



Escola de Sociologia e Políticas Públicas

Imprensa e identidade nacional: a Seleção Portuguesa de Futebol no Euro 2016

Filipe Duarte Barrocas

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador:
Eduardo Cintra Torres, Professor Auxiliar Convidado,
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2018

Agradecimentos

Um agradecimento especial ao professor Eduardo Cintra Torres pela orientação e disponibilidade prestadas no desenvolvimento da dissertação.

A todos os professores de licenciatura e mestrado que me ajudaram a desenvolver como pessoa e aluno.

À minha família e amigos que sempre me incentivaram neste percurso.

Resumo

A investigação em estudo assenta na problemática sobre as questões de identidade nacional no seu nível mais banal e quotidiano, através da cobertura da Seleção Nacional de Futebol na imprensa. O futebol, estando fortemente presente na vida social dos portugueses, é visto como um fenómeno de massas que ultrapassa o campo de jogo. Neste sentido, a Seleção Nacional funciona como um elemento de união e orgulho nacionais, contribuindo para a identidade nacional dos portugueses. Os grandes eventos desportivos são encarados como a maior plataforma para as demonstrações de identidade nacional e patriotismo no futebol. O Euro 2016 não foi exceção, e a vitória da Seleção carece de um estudo que se incida nas manifestações de identidade nacional nesta competição. Em primeiro lugar, o trabalho passa por uma abordagem teórica ao conceito de identidade nacional e seus conceitos adjacentes. Em segundo lugar, pela transposição do jogo do futebol para a vida social, bem como a visualização deste desporto como um fenómeno mediático, potenciado através de grandes eventos desportivos. Por último, o trabalho empírico centrar-se-á numa análise de conteúdo, de modo a estudar a possível presença de manifestações de identidade nacional na imprensa, observando a Seleção como um motivo de orgulho e prestígio nacionais, mediante a sua presença numa grande competição desportiva (Euro 2016), caracterizada pelo confronto e disputada entre diferentes símbolos nacionais.

Palavras-chave: identidade nacional, relações de oposição, patriotismo, nacionalismo, futebol, adeptos, portugueses, Portugal, Seleção Nacional, imprensa, Euro 2016

Abstract

The research under study is based on the problematic on issues of national identity in its banal and everyday level, through the press coverage of the Portuguese National Football Team. Football, being highly present in the social life of the portuguese people, is seen as a mass phenomenon that surpasses the playing field. In this sense, the National Team functions as an element of pride and national union, contributing to the national identity of the portuguese. Major sporting events are viewed as the biggest platform for demonstrations of national identity and patriotism in football. The Euro 2016 was no exception, and the National Team's victory is lacking of a study that focuses on the manifestations of national identity in this competition. First of all, the work goes through a theoretical approach to the concept of national identity and its adjacent concepts. Secondly, through the transposition of the game of football into social life, as well as the visualization of this sport as a media phenomenon, boosted through major sporting events. Finally, the empirical work will focus on a content analysis, in order to study the possible presence of national identity manifestations in the press, viewing the National Team as a reason for pride and national prestige, through its presence in a major competition (Euro 2016), characterized by confrontation and disputed between diferent national symbols.

Keywords: national identity, opposite relations, patriotism, nationalism, football, fans, portuguese, Portugal, National Team, press, Euro 2016

Índice

| | |
|--|-----|
| Introdução | 1 |
| Capítulo I – Identidade nacional e relações de oposição | 4 |
| 1.1 - Princípios teóricos da identidade nacional e dos nacionalismos..... | 4 |
| 1.2 - Formação histórica de identidades nacionais e das comunidades..... | 7 |
| 1.3 - Relações de oposição..... | 9 |
| 1.4 – Representações históricas e culturais da identidade nacional portuguesa..... | 10 |
| 1.5 - International Social Survey Programme – Identidade Nacional 2003..... | 11 |
| Capítulo II – Identidade nacional dentro da esfera futebolística | 14 |
| 2.1 - Identidades nacionais dentro e fora de campo..... | 14 |
| Capítulo III – Identidade nacional na imprensa portuguesa na cobertura da Seleção no Euro 2016 | 19 |
| 3.1 – Metodologia..... | 19 |
| 3.2 - Manifestações de identidade nacional na imprensa portuguesa na cobertura da Seleção Nacional no Euro 2016..... | 24 |
| 3.2.1 - Análise de resultados: manifestações de identidade nacional na imprensa..... | 28 |
| 3.2.2 - Análise de resultados: preponderância da cobertura da Seleção Nacional nos jornais..... | 34 |
| Notas conclusivas | 38 |
| Bibliografia | 41 |
| Anexos | I |
| Anexo A..... | I |
| Anexo B..... | II |
| Anexo C..... | III |
| Anexo D..... | IV |

| | |
|----------------|------------|
| Anexo E..... | V |
| Anexo F..... | VI |
| CV..... | VII |

Índice de Quadros

| | |
|---|----|
| Quadro 3.1 - Tabela simplificada da análise de conteúdo da Seleção. Presença dos indicadores de identidade nacional na imprensa portuguesa (F, %) | 24 |
| Quadro 3.2 - Cobertura do Euro 2016 e Seleção Nacional, por páginas (F, %) | 33 |
| Quadro 3.3 - Cobertura da Seleção Nacional na secção Euro 2016, por páginas (F, %) | 35 |

Índice de Figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1.1 - Ser verdadeiramente português (% resposta "Muito importante" + "Importante")..... | 12 |
| Figura 1.2 - Fontes de orgulho de ser português (% resposta "Muito importante" + "Importante")..... | 12 |

INTRODUÇÃO

A realidade que nos transporta para este estudo é fruto de uma observação captada através dos olhares do senso comum, que permitem olhar para o futebol como o centro do desporto a nível mundial e o desporto mais popular em todo o mundo, capaz de despertar paixões e mobilizar multidões. Esta realidade, observada não só pelo número de praticantes a nível profissional, é mais esclarecedora quando transportada para o quotidiano, evidenciada pela sua prática ao nível lúdico, nas escolas, parques e ruas de todo o mundo, como também extensível a todas as áreas que, direta ou indiretamente, se relacionam com o futebol.

A popularidade do futebol estende-se às mais diversas realidades económicas, sociais e culturais, tornando o seu estudo uma prática recorrente e observada pelas mais variadas áreas científicas. Esta transversalidade de realidades e áreas de estudo, representam aquilo que este desporto acaba por ser: um “artefacto cultural que ensina comportamentos, valores e modos de ser e estar no mundo” (Bandeira, 2012:2).

A nível pessoal, tendo nascido em Portugal e sendo cidadão português, existe em mim e naturalmente em muitos outros portugueses, uma consciência decorrente da importância do futebol para o país. Este fator acaba por surgir de diversas formas, desde logo pelo prestígio que pode representar para o país. O maior fator de popularidade e que a nível individual é representado, por exemplo, pela habitual escolha de um clube durante o período da infância, será, porventura, o fator sentimental e emocional. E é através desta propensão para gerar sentimentos e emoções, que está presente na habitual condição do adepto de futebol.

Na representação que é aqui pretendida, a condição de adepto atinge outro estatuto. Um estatuto que se forma pela nacionalidade: falamos do adepto de Seleção. O fenómeno do futebol passa a atingir uma dimensão que abarca outro tipo de variáveis e estando a questão identitária no centro desta problemática, comprometemos a debatê-la no seguimento deste trabalho.

Um adepto da Seleção portuguesa de futebol – iremos, daqui para a frente, simplificar e utilizar o termo ‘Seleção’ ou ‘Seleção Nacional’ para vias de simplificação, reconhecendo desde logo a proximidade que pode representar – partilha de uma condição com todos os outros adeptos deste tipo que é o facto de todos eles serem portugueses. Por agora consideramos como portugueses todos aqueles que se sentem como tal, seja por vias de nascimento, residência, descendência, etc. Percecionando esta falta de rigor teórico, o que nos apraz para agora mencionar dirige-se para a condição do adepto da Seleção Nacional, entendida como a proximidade e um vínculo com a nação portuguesa aliado ao gosto por futebol e/ou às sensações

que este provoca. O estudo da Seleção torna-se mais estimulante porque a condição dos seus adeptos que mais sobressai reside numa perceção de importância da Seleção para o prestígio do país e num plano secundário pelo gosto por futebol.

Oferecendo um cunho pessoal, e reportando a minha experiência durante o Euro 2004 – prova que proporcionou um largo impacto social no país – quando eu tinha apenas 9 anos, recordo-me desses momentos com uma memória de uma união jamais por mim experienciada. Uma união de um país que naquele período se juntou em torno de uma causa, sendo essa causa o futebol e mais concretamente, a Seleção Nacional. Com o Euro 2016, por sua vez em França, alguns desses sentimentos voltaram. Desta vez, Portugal não foi o anfitrião, mas ainda assim a diáspora portuguesa presente em França contribuiu para o fomento do sentimento de ‘jogar em casa’, tanto para os emigrantes como também para a própria Seleção nacional. A condição do adepto da Seleção Nacional eleva-se nestes momentos para práticas e sentimentos de união muito particulares e que podem fornecer ao investigador problemáticas outrora dificilmente identificáveis.

É perante uma perceção de identificação com a nação aliada ao apoio à Seleção, manifestadas entre outras, através de uma perspetiva muito pessoal, que o objetivo do estudo se dirige para a análise de demonstrações de identificação com a nação portuguesa à luz da temática Seleção Nacional.

O Euro 2016 passou a ser nosso campo de observações, remetendo o foco para a multiplicidade de manifestações em prol da nação que daí poderão ter surgido. Deste modo, a cobertura mediática feita a esta competição, em que a Seleção portuguesa acabaria por sair vencedora, poderá evidenciar a influência do futebol e da Seleção na realidade dos portugueses residentes em território nacional e no estrangeiro.

Fazer uso dos media para analisar a identificação com a nação é um recurso que nos poderá fornecer um conjunto de respostas e ao mesmo tempo de questões. Em todo o caso, acaba por nos oferecer uma multiplicidade de dados que de outra forma nos seriam mais dificilmente fornecidos. Fazer esta análise significa reconhecermos a nossa dependência dos media “impressos e digitais, para nosso prazer e informação, para conforto e segurança, para algum sentido de continuidade da experiência, e de tempos a tempos também pela intensidade da experiência.” (Silverstone, 1999:1-2).

Este trabalho ficará para último plano e dependerá de uma análise de conteúdo da imprensa escrita portuguesa no decurso da cobertura feita à Seleção no Euro 2016. Com recurso

a uma metodologia qualitativa e quantitativa, o estudo centrar-se-á na pesquisa de manifestações de identidade nacional em prol da Seleção.

A resposta ou a aproximação a esta pergunta poderá sumarizar o objetivo pretendido no estudo aqui presente: *existiu alguma manifestação de identidade nacional na imprensa portuguesa na cobertura feita à Seleção Nacional no Euro 2016? E sendo a resposta positiva, em que medida?*

Como hipótese de resposta a esta pergunta, consideramos que a identidade nacional, inclusive no seu nível mais banal ou quotidiano, torna-se efervescente ou visível num grande evento futebolístico como o Euro, já previamente associado a um confronto entre seleções enquanto símbolos nacionais, destacando-se o papel da imprensa e dos media como rosto dessa visibilidade temporariamente exacerbada.

Como tal, os princípios teóricos que suportarão o objeto empírico necessitam de ser previamente estabelecidos. Numa tentativa de sumarizar os capítulos chave do trabalho estes irão incidir-se, numa primeira instância, nos temas que suportam a temática da identidade nacional, inicialmente com recurso a uma contextualização teórica do tema. Posteriormente, servirão de base para uma abordagem mais centrada na realidade portuguesa, passando por uma recriação histórica da identidade nacional, como também pela apropriação de um estudo sobre identidade nacional em Portugal presente em Sobral (2012).

Após esta fase, o estudo passará a incidir-se nas características do futebol como fenómeno social em comunhão com as representações de identidade nacional que possam estar em si contidas. Nesta fase estarão também presentes referências à relação da imprensa portuguesa com a Seleção Nacional, que servirão de base ao estudo empírico sobre as manifestações de identidade nacional decorrentes da cobertura da Seleção no Euro 2016. Nas notas conclusivas, o estudo pretende verificar a validade da hipótese assim como também da pergunta de partida, estabelecendo um balanço de todo o trabalho desenvolvido.

CAPÍTULO I – IDENTIDADE NACIONAL E RELAÇÕES DE OPOSIÇÃO

1.1 - Princípios teóricos da identidade nacional e dos nacionalismos

Tal como já identificado, iniciamos este estudo com um desenvolvimento teórico das matérias que se correlacionam com a temática central do trabalho e que diz respeito à identidade nacional.

Sendo o objetivo principal do estudo relacionar as temáticas do nacionalismo e identidade nacional com a Seleção e as suas manifestações na imprensa escrita, é fundamental para a fase introdutória consolidar o primeiro aspeto revelado e que se prende com as questões identitárias em redor da nação e também do nacionalismo. A primeira fase terá, portanto, o objetivo de conceptualizar as questões referentes ao nacionalismo e à identidade nacional.

