida, estremecida por esse episódio, pois ele quebra a consolidação de um discurso. Como já visto, Hall (2005) explica que a crise de identidade surge a partir de um processo de mudança que provoca um abalo nos quadros referenciais. Se o Brasil era referência por suas brilhantes atuações, passa a ser questionado por esse episódio, pois ele se tornará parte de sua história, podendo ser retomado em acontecimentos futuros.

Para alguns profissionais da mídia, esse jogo tornou-se motivo para questionar a qualidade do futebol brasileiro. Após dois dias do jogo, o jornal *Correio*, de Salvador, estampou a manchete: “Vexame na copa mostra diferença entre gestão e o jeitinho

²² Disponível em: <<https://www.megacurioso.com.br/copa-do-mundo-2014/44834-30-capas-de-jornal-sobre-a-copa-para-voce-sofrer-ainda-mais.htm>>. Acesso em: 8 maio 2018.

brasileiro”²³. A matéria compara os perfeitos planejamentos feitos na Alemanha, onde se investe no futebol desde a base, com o futebol no Brasil, onde quase sempre conta apenas com o talento nato dos seus jogadores e vão levando as coisas com o já conhecido jeitinho brasileiro. Nessa mesma linha, sites esportivos passaram a enfatizar como, cada vez mais, a partir de um planejamento rigoroso, a Alemanha vem tornando-se o verdadeiro país do futebol. Dessa forma, o que demorou anos sendo construído por bons jogadores, levou alguns minutos para ser colocado à prova. Porém, outros passaram a divulgar as glórias da seleção, fazendo isso, como explica Hall (2005), para manter uma identidade nacional através da retomada de acontecimentos passados.

Diante desse episódio, notamos que a catástrofe, que tanto a imprensa torcia para que acontecesse, não aconteceu no funcionamento estrutural da copa, mas ocorreu durante esse jogo da seleção brasileira.

3.4 – O QUE A COPA DE 2014 DEMONSTROU SOBRE A IDENTIDADE BRASILEIRA?

Como já colocado neste trabalho, a construção da identidade cultural nacional brasileira tem o futebol como um dos seus principais traços. Porém, ninguém nasce com essas identidades, pois essas são formadas em nós ao longo do tempo e a partir do nosso contato com o meio social. Nenhum brasileiro nasce predestinado a jogar ou gostar de futebol. Mas, num país com altos níveis de desigualdade, esse é um dos únicos esportes disponíveis para todas as classes aqui existentes. Talvez, por isso, seja o esporte mais encontrado nas ruas e que mais desperta nosso interesse.

Ao nos reconhecemos como brasileiros, já carregamos, involuntariamente, as representações do país do futebol. Um discurso consolidado através de grandes resultados conquistados ao longo da história e por apresentarmos um jeito único de jogar futebol (o drible, o gingado, a alegria). Porém, esse discurso não foi criado e sustentado por tanto tempo apenas por prazer, mas pela necessidade de unificar, discursivamente, uma nação. Mas a modernidade revelou que as identidades nacionais estão sendo cada vez mais fragmentadas. E, no Brasil, não foi diferente.

A copa do mundo de 2014 demonstrou, através dos enunciados produzidos sobre ela, que existem rachaduras em uma das nossas mais consistentes identidades. Acreditamos que a copa, digna do discurso carregado pelos brasileiros, era aquela imaginada no dia 30 de

²³ Disponível em: <<https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/vexame-na-copa-mostra-diferenca-entre-a-gestao-e-o-jeitinho-no-futebol-brasileiro/>>. Acesso em: 8 maio 2018.

outubro de 2007, dia do anúncio oficial. Uma copa que seria diferente, não por sua organização, mas pela paixão dos brasileiros. Entretanto, a paixão pelo futebol não foi maior do que todos os outros problemas. Poucos foram os que conseguiram deixar os problemas políticos de lado e vivenciar apenas as belezas do esporte. Com isso, é necessário ressaltar que o futebol é sim algo importante, mas nem sempre ele será a prioridade.