A primeira questão que nos devemos centrar reside na explicação da importância deste capítulo para a persecução do estudo. Uma vez que iremos retratar a forma pela qual o discurso de identificação com a Seleção é representado na imprensa, o papel que a palavra ‘identificação’ assume, terá especial importância nesta fase. Uma vez que esta identificação será tratada sob uma perspetiva de relação com a nação, os conceitos aqui desenvolvidos propõem-se a retratar a base teórica dessa relação.

Primeiro que tudo é fulcral estabelecermos desde já uma base conceptual que nos permita deixar claro alguns dos termos e conceitos que serão utilizados daqui em diante, de modo a que estes não se tornem ambíguos na perspetiva do leitor. Estando o objetivo para esta parte centrado na compreensão dos nacionalismos e identidades nacionais que circundam pelo futebol devemos circunscrever de que modo pretendemos que estes conceitos sejam visualizados no presente estudo.

Compreendendo a amplitude de abordagens que se podem ter ao nacionalismo, Hertz (1945) analisa as diferentes formas de constituição de uma nação e de uma nacionalidade associada ao indivíduo, estando estas relacionadas a fatores objetivos como a língua, o Estado ou o território e também através de fatores subjetivos ligados ao carácter simbólico de pertença a uma nação, como a consciência nacional. Destaca também desde logo uma série de princípios que incluem a partilha de interesses, tradições e ideais, que passam a funcionar como elementos de inclusão para os membros que possam não ter em si presentes os fatores objetivos – em grande parte associados a condições de nascença -, embora que estes, por si só, também não cheguem para uma completa adesão à nação. Através destes princípios, o autor refere que se

constitui o carácter nacional que por sua vez dá origem à ideologia nacional – onde se incluem as aspirações, os sentimentos e as ideias -, não descurando a relevância das particularidades regionais e locais – demonstradas através dos mencionados hábitos e tradições – que se demarcam muitas das vezes do nível nacional.

Quando refere a ideologia nacional, o autor considera a existência, neste caso para o Estado, de um conjunto de pressupostos do interesse da população. Acaba por ser o que se define como matérias de interesse nacional das quais se moldam políticas, estas nem sempre representando as vontades e os interesses da população.

Os exemplos dos conceitos de ideologia e carácter nacional mobilizados por Hertz (1945) são representativos da dificuldade de conceptualização que se encontra patente na ideia de pertença a uma determinada nação. No fundo, aquilo que faz ser de um alemão, um alemão, de um português, um português, de um francês, um francês, e assim sucessivamente.

Deste modo, o foco necessita de passar para o estudo dos conceitos que melhor representem os simbolismos nacionais, uma vez que serão esses o foco da nossa investigação empírica, a ser desenvolvida nos capítulos posteriores.

Neste sentido, somos confrontados com o conceito de *consciência nacional*, que para Anderson (2012) remete-nos para a ideia de um sentimento grupal unitário e solidário que se encontra no subconsciente dos indivíduos. Estando comumente associado a uma determinada nação, este sentimento não tem, no entanto, que ser compreendido por todos os membros da mesma forma, uma vez que não podemos descurar as eventuais individualidades que possam surgir.

Por outro lado, para Hertz (1945), a consciência nacional representa uma procura incessante pela unidade, liberdade, individualidade e prestígio da nação. A sua definição de consciência nacional acaba por estar mais centrada na nação como um todo, ao contrário de Anderson (2012) que apesar de a entender como uma consciência derivada de um grupo, coloca uma maior importância ao subconsciente individual pelo qual esse grupo é formado. As duas definições acabam por se complementar, uma vez que sem o sentimento de união partilhado por um grupo evocado por Anderson (2012), a visão de Hertz (1945) assente na procura pela unidade, liberdade, individualidade e prestígio da nação não se poderia consumir.

Não pretendendo entrar pela visão do nacionalismo na sua perspectiva mais politizada - onde se destaca a vertente do nacionalismo agressivo, que Hertz (1945) diz ser o resultado do

desequilíbrio nos princípios pelos quais a consciência nacional se rege - importa retirar daqui a o princípio sentimental, não agressivo, que fomenta a constituição dos nacionalismos.

Na opinião do autor, são as motivações emocionais que fazem com que as nações – percecionadas como Estados-Nação – transpareçam mais os princípios da consciência nacional e que cidadãos de uma nação se unem, nomeadamente através de momentos que o autor define como de emergência nacional.

Para além disto, surge também a ideia de solidariedade nacional ao qual o autor relaciona como aspeto emocional, em que se inclui o sacrifício em prol da nação e os ideais individualistas são sobrepostos pelos nacionais, algo que na opinião do autor raramente acontece. Ainda assim, mediante estas perceções podemos desde logo estabelecer uma lógica que poderá estar também patente no universo do futebol, nomeadamente através da solidariedade nacional que, por exemplo, através de um megaevento de futebol como um Mundial ou um Euro, consegue despoletar sentimentos de união desde logo já verificados com os portugueses, recordando 2004 e 2016.

Avançando nesta compreensão de nacionalismo e dos princípios pelos quais este pode ser apreendido somos levados ao encontro do conceito de *nacionalismo banal* de Billig (1995), que se baseia em formas simbólicas e inofensivas de representação da nação. Aqui, são tidas em conta as práticas rotineiras e mundanas de promoção do nacionalismo, muitas das vezes exercidas com um certo grau de subconsciência e que permitem a todos os envolvidos nesta ação simbólica que se sintam como parte integrante de uma nação. Tal como este autor refere, a naturalidade da identidade nacional, ou seja, da nação como uma parte de todos nós, está imbuída de um constante mecanismo de lembrança e esquecimento. Exemplificando através do significado da bandeira, argumenta a banalidade da sua representação no dia a dia das pessoas, ganhando, no entanto, valor quando algo de anormal lhe sucede, quer seja pela sua colocação a meia-haste – representando habitualmente o luto ou o protesto – ou pela sua deturpação ou vandalização. O significado simbólico da bandeira assume-se como uma manifestação de nacionalismo banal na medida em que funciona como mecanismo de lembrança e esquecimento. Lembrança no caso de apropriação anormal ou rara ou por exemplo no caso do seu visionamento num contexto em que a identidade nacional não é partilhada por um conjunto maioritário de pessoas, como por exemplo no estrangeiro. Assim, para um português, a presença da bandeira portuguesa no decurso de uma viagem ao médio oriente, tenderá a reverter-se de

um maior simbolismo (lembrança) do que uma bandeira portuguesa em território português (esquecimento).

No futebol o processo acaba por ser o mesmo. A lembrança da Seleção Nacional como símbolo nacional apenas surge no seguimento de um jogo ou competição na qual esta entra em disputa. Da mesma forma, antes do começo de cada jogo da Seleção, a presença do hino nacional marca também um momento de partilha nacional ímpar. A expectativa que antecede o seu início assinala um momento em que todos os portugueses se preparam para cantar, sentir ou simplesmente partilhar a noção de que aquele momento apenas é particular a uma nação: é a lembrança de ser português.

Este será, porventura, o conceito que nos permitirá da melhor forma identificar as manifestações de identidade, uma vez que detém na sua génese a caracterização de práticas politicamente mais despidas e porventura menos racionalizadas. Através do argumento de Billig (1995), pretendemos olhar também para elementos do discurso da imprensa que se possam revelar menos racionalizados e que desvendem o processo já referido de lembrança e esquecimento de representações simbólicas da nação. Transpondo para a nossa realidade, este processo poderá ser perceptível através da visualização do apoio à Seleção como uma causa nacional (Coelho, 2001:77).

1.2 - Formação histórica de identidades nacionais e das comunidades

Considerámos que seria também relevante analisar alguns dos momentos históricos que poderão ter estado na base das transições no espírito das pessoas para a causa nacional e para a sua formação identitária neste âmbito. Este ponto serve maioritariamente para estabelecer uma ponte para o caso português através dos momentos históricos que poderão estar na base da formação identitária portuguesa de cariz marcadamente cultural.

Para se analisar a base das formações das identidades nacionais é importante ter em conta alguns fatores. Embora alguns de carácter mais local, específicos de uma determinada realidade, podemos encontrar vários pontos de ligação entre si, principalmente quando nos referimos às grandes transformações históricas que estão na base do surgimento do nacionalismo. Nelas encontram-se, tal como identifica Anderson (2012), mudanças que influenciaram a perceção do mundo assentes na deterioração dos reinos dinásticos, na consciencialização da existência de um pluralismo religioso e também nas diferentes perceções acerca do tempo.

O autor argumenta que estas mudanças fomentaram uma necessidade de identificação nacional, em grande proporcionadas pela subjugação de certos povos.

Das alterações de paradigma por si identificadas, a que consiste na clivagem da dimensão que o tempo detinha na mente das pessoas, assume especial relevância. Fundamentalmente, através daquilo que o autor considera ser uma mudança chave nas sociedades da época: o surgimento do capitalismo de imprensa.

Para Anderson (2012), esta mudança fica marcada pela capacidade da imprensa em representar aquilo que se passava no dia a dia para a generalidade da população. Este ponto acaba por ser fulcral, uma vez que a lógica anterior tinha como base relações face a face por via de comunidades locais, mais concentradas num determinado espaço físico. O desenvolvimento desta lógica espaço-temporal fez com que a mente dos indivíduos despertasse para outro tipo de realidades para além das suas ações diárias e fatalistas, ao mesmo tempo que as incluía dentro de uma realidade, muitas vezes mais próxima daquilo que imaginavam. O surgimento da imprensa permitiu gerar, de certo modo, uma ideia de união simbólica em torno de um ideal de nação. Ao mesmo tempo, fomentava uma perceção – tanto a nível dos hábitos, costumes e também das próprias vivências – de uma realidade antes não conhecida e que através destas proximidades sensibilizava as pessoas para simbolismos de união nacional.

A passagem por estas mudanças de paradigma, foram invocadas pelo autor como pilares que estiveram na base da criação das identidades nacionais. Aqui pode questionar-se um ponto importante: se estes momentos permitiram o desenrolar de uma mudança de mentalidade nas sociedades ocidentais para uma abertura das liberdades individuais e coletivas, como é que o despertar de uma consciencialização para as causas nacionais acaba por surgir e se desenvolver?

Neste sentido, e relativamente às abordagens em torno do conceito de nação, Anderson (2012) define uma comunidade política imaginada, limitada e soberana, em que os seus residentes - independentemente da sua proximidade física ou conhecimento objetivo de existência da maioria dos restantes membros - detêm uma consciência de que pertencem a uma comunidade nacional. Para o autor, a nação é imaginada como soberana uma vez que a ideia de liberdade surge como pretensão transversal a todas as realidades; e imaginada como comunidade na medida em que permite formar um sentimento no qual a luta e a defesa da nação se torna um elemento comum aos indivíduos pertencentes a essa comunidade. O destaque acaba por ser dado à palavra ‘imaginada’ o que oferece o referido carácter simbólico de pertença nacional e permite destacar não aquilo que este diz ser o erro de Gellner – que menciona a

palavra ‘invenção’ quando fala de nacionalismo – mas sim o facto de existir uma partilha imaginada por parte de membros de uma comunidade, além daquela vista por Tonnies (2001) através do conceito de *Gemeinschaft*.

Para Cohen (1985), o conceito de comunidade requer uma interpretação não lexical, à guisa da visão de Wittgenstein, que implica uma relação de afinidade e pertença entre membros de um grupo, ao mesmo tempo que os distingue de outros.

1.3 - Relações de oposição

Começando pelo princípio de distinção, mencionado no último parágrafo do ponto anterior, aproximamo-nos de outro fator pelo qual as formações da identidade nacional se regem e que diz respeito às relações de oposição. Estas passam a ser parte importante do trabalho a realizar, uma vez que para além da sua presença na realidade do quotidiano – que se irá desenvolver de seguida -, está também patente na dinâmica por qual se baseia o futebol, tanto no jogo jogado, onde se confrontam duas equipas com o objetivo de ganhar, como também nos seus meandros, através dos seus representantes, dos media e também dos adeptos.

Dentro deste âmbito, somos confrontados com o conceito de *fronteira*, que para Cohen (1985) se baseia na oposição e necessidade de distinção. Para o autor “as fronteiras encapsulam a identidade da comunidade e, como a identidade de um indivíduo, são chamadas a corresponder às exigências das interações sociais” (Cohen, 1985:12). Estas necessidades de distinção que formulam as fronteiras, acabam por surgir mediante condições objetivas, como questões raciais, leis, língua ou religião. Outras acabam por surgir mediante aspetos simbólicos de pertença que dizem respeito a vontades, crenças, valores ou simplesmente perceções, que por sua vez dão significado a uma consciência de comunidade (Cohen, 1985:12-13).

Neste seguimento, surge também o conceito de *outro*, como em Silverstone (2006), que nos permite refletir na capacidade de como nos auto-referimos e relacionamos com os nossos opositores. Através deste argumento, surge outra forma de olhar a ideia de fronteira em Anthony Cohen onde, sob a batuta dos media, através do conceito de *boundary work*, Silverstone (2006) acaba por aludir à forma como estes se aproximam e afastam do outro, sendo este processo formado por um conjunto de posições políticas, nacionais ou religiosas, que assim ajudam a que se estabeleçam ligações de proximidade e afastamento.

Neste seguimento, através do conceito de Lévi Strauss (1955) de oposições binárias, encontramos outra forma de olhar para o *outro*. Mediante a análise a mitos, o autor observa a

forma como as oposições binárias se encontram presentes na sociedade e nas relações sociais e a dualidade oposta que daí surge. Exemplificando sintética e simplificada, estas podem ser oposições como o bem e o mal, vitória e derrota, justiça e injustiça.

Importante aqui é refletir que existe uma vastíssima variedade de fatores – sempre difíceis de serem avaliados quanto aos seus contributos para uma determinada consciência nacional – que foram, se mantêm e vão continuar a surgir e que contribuem assim para a formulação das identidades nacionais.

Compreendendo alguns dos fatores que permitiram o dealbar das identidades nacionais faz sentido observarmos o caso português e sob que visões as suas identidades se foram sustentando ao longo dos tempos.

1.4 - Representações históricas e culturais da identidade nacional portuguesa

Para Sobral, tanto a definição das fronteiras como a própria diferenciação regional influenciada pela diversidade de povos presentes no território português, facilitaram o desenvolvimento de um imaginário nacional. Este imaginário começa a ser alvo de curiosidade por parte de alguns intelectuais, especialmente a partir do século XV com a necessidade de distinguir a nação portuguesa e vinculá-la a uma descendência do povo lusitano – manifestado até na nomenclatura de diversos clubes de futebol -, dotando-a de características físicas e psicológicas especiais (Sobral, 2012: 23-24). Este esforço de recriação e glorificação do passado português pode representar o tipo de nacionalismos que se tentavam incutir na altura podendo servir como forma de marcação distintiva da nação portuguesa, não só internamente, mas também além-fronteiras. Um exemplo flagrante desta prática pode ser observado na obra épica *Os Lusíadas*, de Luís de Camões, não só pelo seu papel histórico no enaltecimento da nação como também da sua contribuição para o carácter nacional português e todos os estereótipos a si associados e que ainda hoje perduram (Sobral, 2012:50).

A história de Portugal e dos portugueses passa muito pela sua relação com Espanha. Historicamente esta relação baseou-se mediante a proximidade geográfica dos dois países que fomentou processos de união e desunião. Um marco importante na definição deste clima de confrontação está, para Sobral, situado na importância da crescente vaga intelectual nacionalista em território português e o seu papel no agudizar de relações com o vizinho ibérico, numa altura de governação espanhola em Portugal. As vagas independentistas são assim exponenciadas através dos sermões que espelhavam o mito sebastianista assim como a crescente crítica popular

a decisões políticas que culminaram com a Restauração de 1640, uma das datas mais importantes da história de Portugal e dos portugueses (Sobral, 2012: 53-54).

A relação entre Portugal e Espanha permite ilustrar a ideia de oposição binária para Lévi Strauss (1955) e o conceito antropológico de *o outro* em Silverstone (2006), permitindo demarcar aquilo que é ‘nosso’ e o que é ‘deles’, demarcação essa proveniente da formação de uma comunidade simbólica, de uma identidade da comunidade. Por outro, acaba por ser um marco que acompanha história portuguesa e que pode ter contribuído para a construção da identidade nacional portuguesa.

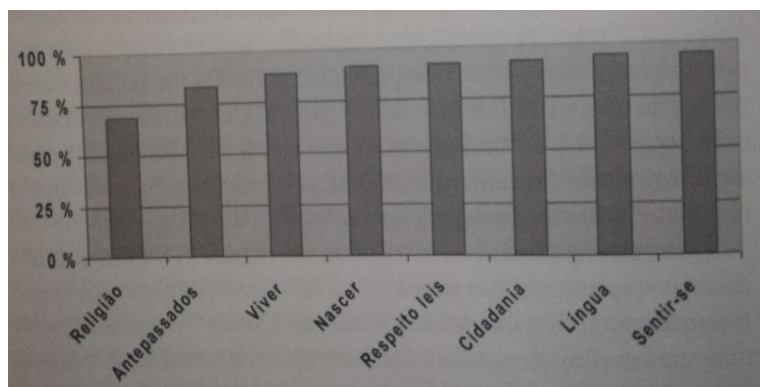
Atualmente, a consciência da colocação de Portugal num mundo globalizado fornece mudanças estruturais e conjunturais outrora não visíveis. Para além disso, o povo português observado e glorificado por Camões n’*Os Lusíadas* já não é o mesmo. Fica, no entanto, na história por ser um elemento de identificação nacional que perdura no tempo, embora com uma preponderância diferente nos dias de hoje.

As abordagens históricas do passado português servem para ilustrar a forma como a identidade nacional podia ser manifestada na altura. Nos dias de hoje, estudar as manifestações de identidade nacional em Portugal significa incluir o papel do futebol para o país. Neste sentido, argumentamos no capítulo seguinte os aspetos pelos quais os portugueses se identificam com a nação.

1.5 - International Social Survey Programme – Identidade Nacional 2003

Faz sentido fazermos uma apropriação dos inquéritos presentes em Sobral (2012) do International Social Survey Programme - Identidade Nacional de 2003. Considerando as restrições implicadas, o autor constrói uma amostra resultante naquilo que os portugueses consideram ser verdadeiramente português. Mediante os resultados obtidos, Sobral (2012) verifica, através da Figura 1.2, que dentro dos aspetos mencionados são considerados mais importantes o *sentir-se*, a língua, cidadania, respeitar as leis e ter nascido no país.

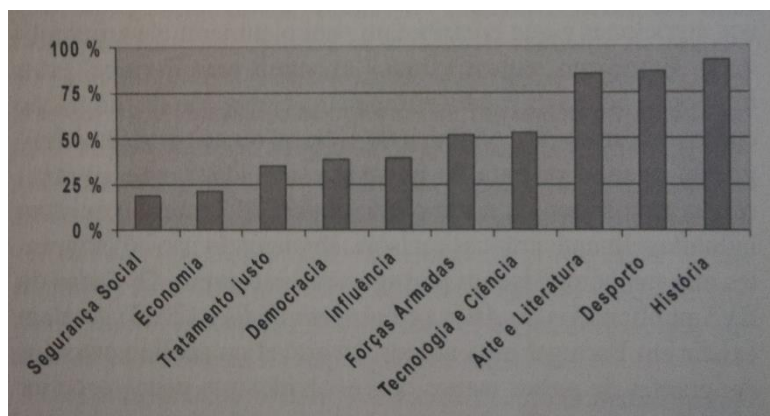
Figura 1.1 - Ser verdadeiramente português (% resposta "Muito importante" + "Importante")



Fonte: Sobral, 2012:86

Noutra questão referente ao orgulho português, representados na Figura 1.2, são aspetos como a história, o desporto e a arte e literatura que se destacam, assumindo, por ordem decrescente, as posições cimeiras.

Figura 1.2 - Fontes de orgulho de ser português (% resposta "Muito importante" + "Importante")



Fonte: Sobral, 2012:90

Não nos compete aqui fazer uma análise prolongada desses resultados. Podemos, no entanto, observar o carácter simbólico da primeira pergunta, nomeadamente pela complexidade da resposta 'sentir-se'. O que pode significar sentir-se português? A resposta, poderia alguém afirmar, encontra-se num sentimento característico de todos os portugueses, algo muito difícil de ser explicado por palavras. Sobral (2012) refere a impossibilidade de definir o seu significado, reiterando a importância da irracionalidade dos vínculos nacionais. Estas são muitas vezes manifestadas através de expressões que surgem no vocabulário e que retratam as

características particularistas de ser português, primadas pela diferença, peculiaridade, podendo ser manifestadas de forma negativa ou positiva.

Será através deste lado mais emocional e subjetivo que se poderá encontrar um aspeto importante de identidade nacional. O simbolismo presente na resposta ‘sentir-se’, visto como algo muito próprio, característico dos portugueses, que nada e ao mesmo tempo tudo diz.

À segunda pergunta do inquérito, o desporto parece assumir um lugar de destaque no orgulho em ser-se português. Aqui, no que à Seleção Nacional de Futebol diz respeito, e sendo um inquérito de 2003, as razões de festejo não eram muitas. É certo que a chegada a fases finais de competições prestigiantes foram uma constante. A justificação poderá surgir com maior pendor face aos sucessos dos clubes portugueses a nível internacional e também das atuações de jogadores portugueses no primeiro plano do futebol mundial, ou simplesmente pela preponderância que o futebol acaba por ter um pouco por todo o globo.

É com estes dois últimos pontos que prosseguiremos o nosso estudo: a relação do sentir-se português com o futebol e a forma como é representado no discurso veiculado pela imprensa.

CAPÍTULO II – IDENTIDADE NACIONAL DENTRO DA ESFERA FUTEBOLÍSTICA

2.1 - Identidades nacionais dentro e fora de campo

Poderíamos argumentar que as relações sociais presentes num mundo moderno ou pós-moderno são demasiadamente complexas para serem transpostas e vistas como oposições binárias. Pelo menos da forma simplificada como nos referimos ao conceito de Lévi Strauss (1955), através da utilização de oposições como bem e mal ou vitória e derrota. Observando a realidade futebolística e sendo esta uma prática que pelo menos em termos teóricos é considerada simples, talvez nos seja possível desvendar algumas destas oposições, e olharmos para a própria conceção do jogo: é disputado por duas equipas, ambas compostas por 11 jogadores que se confrontam em prol da vitória, que no final é atribuída àquela que conseguir obter mais golos no final dos 90 minutos. Será através desta confrontação - e da ideia que consiste na obtenção de um resultado que no final beneficiará ou prejudicará uma ou outra equipa, no caso de não se registar um empate – que as oposições binárias se podem verificar. A ideia de vitória/derrota que inculcará nas equipas sentimentos de diversos tipos seja de justiça/injustiça, felicidade/tristeza. Se formos mais longe e especificarmos que adversários irão estar em jogo outro tipo de oposições poderão fazer sentido, ou pelo menos poderão ser melhor evidenciadas.

Observando o futebol a nível de seleções nacionais, poderão entrar em jogo fatores que noutra contexto futebolístico possivelmente seriam inexistentes – a não ser quando seja uma equipa nacional a disputar um jogo contra equipas estrangeiras - como o prestígio e a honra da nação que são exigidos a todos aqueles que a representam. Serão estas sensações, que vão para além da condição do jogador profissional de futebol em representação de uma entidade, que oferecem ao jogo entre nações um carácter especial de confrontação e representação de um imaginário cultural duma nação. O passado e a glória das nações entram assim em jogo através da sua representação simbólica expressa no esforço e garra dos jogadores por aquela que consideram ser a sua pátria. Dentro desta lógica, Coelho (2001) aponta a constante presença da oposição nós/eles na imprensa escrita aquando das referências à Seleção Nacional. Dentro desta antinomia, o autor presenteia-nos com a forma como passa a ser caracterizada a Seleção na imprensa, alastrando estas perceções a todos nós, aqueles que *vestem a camisola*. Na perspetiva do autor, incluem-se dentro destas visões aquelas que reproduzem a falta de competência de todo o futebol português, incluindo-se também aqui a Seleção, que passa a ser caracterizada como uma extensão dos próprios portugueses muito associada aos seus representantes governativos. Esta visão futebolística portuguesa poderá também ser influenciada por diversos

fatores incluindo o passado histórico dos sucessos e insucessos da Seleção. Aqui, podemos referir, por exemplo, a derrota sofrida na final do Euro 2004 em território luso contra uma Seleção teoricamente mais fraca (Grécia), ou de um lado oposto, a conquista da mesma taça passados 12 anos, desta vez no território francês povoado por milhares de imigrantes portugueses. Alguns destes marcos podem influenciar a percepção de todos os estereótipos e preconceitos associados à Seleção, fomentando a produção de discursos de identificação nacional.

O futebol é riquíssimo na produção destes simbolismos da ‘vida real’. Coelho (2001), sobre a relação entre o futebol e a vida social, define duas dimensões de análise: uma que contempla o jogo praticado em campo e a disposição das equipas no campo e da envolvimento dos adeptos que contribuem para a sua atmosfera emocional; outra simbólica, reproduzindo as dicotomias da vida real em que, transportando as ideias de Bromberger (1993), se verifica na presença da sorte e do azar, das vitórias e das derrotas e da noção de justiça. Tal como Arthur Hopcraft caracteriza o futebol na Grã-Bretanha, o mesmo se pode dizer acerca de Portugal:

“The point about football in Britain is that it is not just a sport people take to, like cricket or tennis or running long distances. It is inherent in the people. It is built into the urban psyche, as much a common experience to our children as are uncles and school. It is not a phenomenon; it is an everyday matter” (Arthur Hopcraft, 2013:2).