Vimos brasileiros que estavam não apenas incomodados com os gastos da copa, mas com os discursos que os assujeitam. Nem mesmo a retomada de um passado tão glorioso foi capaz de esconder as falhas dessa forçada unificação.

A globalização, já apontada por Hall (2005) como uma das possíveis causas da fragmentação das identidades nacionais, faz com que o futebol brasileiro seja ofuscado diante das outras nações que, a partir dos grandes investimentos feitos nesse mercado, mostram que esse esporte não mais aceita ser movido apenas por paixão e talentos natos. Cada vez mais, o bom futebol é aquele profissional encontrado nos países europeus, e não o leve e descontraído visto no maior país da América Latina.

Outro ponto que destacou esse enfraquecimento foi a forma como o resultado de um jogo pode deslegitimar todo o sucesso vivido por uma seleção. Notamos que, por muito pouco, pessoas podem ignorar certas identidades e passar se identificar com outras. Como também explica Hall (2005), nos dias atuais, os sujeitos tendem a flutuar pelas mais diversas identidades, uma vez que não encontram motivos para continuar nas mesmas.

Não estamos colocando aqui que a identidade do país do futebol está acabando, e sim expondo que ela também, assim como outras, vem demonstrando suas fragmentações. Vimos, neste trabalho, que diferentes consequências podem ocorrer quando essas rachaduras são sentidas, uma delas é o próprio fortalecimento através da retomada constante do passado glorioso vivido. Talvez, essa ferramenta não tenha funcionado na copa porque a mídia, grande responsável pela manutenção de um discurso, não tinha esse objetivo. Da mesma forma, pode ser o início do surgimento de novas identidades, a partir do momento em que buscam outras representações.

Desse modo, entendemos que a copa do mundo de 2014 serviu para percebermos, a partir de análises discursivas, como a identidade cultural nacional brasileira, sustentada e reconhecida ao longo da história pelo futebol, é fragmentada e sofre dos problemas advindos da pós-modernidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Análise do Discurso possibilitou que as mais diversas ideologias existentes fossem reveladas através dos discursos que as materializa. Essa disciplina, que está preocupada com o modo como as coisas são ditas e não apenas com o que foi dito, procura revelar, por meio de enunciados, os interdiscursos que continuam formando e sustentando a produção de sentidos, seja agora ou futuramente.

Por meio dessa disciplina e das ferramentas por ela disponibilizadas, foi possível perceber como se deu a construção de um dos traços mais consolidados da identidade brasileira. Discursos como esses são perpetuados durante anos, pois, devido às diversas maneiras de mantê-los presentes, acabam por fazer parte de nossas realidades. Estão subjacentes a enunciados produzidos diariamente, mesmo que, por vezes, tenhamos a ilusão de que ali não estão. E o futebol, como uma identidade brasileira, foi um discurso que por muito tempo precisou ser mantido. Foi através dele que os Outros construíram um conjunto de representações sobre o povo desse país. Já os brasileiros, não tiveram como negar um discurso que os apresentava como alegres, festeiros, talentosos, dentre outros. Parece que, nesse caso, foi fácil encontrar algo que pudesse homogeneizar os sujeitos dessa nação.

Porém, foi a própria festa do futebol que revelou como esse discurso não mais comporta todos os brasileiros, pois alguns não mais querem ser representados por ele. Através dos enunciados analisados neste trabalho, pudemos perceber como, cada vez mais, se torna difícil manter identidades nacionais que possam, por si só, representar discursivamente as mais diversas raças, classes, gêneros e etc.

As análises feitas neste trabalho revelaram como uma das principais identidades brasileiras está fragmentada e não mais pode ser vista, tanto pelos brasileiros como pelos Outros, como consolidada e até mesmo verdadeira. Problemas sociais enfrentados pelo maior país da América Latina, tais como: corrupção, desigualdade social, problemas na saúde e educação, dentre outros, acabam por ocupar mais espaço do que o discurso que por tanto tempo representou essa nação.