Para João Nuno Coelho (2001) as *idiosincrasias do nosso futebol* são testemunhadas constantemente na imprensa desportiva nacional, quer sejam através de palavras de apreço quer também quando seja para pintar um retrato negativo da realidade. Todavia, as características nacionais por si veiculadas acabam por estabelecer a referência já aqui destacada e que assenta na distinção do povo português. A criação de uma memória coletiva dos portugueses caracterizada pelos sucessos e insucessos do passado, são para Coelho (2001) uma prática discursiva constante na imprensa desportiva. Esta é refletida não só através desta construção, passa também pelo patriotismo patente na transmissão de valores assentes no apoio constante à Seleção, considerado como um dever cívico, a que o autor denomina de *metadiscorso de unidade*.

O valor que é dado ao apoio à Seleção, resulta também do processo de transformação a que o futebol foi sujeito não só a nível histórico como a nível cultural. Tal perspetiva merece também aqui a nossa atenção. A ideia passa por colocar em perspetiva a relevância do futebol para as sociedades nas quais este desporto é rei.

Se atentarmos à realidade futebolística, este estudo forma sentido quando observamos, durante determinados períodos de tempo, características no discurso que revelem simbolismos de identidade nacional. No caso da Seleção Nacional, ao contrário do que se sucede com o futebol ao nível de clubes, a cobertura mediática está um pouco refém do próprio modelo competitivo presente ao nível das seleções. Com as respetivas competições a serem disputadas apenas de dois em dois anos resta-nos apenas os jogos amigáveis e as fases de apuramento que se vão disputando esporadicamente ao longo de uma época desportiva, sendo estas ocasiões geralmente pouco interessantes do ponto de vista mediático. É no Mundial da FIFA, e no Euro da UEFA - as organizações e competições desportivas de maior relevo -, que as atenções se centram, proporcionando significados simbólicos diferentes da norma.

Se olharmos numa perspetiva capitalista assente na mercantilização do futebol, observamos a sua contribuição para a própria formulação do futebol como espetáculo, assente não só em todo o mercado por si gerado desde patrocinadores a jogadores como também na transformação que é feita às visões em torno do jogo. Esta mudança de realidade, que tomou conta de todas as esferas da sociedade, chega também ao desporto em grande parte evidenciado pelos Jogos Olímpicos e também conseqüentemente ao futebol, tomando parte naquilo a que Maguire (1999, s.a.) e Wright (1999) *apud* Marques (2006), caracterizam como sendo o processo de desportivização e globalização assente, entre outros, na dimensão económica, mediática e migratória do desporto.

Uma vez que uma percentagem diminuta da população se desloca ao estádio para ver futebol, os media surgem como o principal mediador deste espetáculo, que hoje em dia – fruto da multiplicidade de plataformas existentes – acaba por fornecer uma rede de informações múltiplas oriundas de diversos canais de discussão como programas de debate televisivo, fóruns de discussão, blogs, entre outros (Cardoso, Xavier e Cardoso, 2007:120). Desta forma, podemos estabelecer a diluição do público e do privado, onde as temáticas discutidas no privado acabam por ser aquelas que estão também a ser discutidas no público, conectando-nos assim à vida público-privada (Costa, 2007:3). O futebol-espetáculo, fenómeno que surge associado aos media, acaba por se colocar “no centro do processo de significação e pertencimento a um determinado lugar, a uma determinada nação” (Costa, 2007:3).

Para Eduardo Cintra Torres, a televisão acaba por deter um papel importante ao representar social e culturalmente o espetáculo futebolístico que foi o Euro 2004, transmitindo não só tudo aquilo que se passa dentro de campo mas sobretudo fora dele, através dos *aspetos*

rituais e comunitários (Torres, 2006:1). Isto para enfatizar todo o mediatismo que se estabelece em volta de um grande evento desportivo, que em Portugal acaba por estar constantemente presente na agenda.

Ficam, deste modo, estabelecidos os moldes pelos quais trabalharemos nos capítulos seguintes. Retendo os pontos chave do trabalho feito até ao momento, estes sumarizam-se, numa primeira instância, pela mobilização dos conceitos de nacionalismo e todas as suas derivações, destacando-se os conceitos de consciência nacional, identidade nacional e nacionalismo banal. Numa fase seguinte, passou pelo estudo das formações de comunidades nacionais e dos sentimentos de identificação com a nação que estas despoletam e que, conseqüentemente, potenciam a formação de relações de oposição, vistas à luz dos conceitos de Lévi Strauss, Anthony Cohen e Roger Silverstone.

Isto tudo no plano discursivo da imprensa escrita durante um mega-evento desportivo como o Euro que por si só também acarreta algum tipo de análise. A mediatização de um evento com estas características poderá eventualmente incentivar o tipo de discurso feito, podendo significar um incremento do espírito patriótico em situação de competição desportiva trazida para o plano mediático.

No plano das influências sociais e culturais o objetivo foi, sinteticamente, mobilizar algumas passagens históricas de Portugal e das representações de portugalidade, incluindo-se aqui, alguns dos mitos e tradições do povo português. De seguida, através das representações do futebol dentro e fora de campo, nomeadamente mediante a presença da Seleção Nacional na imprensa portuguesa, conseguimos estabelecer uma perspetiva geral dos possíveis fatores que podem influenciar a relação dos portugueses com a Seleção e conseqüentemente, as manifestações de identidade nacional presentes na imprensa.

CAPÍTULO III – IMPRENSA E IDENTIDADE NACIONAL NO EURO 2016

3.1 - Metodologia

Sumarizando o trabalho até agora desenvolvido este passou, primeiramente, por uma fundamentação teórica das identidades nacionais e as suas componentes simbólicas, passando pelas manifestações identitárias presentes na história da sociedade portuguesa, culminando na presença das identidades nacionais no futebol, assim como a característica massificadora deste desporto e a importância deste aspeto para o trabalho proposto.

Mediante a definição destes eixos, o objetivo central passa pela observação das manifestações de identidade nacional na imprensa. Antes, esclarecemos a metodologia utilizada na investigação.

A análise empírica aqui apresentada assenta numa pesquisa qualitativa a manifestações de identidade nacional na cobertura mediática feita à Seleção Nacional na imprensa portuguesa, ao longo do Euro 2016. Como tal, o estudo recai sobretudo nos seguintes indicadores: as relações de oposição, assentes na lógica nós/eles; a Seleção não só vista como um elemento de união, mas fundamentalmente através da lógica de reciprocidade, demonstrada pelo seu esforço no campo em prol dos portugueses e pelo apoio constante dos adeptos; a lógica discursiva patriótica através de símbolos nacionais como a bandeira ou o hino nacional; o ideal da conquista manifestado através do sonho e da esperança.

Foram equacionados outros indicadores que não se encontram na análise. Os indicadores escolhidos não permitem equacionar todas as características de identidade nacional que possam estar presentes nas notícias analisadas, existindo muitas outras que podiam ter sido consideradas, entre as quais a característica conselheira que o discurso muitas das vezes impunha, e que tendencialmente era utilizado na cobertura da Seleção portuguesa. Este registo, embora valorizado, foi considerado como parte integrante do discurso relacionado com o futebol e menos relevante quando falamos de identidade nacional.

Pensou-se também em atribuir um indicador à questão da atribuição do mérito à Seleção portuguesa. Verificou-se, no entanto, que as unidades de registo (frases) que poderiam conter este tipo de informação constavam frequentemente nas relações de proximidade entre a Seleção e os portugueses. Por exemplo através da atribuição do mérito de uma vitória não só à Seleção portuguesa - que após muitas tentativas nunca tinha conseguido ser campeã europeia - como

também aos próprios portugueses que sempre sentiram esse esforço inglório. Face a esta associação, a escolha passou pela não atribuição do indicador de mérito.

Optámos por recorrer a uma análise de conteúdo de modo a “estudar componentes não estritamente representativas, mas características da população” (Quivy e Campenhoudt, 2003:18). Estando as questões do patriotismo e sobretudo as de identidade nacional vinculadas à esfera nacional, abordamos a sua análise com a consciência de que o princípio da representatividade é intangível, partindo para uma análise de uma característica que pode ou não estar contida no conteúdo recolhido dos jornais.

O objetivo passa, pois, pela tentativa de exploração dos indicadores avançados através de uma análise de conteúdo de seis jornais diários portugueses: *A Bola*, *O Jogo*, *Record*, *Jornal de Notícias*, *Público* e *Correio da Manhã*.

Os dados contidos nesta análise são, portanto, resultado de uma observação direta, onde as informações são recolhidas diretamente da fonte, sem intermediários, e mediante um conjunto de indicadores previstos (Quivy e Campenhoudt, 2003:19). Sendo o método de recolha da informação a análise de conteúdo, importa defini-lo. Segundo Bardin;

“Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens”. (Bardin, 2002:42)

A análise proposta assenta, primeiro que tudo, no recurso a uma metodologia de pesquisa qualitativa, uma vez que parte através da pesquisa do material noticioso em amostra, que permite, posteriormente, encaminhar com maior precisão os indicadores em análise. Apesar de à partida já existirem indicadores/categorias pré-determinadas, sem o seu respetivo teste no campo empírico não é possível defini-las com precisão. Esta categorização é, portanto, feita de avanços e recuos, e ao longo da pesquisa vai-se aprimorando e fechando, de modo a direcionar a análise para as unidades pretendidas.

Antes da definição dos indicadores, a análise necessita de ter códigos estabelecidos que permitam a exequibilidade do estudo. Esta fase revela-se de extrema importância para a continuidade da análise, uma vez que apenas mediante a definição das suas componentes se consegue estabelecer a posterior contabilização frequencial do material. Com base no trabalho de Bardin (2002), conseguimos definir 3 aspetos fundamentais para a codificação, sendo eles a

escolha das unidades de registo, das regras de contagem e escolha de categorias. Nesse sentido, a análise centrar-se-á nas frases, divididas por um ponto ou ponto e vírgula, que surgem para a autora como equivalentes gráficos à rutura na curva melódica. Esta escolha reflete, sobretudo, a facilidade na contabilização das frequências.

Por outro lado, as regras de contagem das frequências, passam pela verificação da presença dos indicadores estabelecidos (expressos nas unidades de registo). Ou seja, quanto maior for a sua frequência, maior será o impacto dessa característica no texto.

E por fim, o estabelecimento das categorias de análise, que serão tratadas com recurso a uma metodologia quantitativa, uma vez que “baseiam-se na frequência do aparecimento de certas características de conteúdo ou de correlação entre elas” (Quivy e Campenhoudt, 2003:28).

Estando essas características confinadas aos aspetos de identidade nacional já esclarecidos, o método assenta numa análise temática, que segundo Bardin (2002) consiste na contagem de um ou mais itens ou temas que possam representar algum tipo de significado. Deste modo, a escolha deste método pareceu a mais plausível para o estudo em questão, na medida em que permite a contabilização das frequências dos indicadores pré-estabelecidos, através das unidades de registo expressas por um *critério semântico* (Bardin, 2002:118). Para além de ser uma análise temática, é também categorial, uma vez que se caracteriza pelo agrupamento prévio das características em categorias e posterior cálculo e comparação (Quivy e Campenhoudt, 2003:28).

Resumidamente, o estudo será feito através de uma análise temática e categorial, onde estarão definidos os indicadores de identidade nacional estabelecidos com base nos indicadores já avançados que recaem sobre as relações de oposição de cariz nacional e patriótico; relação intracomunitária entre Seleção e os portugueses; o patriotismo assente na representação através de símbolos que caracterizam Portugal, assim como também a presença do ideal de esperança na conquista, tanto dos portugueses como também da Seleção.

De modo a conferir uma maior fundamentação ao estudo, será também feita uma análise de conteúdo, desta vez com base numa pesquisa quantitativa que pretende contabilizar a frequência com que as matérias sobre a Seleção Nacional são tratadas. Mediante o suporte no trabalho de Gomes e Freitas (2002) sobre a construção da identidade nacional na imprensa desportiva portuguesa no Euro 2000, far-se-á uma contabilização do número de notícias sobre a Seleção nos jornais recolhidos, durante o período do Euro 2016, de modo a validar, ou não, a

seguinte afirmação: “Embora o evento seja determinado pela globalização do futebol, a construção da notícia é local, fornecendo-lhe um estatuto de referência nacional” (Gomes e Freitas, 2002:5).

No que à amostra diz respeito, esta centrar-se-á, como já referido, em seis jornais diários da imprensa portuguesa. Face à temática futebolística do estudo, foi natural a escolha dos três principais jornais desportivos em Portugal: *A Bola*, *Record* e *O Jogo*. De seguida, e como seria redutor concentrarmo-nos apenas numa análise de jornais desportivos, uma vez que não contemplariam um termo comparativo face aos de informação geral - que podem ou não apresentar uma diferenciação clara nos resultados -, decidiu-se apostar também no *Público*, *Correio da Manhã* e *Jornal de Notícias*.

Todos estes jornais passaram por um processo de escolhas que pretendemos aqui justificar. A primeira, e que abarca os seis jornais, é o facto de serem diários, para que se possa manter uma análise que contemple um formato jornalístico minimamente idêntico por todos, diminuindo os riscos de divergências que, por exemplo, a presença de um semanário na análise poderia suscitar. Assim, ao nivelarmos o formato, questões relacionadas com o número de páginas ou a própria organização do jornal, acabam por ter, à partida, mais semelhanças.

A escolha dos jornais passou também pelo argumento que está na ordem das tiragens e circulação. Daí a escolha do *Correio da Manhã*, que se assume como o jornal diário mais vendido em Portugal (APCT), algo que em 2016 – ano em que se centra a nossa amostra - também se sucedia. Segundo esta ordem, surge o *Jornal de Notícias* (este com um maior pendor na zona norte) e posteriormente o *Público*. A escolha dos jornais ficou, portanto, sujeita ao critério do formato, categorias (desporto e informação geral), tiragens e circulação.

Face a estas decisões, foi imperativa a delimitação da recolha de informação contida nos próprios jornais. Tendo já sido fornecidos os trâmites daquilo que se pretende analisar é também necessário precisar em que textos se realizará esta extração. Analisando a quantidade e tipo de informação a recolher tendo em conta os conteúdos da proposta, decidiu-se centrar a recolha no título, subtítulo e lead da notícia em destaque nos jornais escolhidos. Isto quando o tema da Seleção é de facto a notícia de destaque, o que acontece habitualmente. Nos casos em que não se sucede – ou a notícia de destaque não fornecer o tipo de notícia pretendida - passa a ser a primeira notícia referente à cobertura da Seleção.

Esta decisão não surgiu sem, contudo, passar por uma fase de avanços e recuos em que se pensou, entre outras opções, na hipótese de remeter a análise para os artigos de opinião,

primeira página e análise de imagem. Os artigos de opinião, apesar de poderem fornecer mais material relativamente às manifestações de identidade nacional, já têm sido amplamente utilizados noutros trabalhos dedicados à área. Por outro lado, a escolha reflete-se na tentativa de procurar o maior afastamento possível da opinião das questões relacionadas com a identidade nacional e patriotismo, de forma a procurar este tipo de manifestações na sua forma menos explícita.

Quanto à análise da imagem e das primeiras páginas, estas foram equacionadas, mas posteriormente colocadas de lado por motivações relacionadas com as limitações da extensão do estudo. Por outro lado, a possível presença de outros tipos de análise poderia significar uma menor profundidade de cada uma delas. Por isso, optou-se por se centrar apenas num tipo de análise.

Para finalizar, importa clarificar o período temporal na qual a amostra foi recolhida. Esta incidiu-se, como já referido, durante a participação da Seleção Nacional no Euro 2016, de 14 de junho a 10 de julho. Dentro deste período foram escolhidos determinados dias, correspondentes às fases da competição que mais conteúdo poderiam representar. Posto isto, foram considerados não só os dias correspondentes à participação efetiva da Seleção na competição, assim como também o momento da chegada da comitiva ao centro de estágio de Marcoussis e a Portugal depois da vitória.

Sendo assim, foi considerado o primeiro jogo da Seleção, realizado no dia 14 de junho. Aqui consideramos dois dias para a análise: o dia do jogo e o dia posterior ao jogo, porque a edição do jornal correspondente ao dia do jogo contém a informação pré-jogo, neste caso podendo conter as expectativas ou ambições para o decurso do evento desportivo, uma vez que está a ser considerado o primeiro jogo da Seleção. E o dia posterior, dia 15 de junho, dado que o empate da véspera (frente à Islândia) não correspondeu às expectativas e poderá determinar a presença de outro tipo de características correspondentes aos indicadores de identidade nacional.

Sendo que o primeiro jogo comporta dois dias, o dia 14 e 15 de junho, a outra fase da competição considerada foi o jogo da final no dia 10 de julho. Seguimos a mesma lógica temporal considerada anteriormente: o dia do jogo, dia 10 de julho e o dia posterior, 11 de julho. Esta será a fase da competição que mais características poderemos retirar, uma vez que a final representa o tão desejado triunfo tanto da Seleção como dos portugueses em geral. Depois da final perdida em casa em 2004, seria esta a oportunidade de conquistar o título de campeão

européu nunca antes alcançado. Daí que a importância do momento pudesse influenciar o tipo de conteúdo que poderíamos encontrar tanto antes como depois do jogo. De ressaltar que apenas serão contidas na análise duas fases distintas da competição, o primeiro e último jogo. Tudo porque mediante a pesquisa efetuada às outras fases da competição e que poderiam representar alguma relevância - como o acesso à fase das eliminatórias ou até mesmo a passagem à final – decidiu-se que não acrescentariam nada de diferente do que aquelas que se optaram por escolher. Por outro lado, a necessidade de se fazerem escolhas tendo em conta os normais condicionamentos do estudo levou a que optássemos por alargar a pesquisa a fases que, embora não compreendendo os jogos do Euro, acabam por estar dentro do seu espírito.

Considerámos também a chegada da Seleção ao centro de estágio de Marcoussis, em França, no dia 10 de junho, antes do começo do campeonato, de modo a observar o respetivo acolhimento por parte dos adeptos portugueses. E também a chegada da comitiva portuguesa a território nacional, após o término da competição, no dia 12 de julho, para completar a dinâmica de viagem que quisemos implementar. Resumidamente, a viagem inicia-se com chegada da Seleção e receção dos adeptos; jogos disputados, sofrimento e espírito de sacrifício demonstrados ao longo de todo o evento, com a conquista do troféu na final; chegada da Seleção a Portugal e o acolhimento por parte dos adeptos.

A análise de conteúdo comporta, deste modo, seis dias distintos, em seis diários diferentes, perfazendo um total de 36 jornais, representando este mesmo número de notícias analisadas.

3.2 - Manifestações de identidade nacional na imprensa portuguesa durante a cobertura à Seleção Nacional no euro 2016

A imprensa como base documental foi escolhida face à sua preponderância nas sociedades modernas. O discurso e linguagem passados por um processo de institucionalização na imprensa, conferem às manifestações que pretendemos procurar neste estudo a validação que Foucault (2004) identifica com a simbiose entre a conquista do poder e o discurso: o poder visto aqui como a validação das regras do jogo, aquilo que pode ou não ser dito.

Se colocarmos em perspetiva a apropriação de Tzunelli (2006) do conceito de *comunidades imaginadas* de Benedict Anderson, acedemos à ideia de que as manifestações em prol da nação podem encontrar eco na imprensa. Historicamente, o surgimento do capitalismo de imprensa foi parte importante no processo de criação do imaginário de uma nação, onde a propagação massiva das mensagens fomentava o crescimento de uma comunidade de partilha

de sentimentos nacionais. Sob a análise da vitória grega no Euro 2004, Tzunelli (2006) argumenta que o crescimento identitário nacional dos gregos depois da vitória da sua Seleção cresceu em significado pelo reconhecimento e destaque dado a nível internacional. Não é, todavia, o propósito do estudo argumentar que determinadas manifestações de identidade nacional tenham sido justificadas pela necessidade de reconhecimento internacional, quer através da relevância de vitória da Seleção para os emigrantes portugueses em França, quer mediante uma perceção geral da importância da conquista de um troféu europeu nunca antes alcançado. Será através do reconhecimento do conceito de *comunidade imaginada* que iremos procurar analisar a presença ou não, de mensagens que podem ou não ajudar à formação da ideia de uma comunidade nacional imaginada.

Sob este ponto de vista, avançámos nesta investigação com o objetivo de formular um conjunto de indicadores com vista a encontrar significados de cariz patriótico e nacional. O interesse passou mesmo pelo esforço em identificar as características nas notícias que à partida menos ofereciam discussão. Neste sentido a análise de conteúdo focou-se nas notícias de destaque sobre a Seleção Nacional, centrando-se no lead, título e subtítulo presentes nessas mesmas notícias. O quadro resumo que apresentamos em seguida – baseado naquele apresentado por Bardin (2002) relativamente a estudo sobre um horóscopo de uma revista - contém a análise de conteúdo da imprensa portuguesa, no Euro 2016, e pode ser complementado pelos Anexos A, B, C, D e E e F.

Quadro 3.1 – Tabela simplificada da análise de conteúdo da Seleção. Presença dos indicadores de identidade nacional na imprensa portuguesa (F, %)

| Indicadores | | F | % | Exemplos | |
|---|----------|------------|------|---|---|
| Relações de oposição | | 96 | 10,5 | “A França, a mesma que tantas vezes nos levou ao desespero” (<i>Record</i> , 11/07:4) | |
| Identificação Seleção-portugueses/portugueses–Seleção | Em geral | 201 | 21,9 | “Milhões de portugueses (...) estarão atentos à sua Seleção nacional de futebol, hoje em dia, não apenas um fator de unidade nacional, mas uma forte razão de afirmação universal do povo português” (<i>A Bola</i> , 14/06:2) | |
| | Emoções | Alegria | 83 | 9,0 | “O ambiente foi eletrizante num dia que começou bem cedo, com a festa dos emigrantes ainda em França” (<i>CM</i> , 12/07:4) |
| | | Superação | 29 | 3,2 | “Ronaldo renasceu das cinzas portuguesas para garantir, <i>in extremis</i> , que a campanha nacional não iria acabar em vergonha” (<i>Público</i> , 10/07:2) |
| | | Sufrimento | 45 | 4,9 | “Cristiano Ronaldo caía no relvado, agarrado ao joelho e Portugal não queria acreditar” (<i>JN</i> , 11/07:4) |
| Sonho, esperança e crença nacionais | | 44 | 4,8 | “Sonhar nas asas de Eusébio” (<i>Record</i> , 10/06:8) | |
| Simbologia nacional | | 65 | 7,1 | “Falta-nos o Luís de Camões, sim, falta-nos ele porque o dia de ontem devia ser contado pelo poeta (...)” (<i>O Jogo</i> , 11/07:2) | |
| Total indicadores | | 563 | 61,3 | | |
| Total da amostra | | 918 | 100 | | |

Refletindo sobre os indicadores apresentados, começamos por ir de encontro à abordagem já feita às relações de oposição, em que tivemos a oportunidade de olhar para este conceito sob a perspetiva de diversos autores, um dos quais Lévi Strauss (1955) com o conceito de *oposições binárias*. Este primeiro indicador teve como objetivo captar as unidades de registo que continham a presença da demarcação nós/eles, em que a Seleção Nacional portuguesa é encarada como *a nossa Seleção*, ou como João Nuno Coelho (2001) menciona: *a equipa de todos nós*, ao referir-se à denominação de Ricardo Ornelas, criada nos anos 20. Este mote, que encara a Seleção portuguesa como a *equipa de todos nós*, é verificado em todos os indicadores presentes no estudo presente.

No conjunto seguinte de indicadores, que comportam a identificação da nação com a Seleção Nacional e vice-versa, a designação de *equipa de todos nós* reverte-se de um especial significado. Este indicador vai em busca dos conteúdos em que se revelam as mensagens que pretendem identificar as relações entre as ações e comportamentos da Seleção em prol dos portugueses – como o esforço deixado no terreno de jogo, o sofrimento, as manifestações de euforia – assim como do lado dos adeptos portugueses, com as esperas à Seleção no centro de estágio, o incentivar dos jogadores durante os jogos, o gritar das vitórias conquistadas. Dentro desta dinâmica – portugueses/Seleção e Seleção/portugueses -, optou-se por dividir os indicadores nos quais pudessem constar manifestações gerais destas relações e por outro lado, indicadores com o objetivo de abarcar as emoções manifestadas associadas ao sofrimento, alegria e superação.

O indicador seguinte coloca de fora este âmbito relacional entre os adeptos e a Seleção e vai ao encontro das manifestações de esperança na Seleção e na crença e vontade de vencer a competição. Esta reverte-se de especial importância uma vez que marca a escalada de emoções que um percurso frutífero na competição pode representar, com o crescendo de confiança com o passar dos jogos até à chegada à final. O caso específico da Seleção no Euro 2016 ficou especialmente marcado pela confiança expressa do treinador Fernando Santos e sua comitiva na conquista da competição e com a chegada à final a ser considerada, pela generalidade da imprensa, como uma crença quase exclusiva do treinador e com a extensão para os jogadores, paradoxalmente às opiniões negativistas da generalidade dos portugueses. Veja-se desde logo pela afirmação no jornal *A Bola* do dia 11 de julho, dia posterior à vitória: “mas só Fernando Santos e os seus comandados acreditaram desde o primeiro dia” (*A Bola*, 11/07/2016:2).

Por último, o indicador denominado de simbologia nacional passa por conter, maioritariamente, as expressões que invocam os símbolos nacionais, quer sejam referentes à bandeira nacional, suas cores e representações, ou às emoções manifestadas pelo canto do hino nacional. Todas estas, foram consideradas na medida em que surgem como uma ativação da lembrança nacional, um processo de ativação da consciência nacional, tal como Billig (1995) evidencia através do conceito de *nacionalismo banal*, que pretende identificar os processos de lembrança nacional, neste caso através de simples gestos patrióticos como o hastear da bandeira ou o cantar do hino nacional aquando da chegada da Seleção portuguesa a Portugal.

Os sete indicadores referenciados foram construídos de modo a que pudessem abranger os princípios que identificámos como sendo necessários para a formação de uma consciência nacional, assentes numa procura pela união, prestígio e individualidade e também pela função de partilha de um sentimento nacional. Para além disso invocámos alguns destes preceitos num indicador mais incisivo na questão da individualidade nacional, presentes através das relações de oposição.