Como já exposto neste trabalho, a copa não anunciou o fim do consolidado país do futebol, mas escancarou que ele não é tão forte como o discurso sobre ele faz acreditar. Porém, apenas acontecimentos futuros poderão revelar como essa identidade estará presente nos próximos dias. Com um passado de tantas glórias e com um grande número de sujeitos verdadeiramente movidos por essa paixão, é possível que ele continue sendo uma das

identidades mais consolidadas desse país, uma vez que, como muito explicado neste trabalho, há diferentes formas de reproduzir e sustentar o mesmo discurso.

Esta pesquisa cumpriu com o objetivo de avaliar e perceber como esse discurso esteve presente nos enunciados sobre a copa de 2014. Além de revelar que, assim como tantas outras identidades nacionais, a nossa também exigirá uma maior retomada de gloriosos acontecimentos discursivos. Quem sabe assim, por meio das técnicas reveladas pela Análise do Discurso, o Brasil continue sendo o País do Futebol.

REFERÊNCIAS

- COURTINE, Jean-Jacques. **Análise do discurso político**: o discurso comunista endereçado aos cristãos. São Carlos: EdUFSCar, 2009.
- FERNANDES, Cleudemar Alves. **Análise do Discurso**: reflexões introdutórias. São Carlos: Claraluz, 2007.
- FERREIRA, Maria Cristina Leandro. O quadro atual da Análise do Discurso no Brasil. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Santa Maria**, Santa Maria, n. 27, p. 39-46, jul./dez. 2005. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/letras/article/view/11896>>. Acesso em: 21 abril 2018.
- FOUCAULT, Michel. **Arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1986.
- GUEDES, Linaldo. O ano que foi proibido proibir. **Correio das artes**, 30 maio 2008.
- GREGOLIN, Maria do Rosário. J-J. Courtine e as metamorfoses da Análise do Discurso: novos objetos, novos olhares. In: SARGENTINI, Vanice; _____. **Análise do Discurso**: heranças, métodos e objetos. São Carlos: Claraluz, 2008. p. 21-36
- COURTINE, Jean-Jacques; MILANEZ, Nilton. **Intericonicidade**: entre(vista) com Jean-Jacques Courtine. Registro audiovisual, 2005.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- MARQUES, José Carlos (Org.). **A copa das copas?** Reflexões sobre o Mundial de Futebol de 2014 no Brasil. São Paulo: Edições Ludens, 2015. Disponível em: <www.scribd.com/document/262273963/A-Copa-das-Copas>. Acesso em: 27 abril 2018.
- MEZZADRI, Fernando Marinho. **As possíveis interferências do Estado na estrutura do futebol brasileiro**. Rev. bras. Educ. Fís. Esporte, São Paulo, 2011.
- MILAN, Betty. **O país da bola**. São Paulo: Record, 1998.
- NEGREIROS, Plínio José Labriola de C. **A nação entra em campo**: futebol nos anos 30 e 40. São Paulo: PUC, 1998.
- ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso**: princípios & procedimentos. 5. ed. Campinas: Pontes, 2007.
- PECENIN, Marcelo Fila. **Discurso e do sobre o futebol brasileiro**: o poder midiático na regulação de identidades. 2007. 186f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2007.
- PÊCHEUX, Michel. **O discurso**: estrutura ou acontecimento. Tradução: Eni Pulcinelli Orlandi. Campinas: Pontes, 1990.
- PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Tradução: Eni Pulcinelli Orlandi. Campinas: Unicamp, 1975.

SANTOS, Eugênio Pacelli Jerônimo; SILVA, Flávia Ferreira da. **Análise do Discurso I: as 3 fases da Análise do Discurso**. São Cristóvão. 2014. Disponível em: <http://www.cesadufs.com.br/ORBI/public/uploadCatalogo/08322202062014Analise_do_Discurso_I_Aula_2.pdf>. Acesso em: 03 abril 2018.