No seio destes indicadores, e que podemos aqui assinalar, encontra-se presente uma dinâmica discursiva assente numa retórica militar, muitas vezes evidenciada para hiperbolizar o espírito de sacrifício da Seleção e dos portugueses. Este diálogo, bastantes vezes utilizado para descrever o esforço das equipas para chegar à vitória, é visível também quando estão patentes as ideias de confronto com as nações rivais: “O primeiro título sénior do futebol português foi conquistado na trincheira inimiga” (*JN*, 11/07/2016:4). Para além de podermos encontrar este tipo de discurso no indicador correspondente às relações de oposição, verificamos que é também visível nas demonstrações de esforço, dedicação e sacrifício da Seleção: “já a Seleção nacional cerrou os dentes e preparou-se para a batalha com todas as armas que lhe restavam” (*Público*, 11/07/2016:2).

3.2.1 - Análise de resultados: Manifestações de identidade nacional na imprensa

Focando a nossa atenção no Quadro 3.1, verificamos que este representa a soma do conjunto dos valores apresentados nos Anexos A, B, C, D, E e F, valores esses que estão dispostos numa análise de conteúdo da Seleção Nacional, através da presença dos indicadores de identidade nacional na imprensa portuguesa.

O dado que podemos destacar em primeiro lugar centra-se no indicador representativo das manifestações gerais de identificação entre os portugueses e a Seleção ou entre a Seleção e os portugueses. Numa amostra em que são apresentadas 918 unidades de registo passíveis de

serem consideradas - correspondentes a 100% -, e onde 563 dessas unidades - correspondentes a 61,3% - são apresentadas como dados da análise de conteúdo, verificamos a frequência de 201 registos desse indicador, o que corresponde uma percentagem de 21,9. Este indicador, de identificação Seleção/portugueses e portugueses/Seleção, é aquele que apresenta um maior destaque dentro do universo da amostra. Ao observarmos as tabelas de conteúdo presentes em anexo, e que revelam os dados esmiuçados por jornal, verificamos a preponderância do mesmo indicador em todos eles, chegando mesmo a apresentar percentagens na casa dos 30% no jornal *A Bola* (Anexo D) e no *Jornal de Notícias* (Anexo A).

Ainda relativamente a este indicador, observemos o exemplo do Quadro 3.1: “Milhões de portugueses (...) estarão atentos à sua Seleção nacional de futebol, hoje em dia, não apenas um fator de unidade nacional, mas uma forte razão de afirmação universal do povo português” (*A Bola*, 14/06:2). Através deste exemplo, somos capazes de identificar a presença de uma consciencialização da importância da Seleção para a união dos portugueses, mas nem sempre a relação se estabelece assim. Neste indicador consta também o exemplo que destacamos no Anexo B presente no *Público*: “estão espalhados um pouco por todo o país e vão fazer a Seleção sentir-se literalmente em casa” (*Público*, 14/06:2). Neste exemplo fica patente, por outro lado, a importância do apoio dos adeptos portugueses para a melhor adaptação da Seleção em França. Resumidamente, um reside no papel da Seleção para a união dos portugueses e outro coloca o foco na condição dos adeptos portugueses, que fornecem o apoio necessário para que a Seleção seja bem recebida.

O segundo indicador com maior preponderância, disponibilizado no Quadro 3.1, diz respeito às relações de oposição. Foi já feita uma abordagem teórica à ideia inerente a este termo, nomeadamente através do conceito de oposições binárias de Lévi Strauss (1955), que nos presenteia com a perspetiva de existência de pares binários dentro de uma estrutura social, sejam estes de reconhecimento similar ou antagónico. Significa reconhecer que, por exemplo, Portugal é Portugal porque não é Espanha, nem França. Para aqui, interessou verificar nas unidades de registo, a presença destas relações paradoxais – transformadas em dados quantitativos. Isto fica patente quando o contexto situacional da mensagem se enquadra antes ou depois da disputa de um jogo, neste caso no momento do primeiro jogo contra a Islândia ou no último contra França. Aqui as oposições binárias ganham sentido. A resultado do jogo de Portugal apenas detém significado porque do outro lado se posiciona outra equipa. Para o indicador de relações de oposição não é somente a consciência de existência de uma oposição, de um confronto, mas sim o lado que se escolhe. Este lado é escolhido em função do tema que

tratamos e que corresponde à identidade nacional que influem diretamente na escolha da Seleção como o ‘nós’ e de todas as outras como o ‘eles’. Este é um fator que pode predominantemente crescer quando o contexto em que se insere o opositor é favorável ao enriquecimento das qualidades nacionais, tal como Tzanelli (2006) argumenta quando falando dos gregos em relação aos portugueses. No contexto da final, por exemplo, encontramos uma retórica que enfatiza a presença maciça de emigrantes portugueses em França aliada a uma aparente descredibilização das qualidades da Seleção portuguesa por parte dos media franceses. Poderá esse fator contribuir para a enfatização das relações de oposição? Para aqui, interessamos perceber que impacto têm estas possíveis relações no plano empírico. A análise de conteúdo presente no Quadro 3.1 permite-nos verificar que sob a amostra recolhida num universo de 918 unidades de registo, 96 correspondem a relações de oposição. Este dado representa 10,5% da amostra total se considerarmos a média da sua distribuição por jornal. Separadamente, encontramos valores desde os 8 aos 13%.

Se tivermos em consideração o momento da amostra escolhido, verificamos a preponderância deste indicador nos dias antecedentes ou posteriores ao jogo, e menos no primeiro e último dia, correspondentes à fase da chegada e do retorno da Seleção. A componente competitiva poderá exacerbar a frequência de mensagens deste tipo nos dias referentes à disputa dos jogos, podendo evidenciar as expectativas ou por outro lado as reações ao resultado, como evidenciado no exemplo do Anexo A, depois da vitória de Portugal contra França, na final: “o primeiro título sénior do futebol português foi conquistado na trincheira inimiga” (*JN*, 11/07:4).

Seguindo a lógica decrescente de apresentação dos dados, voltamos a atenção para um indicador que exprime a ideia da comutatividade partilhada entre a Seleção e os portugueses, assente numa dinâmica expressa por emoções ou estados de alma representados pela alegria, como consta no seguinte exemplo presente no Anexo E: “desferiu o golpe fatal que deixou em delírio os heróis que estavam no relvado (...) e ainda os 15 mil extraordinários portugueses que na bancada não se calaram um único segundo (...)” (*Record*, 11/07:4).

O indicador ‘alegria’, para além de representar a frequência de casos em que a Seleção proporciona os momentos de êxtase aos adeptos - quer através do golo do Éder na final ou do levantar da taça no final do jogo -, também contém os momentos em que os próprios adeptos fomentam o ambiente de alegria que posteriormente trespassa para a Seleção, como por exemplo através da sua chegada da comitiva ao aeroporto após o término da competição.

Representando 9,0% do total da amostra, que são compostos por 83 frequências de conteúdo num universo de 918, o indicador de alegria acaba por ser mais representativo no último dia do estudo – dia 12 de julho, chegada da Seleção a Portugal após a vitória – em todos os jornais com exceção do jornal *A Bola*, como podemos verificar nos Anexos de A a F. O primeiro dia do estudo e que se refere à chegada da Seleção ao centro de estágio, assim como o dia 11 de julho, correspondente à conquista do campeonato, estão também fortemente representados. As constituintes de chegada, conquista e retorno, funcionam aqui como os momentos mais representativos da partilha de alegria entre a Seleção e os portugueses. As fases da conquista da competição e do retorno a Portugal, são expectáveis de representar uma maior preponderância neste indicador pelo facto de estarem conectadas com a celebração da vitória. Portugal, sendo um país onde o futebol e a Seleção detêm um papel sociocultural importante, ajuda a que estas manifestações surjam ainda com mais força neste contexto. Por outro lado, a chegada da Seleção ao país anfitrião, apesar de não estar posicionada num contexto de vitória, contribui para o argumento da relevância sociocultural da Seleção para os portugueses, estendendo a sua influência também para os portugueses e luso-descendentes emigrados em França, que também eles ajudam a fomentar as relações intracomunitárias entre a Seleção e os portugueses, através da preocupação em proporcionar momentos de alegria que aqui tentámos registar.

O seguinte indicador, e que apresenta uma frequência de 65 unidades de registo, correspondentes a 7,1%, corresponde ao que denominámos ‘simbologia nacional’. Se tomarmos em atenção o exemplo seguinte a este indicador, presente no Quadro 3.1, verificamos uma alusão ao poeta Luís de Camões como um símbolo nacional capaz de retratar e enaltecer a nação portuguesa. Os conteúdos encontrados para quantificar este indicador assentaram em símbolos da nação portuguesa, aqui exemplificados por Luís de Camões e nos Anexos de A a F, através de exemplos tanto de representações da bandeira de Portugal como também do hino nacional.

No caso do *Jornal de Notícias*, apresentado no Anexo A, este indicador chega mesmo a representar 17,7% da amostra, apresentando uma frequência de 20 unidades de registo, num total de 154. Se atentarmos aos Anexos entre A e F, verificamos, que os dias 14 e 15 de junho, que contemplam o dia anterior e posterior ao primeiro jogo, respetivamente, apresentam os dois juntos uma frequência menor do que em qualquer outro dia do estudo. O que aliás se sucede também com o indicador ‘alegria’, mencionado anteriormente. A justificação deste dado pode estar no resultado menos positivo do primeiro jogo - em que a Seleção portuguesa empatou contra a Islândia – e por isso, menos propício a momentos de orgulho e amor pela pátria que neste caso implicam menos manifestações de símbolos nacionais.

O próximo indicador, seguindo a ordem de frequência, é aquele que corresponde à identificação mútua entre os portugueses e a Seleção, mais especificamente quanto às relações de sofrimento. O indicador, apesar de apenas representar 4,9% da amostra, correspondente a 45 unidades de registo num universo de 918, pode oferecer um maior tipo questões quando observando os dias em que mais se destacou. Recorrendo aos Anexos A, C e F – correspondentes ao *Jornal de Notícias*, *Correio da Manhã* e *O Jogo* -, que de todos os jornais analisados são aqueles em que a percentagem de frequência deste indicador é mais expressiva – 10,6% no *Jornal de Notícias*, 6,7% no *Correio da Manhã* e 6,5% no jornal *O Jogo* -, destacamos o dia 10 de junho, correspondente ao dia da chegada a Marcoussis, e o dia 11 de julho, referente ao dia posterior à vitória. Apesar de serem momentos predominantemente de felicidade, pelos dados registados, estes ocorrem simultaneamente com momentos de sofrimento.

Estes dois dias, afiguram-se, pelos três jornais destacados, como aqueles onde existe uma maior concordância de frequência de resultados, todos eles acima de duas unidades de registo. Se quisermos ser mais explícitos, e seguindo a ordem já apresentada de jornais, *Jornal de Notícias*, *Correio da Manhã* e *O Jogo*, isto representa para o primeiro dia (10/06) uma frequência de unidades de registo de três, três e dois e para o último dia (11/07) de três, quatro e quatro. Em todos os restantes dias existe sempre um jornal que não apresenta qualquer tipo de frequência.

No caso da chegada a Marcoussis sendo esta vista como um momento de felicidade - tanto para os adeptos que recebem a Seleção Nacional, como para a própria Seleção que sente o carinho dos adeptos no estrangeiro -, pode também afigurar-se como um momento de sofrimento dos adeptos ligado, por exemplo, ao cansaço acumulado devido aos tempos de espera pela chegada da comitiva: “tanto nos treinos abertos como quando ficam à espera da equipa depois dos jogos até às três da manhã.” (*CM*, 10/07:4). O sofrimento é aliado ao esforço, ainda que seja recompensado no caso dos adeptos. Por outro lado, este é também sentido pela Seleção, nomeadamente no jogo da final: “Cristiano Ronaldo caía no relvado, agarrado ao joelho e Portugal não queria acreditar” (*JN*, 11/07:4). Neste exemplo, é representado o sofrimento da figura primordial da Seleção através da sua lesão, figurativamente sentida por todo o país, ilustrando a extensão que é feita da Seleção para o panorama global nacional.

O seguinte indicador apresenta uma preponderância idêntica à do anterior, representando 4,8% da amostra, com uma frequência de 44. Denominado ‘sonho, esperança e

crença nacionais’, para além de estar associado à esperança e confiança na Seleção, acaba também por apresentar um carácter religioso: “(...) para que o seleccionador nacional possa cumprir a profecia feita quando quase ninguém acreditava (...) quanto mais no jogo decisivo...” (*JN*, 10/07/:4). Apesar de apresentar uma percentagem reduzida, comparando com os restantes indicadores, este pode ser capaz de fornecer mais questões se o observamos tendo em conta a sua distribuição por dias e por jornal. Perante os Anexos A, B e C, que correspondem aos jornais de informação geral presentes no estudo, verificamos uma semelhança nos dias em que foram encontradas frequências neste indicador. Todos eles apresentaram frequências no dia 14/06, 10/07 e 11/07, embora com valores dispares.

Em primeiro lugar, o dia 14/06, correspondente ao dia anterior ao primeiro jogo da Seleção Nacional. Sendo este um momento de expectativas em relação ao que pode ou não acontecer, tanto no jogo que vai decorrer como para todo o percurso da Seleção no europeu, pode significar uma maior propensão para mensagens de esperança, confiança e fé num percurso profícuo ou, por outro lado, nas dificuldades que poderão estar no caminho e nas poucas probabilidades de alcançar uma vitória no final. Uma vez que o indicador apenas pressupõe um ideal de esperança e crença na Seleção, estando intimamente conectado com a identidade nacional, as frequências registadas neste dia poderão ser explicadas através da confiança depositada na Seleção e no resto da caminhada pelas diversas fases da competição.

Em segundo lugar, o dia 10 de julho (antes do jogo da final), poderá exacerbar ainda mais as manifestações de crença e fé na Seleção: “Atrás de si tem uma equipa e todo um povo que sonham com o título europeu.” (*Público*, 10/07:2). Sendo esta a segunda oportunidade de conquista da final do campeonato da europa, estando a primeira ligada ao peso da derrota em território português frente à Grécia, o momento poderá reverter-se de uma expectativa adicional, aliada ao sonho, não só por ser frente a uma Seleção considerada favorita, mas também por ser frente a França - a eterna ‘besta negra’ da Seleção portuguesa – e em França, território onde residem milhares de emigrantes portugueses.

Em terceiro lugar, quanto ao dia 11 de julho, que representa o dia depois da vitória, este poderá assumir-se como o conquistar desse sonho, podendo evidenciar o papel da esperança e fé na vitória alcançada na final.

Deste modo, as manifestações de fé, crença e sonho na conquista acabam por surgir, embora que através dos dados registados não apresentem uma percentagem muito elevada em

relação a outros indicadores, apenas chegando aos 7,1% no *Jornal de Notícias*, dados presentes no Anexo A.

O último indicador apresentado - e que fecha o grupo da identificação entre portugueses/Seleção e Seleção/portugueses – denominado de ‘superação’, regista uma frequência de 29 em 918 unidades de registo, correspondendo a 3,2% da amostra.

‘Superação’ é o indicador com menor preponderância na amostra total e pode estar conectado com o indicador ‘sofrimento’, uma vez floresce através de um período precedente de sofrimento. Esta afirmação é suportada pela preponderância da frequência resultados no dia 11 de julho em todos os jornais da amostra, com exceção do jornal *A Bola*. Isto porque este dia corresponde à conquista da Seleção no Euro, repleta de momentos de sofrimento no decurso do jogo, em grande parte, manifestados pela lesão da figura principal da Seleção, Cristiano Ronaldo, e também pelo domínio do adversário, finalizando com todas as fases de superação até ao golo da vitória no prolongamento. Essencialmente é o fator dramatismo que aqui é representado e que todos os restantes dias da amostra não contêm. Sendo esse dramatismo sucedido de uma fase de recuperação e posteriormente de glória, não é de estranhar que os dados demonstrados pela análise representem, em números, a presença da superação em maior escala no dia em questão.

3.2.2 - Análise de resultados: Preponderância da cobertura da Seleção Nacional nos jornais

Feita a análise aos resultados encontrados através de uma análise de conteúdo, podemos destacar alguns pontos. Por um lado, a preponderância dos indicadores referentes à representação da mutualidade de esforços entre a Seleção e os portugueses, valores estes que contabilizados na sua totalidade representam 39% do total da amostra.

As relações de oposição, assim como a presença dos símbolos nacionais, detendo, correspondentemente, 10,5% e 7,1% do total da amostra, representam também uma fatia importante desta equação. Com menor destaque, as representações de esperança e crença apresentam uma consideração de 4,8%.

Mais que a apresentação dos resultados contidos no Quadro 3.1, é através da análise específica ao significado que cada dia/momento da amostra representa, que levantamos e questionamos a relevância dos indicadores e da presença de identidade nacional. Isto porque, cada um desses momentos pode representar a propensão para a escolha e manifestação de

determinadas atitudes, valores e ações e que, conseqüentemente, influem no estudo aqui presente.

Aliado a estes fatores, encontra-se também o peso que o total dos indicadores apresentados representa para a amostra. Observando o Quadro 3.1, verificamos que o total de indicadores da análise representam 61,3% da amostra total, onde, das 918 unidades de registo, 563 se refletem como indicadores.

Sob forma de evidenciar o peso da Seleção Nacional na imprensa, decidimos incluir uma análise de conteúdo centrada na quantificação das páginas relativas à Seleção.

Partindo da análise levada a cabo por Gomes e Freitas (2002), incidente no protagonismo dado à Seleção nas páginas do jornal *A Bola* durante o Euro 2000, decidimos agrupar ao nosso estudo uma análise de conteúdo que também se refletisse numa quantificação da cobertura jornalística da Seleção nos jornais já analisados.

Quadro 3.2 – Cobertura do Euro 2016 e Seleção Nacional, por páginas (F, %)

| | <i>A Bola</i> | | <i>O Jogo</i> | | <i>Record</i> | | <i>Correio da Manhã</i> | | <i>Jornal de Notícias</i> | | <i>Público</i> | |
|-------------------------|---------------|------|---------------|------|---------------|------|-------------------------|------|---------------------------|------|----------------|------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| Total | 280 | 100 | 296 | 100 | 312 | 100 | 336 | 100 | 344 | 100 | 312 | 100 |
| Euro 2016 | 121 | 43,2 | 105 | 35,5 | 122 | 39,1 | 85 | 25,3 | 74 | 21,5 | 43 | 13,8 |
| Seleção Nacional | 86 | 30,7 | 68 | 22,9 | 82 | 26,3 | 61 | 18,2 | 60 | 17,9 | 28 | 8,9 |

Através da contagem do número total de páginas por jornal e do número total de páginas correspondentes ao Euro 2016 e Seleção Nacional, estabelecemos uma tabela com as respetivas frequências e percentagens, presentes no Quadro 3.2. O espaço temporal de recolha dos dados foi o mesmo da análise feita anteriormente, ou seja, durante seis dias diferentes: 10, 14 e 15 de junho e 10, 11 e 12 de julho.

A escolha dos indicadores foi feita com o objetivo de demonstrar a preponderância do campeonato europeu de futebol e da Seleção Nacional na imprensa. Foi feita uma contagem das páginas que cada um destes temas ocupava, por jornal e em cada dia da amostra.

Posto isto, verificamos que a temática futebolística, aqui representada através do indicador ‘Euro 2016’, chega a apresentar, num total de 280, uma frequência de 121 páginas no jornal *A Bola*, representando uma preponderância de 43,2% das páginas desse jornal. Os restantes jornais desportivos presentes na amostra representam também eles uma fatia importante dos seus totais de páginas, para o *Record*, 39,1%, e para *O Jogo*, 35,5%. Nos jornais desportivos estes números podem ser expectáveis, uma vez que falamos da competição de futebol entre nações mais importante a nível europeu, e sendo Portugal um país onde o futebol é protagonista, acaba por ser constante a presença desta temática nas suas páginas. O mesmo argumento se aplica aos jornais de informação geral, no entanto, pelo facto de não serem exclusivamente desportivos, o forte impacto de um tema relacionado com futebol poderá ser mais significativo.

Ao observamos o Quadro 3.2, verificamos que a temática Euro 2016, no *Correio da Manhã* e no *Jornal de Notícias* representa, respetivamente, 25,3% e 21,5% do total da amostra. O *Público* surge com números relativamente mais baixos, representando 13,8% das páginas totais do jornal. Estes números são significativos se pensarmos na abrangência de temáticas que podem ser discutidas em jornais deste tipo. Ao passo que nos desportivos o âmbito cinge-se, maioritariamente, na temática desportiva, no caso dos diários de informação geral o número de páginas dedicadas ao Euro 2016 representa uma opção refletida num campo de escolhas bastante mais alargado. E estas escolhas podem ser justificadas, como já referido, através da importância do futebol para a sociedade portuguesa e, por outro lado, pelo mediatismo global que uma competição deste nível representa.

A presença da quantificação de páginas na imprensa referentes ao campeonato europeu de futebol, através do indicador ‘Euro 2016’, apesar de fomentar a discussão do impacto do futebol na imprensa, e consequentemente na sociedade portuguesa, a principal justificação e relevância para o tema que aqui trazemos reside no facto de poder servir como termo comparativo para o indicador que apresentamos de seguida. Retomaremos este raciocínio posteriormente.

Para já, observemos o indicador ‘Seleção Nacional’, representado através dos dados relativos ao número de páginas sobre a Seleção contidos nos jornais recolhidos. Os dados fornecidos pelo Quadro 3.2 representam, uma vez mais, a frequência de páginas da referida temática e respetiva percentagem, tendo em conta o número total de páginas por jornal. Assim, a ordem de frequência por jornal é a mesma identificada para as páginas sobre o Euro nos

jornais desportivos: *A Bola* surge em primeiro lugar, com 86 páginas, representando um impacto de 30,7% no total da amostra; o *Record* com 82 páginas sobre a Seleção Nacional, perfazendo 26,3% do total; *O Jogo*, com as páginas sobre a Seleção a deterem um peso de 22,9%. Nos de informação geral a ordem por jornal é também a mesma do indicador ‘Euro 2016’: *Correio da Manhã* com 18,2% de páginas sobre a Seleção; *Jornal de Notícias* com 17,9%; *Público* com 8,9%.

Sob um olhar mais abrangente podemos verificar a parca diferença nas percentagens demonstradas nos dois indicadores, representadas através dos 6 jornais. Com isto, retomamos o raciocínio deixado atrás sobre a importância da perspectiva comparativa entre os dois indicadores trazidos, e levantamos a seguinte questão: Estará o impacto da cobertura de imprensa do Euro 2016 - manifestada através do número de páginas por jornal -, ligado à presença da Seleção Nacional nesta competição? O seguinte quadro poderá aproximar-nos da resposta à questão.

Quadro 3.3 – Cobertura da Seleção Nacional na secção Euro 2016, por páginas (F, %)

| Temática | <i>A Bola</i> | | <i>O Jogo</i> | | <i>Record</i> | | <i>Correio da Manhã</i> | | <i>Jornal de Notícias</i> | | <i>Público</i> | |
|-------------------------|---------------|------|---------------|------|---------------|------|-------------------------|------|---------------------------|------|----------------|------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % |
| Euro 2016 | 121 | 100 | 105 | 100 | 122 | 100 | 85 | 100 | 74 | 100 | 43 | 100 |
| Seleção Nacional | 86 | 71,1 | 68 | 64,8 | 82 | 67,2 | 61 | 71,8 | 60 | 81,1 | 28 | 65,1 |

Ao observarmos a pequena diferença entre os valores manifestados pelas páginas sobre o Euro e Seleção, decidimos aprofundar estes valores e colocar em perspectiva o impacto das páginas sobre a Seleção dentro do conjunto global das páginas relativas ao campeonato europeu. Os resultados são esclarecedores: em todos os jornais mais de 60% das páginas sobre o Euro 2016 são relativas à Seleção, chegando mesmo a representar 81,1% no *Jornal de Notícias*. Seguindo por ordem decrescente, o *Correio da Manhã* apresenta 71,8%, seguido do jornal *A Bola* com 71,1%, do *Record* com 67,2%, do *Público* com 65,1% e do jornal *O Jogo* com 64,8%.

Para além da expressividade dos números, que demonstram a preponderância das páginas sobre a Seleção, os jornais apresentam uma ordem de frequências diferente do Quadro 3.2. Os jornais de informação geral suplantam os desportivos, com exceção do *Público*. Existe, pois, um maior impacto do tema da Seleção nestes jornais – *Correio da Manhã* e *Jornal de*

Notícias -, pelo menos quando comparando com as páginas totais que cada um deles atribui ao Euro.

Por isso, colocamos outra vez a mesma pergunta: estará o impacto da cobertura de imprensa do Euro 2016, ligado à presença da Seleção nesta competição? Através do Quadro 3.3, que demonstra a preponderância do número de páginas sobre Seleção relativamente ao total de páginas sobre o Euro 2016, verificamos que a ligação é verosímil. A presença do indicador 'Euro 2016' como total, faz com que o número de páginas relativas à Seleção seja evidenciado e visto como maioritário comparativamente às restantes páginas sobre a competição. No mesmo sentido, poderemos argumentar que os valores do indicador 'Euro 2016', presentes no Quadro 3.2, podem ser justificados pela presença da Seleção no campeonato.

Podemos também equacionar se, porventura, caso a Seleção não participasse na competição, o destaque dado ao Euro apresentaria os mesmos resultados ou não. No sentido inverso, não estando a decorrer uma competição com os pergaminhos do campeonato da europa, a Seleção provavelmente também não ocuparia o mesmo espaço mediático.

Ainda assim, verificamos que tanto para os jornais de informação geral como para os desportivos, através dos seus valores expressivos, a presença da Seleção é o maior tópico de discussão e informação.

O levantamento destas questões contribui para um complemento à análise das manifestações de identidade nacional. Se através da análise de notícias sobre a Seleção, contabilizaram-se características que considerámos serem representativas de manifestações de identidade nacional, a contabilização das páginas relativas à Seleção permitiu quantificar o protagonismo deste tema para a imprensa e, desta forma, contribuir para a relação de proximidade entre identidade nacional e a Seleção Portuguesa de Futebol, não esquecendo a influência de um grande evento desportivo nesta dinâmica.