SARGENTINI, Vanice; NAVARRO-BARBOSA, Pedro (Org.). **M. Foucault e os domínios da linguagem: discurso, poder e subjetividade**. São Carlos: Claraluz, 2004.

Sites consultados

<<http://revistaepoca.globo.com/ESP/Noticia/Futebol/Campeonatos/0,,MUL163196-9790,00.html>>. Acesso em: 01 maio 2018.

<<http://esportes.estadao.com.br/noticias/futebol,pesquisa-revela-expectativas-do-brasileiro-para-a-copa-de-2014,109326>>. Acesso em: 10 maio 2018.

<<http://osamigosdopresidentelula.blogspot.com.br/2013/04/lula-dilma-e-trabalhadores-no-1o-jogo.html>>. Acesso em 10 maio 2018.

<<https://www.bol.uol.com.br/copa-2018/noticias/2018/03/11/desempenho-da-selecao-na-copa-vai-ajudar-direita-ou-esquerda-nas-eleicoes.htm>>. Acesso em: 05 maio 2018.

<<https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/06/18/manifestantes-gritam-palavras-de-ordem-pela-paz-e-contra-a-pm-em-sp.htm>>. Acesso em: 05 maio 2018.

<<http://estudarfast.blogspot.com.br/2013/06/queremos-escolas-e-hospitais-no-fifa.html>>. Acesso em: 5 maio 2018.

<<http://www.sinprodf.org.br/vamos-acordar-o-professor-vale-mais-do-que-o-neymar/>>. Acesso em: 6 maio 2018.

<<http://www.desistirnunca.com.br/enquanto-te-roubam-voce-grita-gol/>>. Acesso em: 6 maio 2018.

<<https://apublica.org/2014/02/quem-grita-nao-vai-ter-copa/>>. Acesso em: 6 maio 2018.

<<http://santazona.blogspot.com.br/2012/10/desconstruindo-propaganda-da-brahma.html>>. Acesso em: 10 maio 2018.

<<https://youtu.be/0sRXCwvehrw>>. Acesso em: 10 abril 2018.

<<https://www.youtube.com/watch?v=XTeuftYLDp>>. Acesso em: 8 maio 2018.

<<https://www.youtube.com/watch?v=529hcz2sKhg>>. Acesso em: 8 maio 2018.

<http://www.espn.com.br/noticia/337369_vamos-esquecer-toda-essa-confusao-no-brasil-e-pensar-na-selecao-pede-pele> Acesso em: 6 maio 2018.

<<https://escolartrabalho.wordpress.com/2013/06/25/esse-protesto-nao-e-contra-selecao-mas-sim-contra-a-corrupcao-ogiganteacordou-cartaz-protesto-cartazes-manifestacoes/>>. Acesso em: 6 maio 2018.

<<http://www.blogdojoseprata.com.br/detalhe-noticia/folha-ldquocopa-custa-so-um-mes-de-gastos-com-educacaordquo--defesa-de-hospitais-e-escolas-ldquopadrao-fifardquo-e-disputa-eleitoral>>. Acesso em: 13 maio 2018.

<<https://marcosimperial.blogspot.com.br/2014/06/governo-com-tarifas-de-r-30-copa-e-mais.html?zx=6c420a71ba6c143a>>. Acesso em: 13 maio 2018.

<<https://oglobo.globo.com/esportes/copa-2014/alemanha-divulga-campanha-com-jogadores-falando-em-portugues-10988828>>. Acesso em: 12 maio 2018.

<http://www.ebc.com.br/esportes/copa/2014/07/david-luiz-eles-foram-melhores-se-prepararam-melhor>. Acesso em: 8 maio 2018.

<<https://www.megacurioso.com.br/copa-do-mundo-2014/44834-30-capas-de-jornal-sobre-a-copa-para-voce-sofrer-ainda-mais.htm>>. Acesso em: 8 maio 2018.

<<https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/vexame-na-copa-mostra-diferenca-entre-a-gestao-e-o-jeitinho-no-futebol-brasileiro/>>. Acesso em: 8 maio 2018.