NOTAS CONCLUSIVAS

Antes de chegarmos às conclusões finais do estudo é importante sumarmos os pontos mais importantes desenvolvidos até aqui. O trabalho realizado até este ponto pretendeu fornecer respostas à pergunta de partida de colocámos de início e aqui recordamos: *existiu alguma manifestação de identidade nacional na imprensa portuguesa na cobertura feita à Seleção Nacional no Euro 2016? E, sendo a resposta positiva, em que medida?*

Face a esta pergunta equacionámos a hipótese de que a identidade nacional, através do seu nível mais banal ou quotidiano, se torna efervescente ou visível num grande evento futebolístico, previamente associado a um confronto entre seleções enquanto símbolos nacionais, destacando-se o papel da imprensa e dos media como um dos rostos dessa efervescência momentaneamente exacerbada.

O desenvolvimento do estudo passou pela tentativa de validação desta hipótese e cada capítulo representa as suas diferentes componentes. A primeira, centrou-se no estudo da identidade nacional, conceito chave para o desenvolvimento do trabalho. Entendemos apropriar do conceito as ideias que se cingem a um sentimento individual partilhado por uma comunidade nacional. Associadas a este sentimento incluem-se práticas que ao longo dos tempos vão servindo como construções e reproduções de identidade nacional a que podemos juntar as manifestações patrióticas de orgulho nacional, embora o destaque vá para o levantamento do conceito de nacionalismo banal de Billig (1995), que pretende dar especial enfoque a manifestações menos visíveis e expressivas de sentimento e identificação para com a pátria.

Numa segunda parte, aprofundando o conceito de identidade nacional, optámos por direcionar o foco para outra das suas facetas e que está contida nas oposições e confrontos que daí podem surgir. Neste sentido, o estudo passou por contemplar uma abordagem à ideia de relações de oposição, mediante a mobilização de conceitos de autores como Lévi Strauss (1955), através das *oposições binárias* e ainda Cohen (1985) e Silverstone (2006), com a *fronteira e o outro*, respetivamente.

A terceira componente da hipótese, correspondente ao segundo capítulo, demonstra a transposição do jogo do futebol para a vida social, não só mediante as semelhanças que este detém no capítulo do confronto e das relações de oposição, como também através do seu processo de transformação em fenómeno mediatizado, potenciado através de grandes eventos desportivos como o Euro.

Nestas componentes do estudo, optou-se pela transposição das matérias trabalhadas para a realidade portuguesa, quer através da formação das representações de identidade nacional, historicamente glorificadas por intelectuais, quer atualmente em relação ao vínculo das representações de identidade nacional com o futebol, algo a que o estudo de Sobral (2012) alude, ao apresentar o desporto como um dos maiores motivos de orgulho dos portugueses.

Neste seguimento, o desenvolvimento do trabalho parte para o estudo empírico observando a Seleção como parte central do orgulho português através da sua presença numa grande competição desportiva caracterizada pelo confronto e disputada entre diferentes símbolos nacionais. A grande questão foi tentar perceber se através de uma análise de imprensa poderíamos encontrar vestígios de identidade nacional e se sim, como é que estes se poderiam manifestar.

Através de uma análise de conteúdo das manifestações de identidade nacional na imprensa a respeito do Euro 2016, verificou-se que 61,3% das unidades de registo do total da amostra puderam ser assim consideradas. Os indicadores que construímos para albergar as manifestações de identidade nacional tiveram como base os princípios identificados no início do trabalho, que destacavam as demonstrações mais sentimentais e banais de nacionalismo, assim como as relações de oposição e as especificidades da relação entre os adeptos e a Seleção.

As relações de oposição e o conjunto de relações de reciprocidade, em geral, entre os adeptos e a Seleção Nacional, surgem como os indicadores mais representativos da amostra. Por outro lado, aqueles com menor representatividade dizem respeito às manifestações de fé e crença e por último as relações de superação veiculadas entre a Seleção e os adeptos.

Para além da representatividade global dos indicadores, é nos dias em que estes mais se manifestam que outras conclusões se podem retirar. Mesmo para indicadores com menor expressividade como é o caso do indicador ‘superação’, a análise específica dos dias em que mais se evidenciou pode oferecer outras respostas. No caso deste indicador, é no dia posterior à vitória da Seleção no Euro - após todos os momentos de sofrimento no decorrer do jogo e posterior superação, culminando no golo da vitória - que este obtém uma maior preponderância na maioria dos jornais analisados. O mesmo acontece com o indicador ‘sonho, esperança e crença nacionais’, que nos jornais de informação geral manifesta uma maior representatividade no dia anterior ao primeiro jogo e dia anterior e posterior à final.

Assim se ilustrou que cada dia e momento do evento fomentam diferentes tipos de manifestações de identidade nacional. Essa diferenciação espelhada pelo momento da

competição é transversal a muitos dos indicadores e foi especialmente analisada ao pormenor nos casos em que a frequência global dos indicadores não era tão expressiva como noutros.

Apoiando a análise das manifestações de identidade nacional, decidimos contabilizar as páginas referentes à cobertura de imprensa da Seleção e do Euro 2016, através de uma análise de conteúdo. Observando apenas em consideração à representatividade das páginas, este tipo de análise forneceu-nos respostas clarividentes sobre a preponderância da Seleção e do Euro, especialmente nos jornais de informação geral, que contemplam uma multiplicidade de temas que não o desporto e o futebol. Mais que isso, permitiu-nos contextualizar a relevância da Seleção nos jornais, uma vez que a incluiu no total das páginas sobre o Euro, demonstrando que a maioria dessas páginas se destinaram à Seleção.

Em jeito de validação da hipótese equacionada, compreendemos que as duas análises permitem-nos observar o sentido que um grande evento desportivo oferece à mediatização da Seleção que, por sua vez, face à sua estreita ligação com o país e à consciencialização da relevância de um grande evento desportivo para Portugal, proporcionam o surgimento da efervescência de manifestações de identidade nacional temporariamente exacerbadas na imprensa.

BIBLIOGRAFIA

- Anderson, Benedict (2012), *Comunidades Imaginadas: Reflexões Sobre a Origem e a Expansão do Nacionalismo*, Lisboa, Edições 70.
- Bandeira, Gustavo Andrada (2012), “Amor e masculinidade nos estádios de futebol”, *Esporte e Sociedade*, nº19.
- Bardin, Laurence (2002), *Análise de Conteúdo*, Lisboa, Edições 70.
- Billig, Michael (1995), *Banal Nationalism*, London, Thousand Oaks, New Delhi, Sage.
- Brittos, Valério Cruz e Anderson Santos (2012), “Processos midiáticos do esporte: do futebol na mídia para um futebol mediatizado”, *Comunicação, Mídia e Consumo*, vol.9, nº26.
- Bromberger, Christian, Alain Hayot e Jean-Marc Mariottini (1993), “Allez. O.M.,Forza Juve: The passion for football in Marseille and Turin”, *Terrain*, nº8.
- Cardoso, Gustavo, David Xavier e Tânia Cardoso (2007), “Media, Futebol e Identidade na Sociedade em Rede”, *Observatorio*, Vol.1, nº1.
- Coelho, João Nuno (2001), *Portugal, a equipa de todos nós. Nacionalismo, futebol e media*, Porto, Edições Afrontamento.
- Cohen, Anthony (1985), *The Symbolic Construction of Community*, London, Routledge.
- Costa, Sérgio (2007), “Nação, comunidade imaginada pela mídia? O futebol espetáculo e as identidades nacionais”, comunicação apresentada no III ENECULT – Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, Faculdade de Comunicação/UFBa, Salvador, Brasil.
- Foucault, Michel (2004), *A Ordem do Discurso*, São Paulo, Edições Loyola.
- Gomes, Rui e Marisa Freitas (2002), “A construção da identidade nacional na imprensa desportiva portuguesa: análise do discurso jornalístico durante o Euro 2000 de futebol”, *efdeportes.com*, (Online), nº48, Maio.
- Gonçalves, Julio Cesar e Cristina Carvalho (2006), “A mercantilização do futebol brasileiro: instrumentos, avanços e resistências”, *Cadernos EBAPE.BR*, v.4, nº2.
- Hertz, Frederick (1945), *Nationality in History and Politics. A Study of the Psychology and Sociology of National Sentiment and Character*, London, Kegan Paul, Trench, Trubner & Co.
- Hopcraft, Arthur (2013), *The Football Man: People & Passions in Soccer*, London, Aurum Press.
- Lévi Strauss, Claude (1955), “The Structural Study of Myth”, *The Journal of American Folklore*, vol.68, nº 270. Disponível em JSTOR.
- Lévi Strauss, Claude (2005), *Myth and Meaning*, London, Routledge, Taylor & Francis.
- Maguire, Joseph (1999), *Global sport: identities, societies and civilizations*, Loughborough, Loughborough University.
- Maguire, Joseph (s.a.), “Sport and Globalisation”, *Sport & development*, International platform, *apud* António Marques (2006), “Espectáculo desportivo na sociedade globalizada”, *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, v.20, nº5.
- Quivy, Raymond e Luc Van Campenhoudt (2003), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa, Gradiva.
- Silverstone, Roger (1999), *Why Study The Media?*, London, Sage.
- Silverstone, Roger (2006), *Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis*, Cambridge, Polity Press.
- Sobral, José Manuel (2012), *Portugal, Portugueses: Uma identidade Nacional*, Lisboa, Ensaio da Fundação, FFMS.

- Thompson, John (1995), *The Media and Modernity*, Cambridge, Polity Press.
- Tonnies, Ferdinand (2001), *Community and Civil Society*, Cambridge, University Press.
- Tomlinson, Alan e Christopher Young (2006), *National Identity and Global Sports Events. Culture, Politics, and Spectacle in the Olympics and the Football World Cup*, Albany, State University of New York Press.
- Torres, Eduardo Cintra (2006), “O Telepatriotismo durante o Euro 2004”, em Felisbela Lopes e Sara Pereira (orgs.), *A TV do Futebol*, Porto, Campo das Letras.
- Tzunelli, Rodanthi (2006), “‘Impossible is a fact’: Greek nationalism and international recognition in Euro 2004”, *Media, Culture and Society*, 28 (4).
- Vieira, Liszt (2006), “Morrer pela pátria? Notas sobre identidade nacional”, *Política & Sociedade*, nº9, outubro.
- Wolf, Mauro (2006), *Teorias da Comunicação*, Lisboa, Editorial Presença.
- Wright, George (1999), *Globalisation and sport*, Olympic review, *apud* António Marques (2006), “Espectáculo desportivo na sociedade globalizada”, *Revista Brasileira de Educação Física e Esporte*, v.20, nº5.

ANEXOS

ANEXO A – ANÁLISE DE CONTEÚDO DO *JORNAL DE NOTÍCIAS*

| Indicadores | | Exemplos | 10/06 | 14/06 | 15/06 | 10/07 | 11/07 | 12/07 | F | % | |
|---|----------------------|---|---|-------|-------|-------|-------|-------|-----|------|------|
| Relações de oposição | | “O primeiro título sénior do futebol português foi conquistado na trincheira inimiga”. (11/07:4) “É nossa!” (12/07:5) | 0 | 3 | 3 | 5 | 3 | 0 | 14 | 12,4 | |
| Identificação Seleção - portugueses/ portugueses – Seleção | Em geral | “É por eles, e pelos tais quase 11 milhões (...) que a Seleção joga esta noite”. (10/07:4) “A Taça é deles, a Taça é dos portugueses e descendentes de portugueses espalhados por todo o Mundo”. (11/07:4) | 5 | 2 | 3 | 6 | 9 | 12 | 37 | 32,7 | |
| | E m o ç õ e s | Alegria | “Cerca de 300 pessoas, algumas há horas em frente ao centro de estágio de Marcoussis, entraram em êxtase”. (10/06:6) “Sim, é verdade, Portugal é campeão da Europa de futebol, depois de um dia inesquecível para todo o desporto nacional!” (11/07:4) | 5 | 0 | 0 | 0 | 2 | 12 | 19 | 16,8 |
| | | Superação | “Sim, a França esteve perto de marcar várias vezes, mas São Patrício estava lá”. (11/07:4) | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 3 | 2,7 |
| | | Sofrimento | “Com o sofrimento dos grandes momentos”; “Cristiano Ronaldo caía no relvado, agarrado ao joelho e Portugal não queria acreditar”. (11/07:4) | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 0 | 12 | 10,6 |
| Sonho, esperança e crença nacionais | | “(…) para que o selecionador nacional possa cumprir a profecia feita quando quase ninguém acreditava (...) quanto mais no jogo decisivo...” (10/07:4) | 0 | 3 | 0 | 3 | 2 | 0 | 8 | 7,1 | |
| Simbologia nacional | | “Cores nacionais que pintam o mundo”. (10/11:4) “Verde e vermelho eram as cores de Lisboa”. (12/07:4) | 2 | 0 | 2 | 7 | 3 | 6 | 20 | 17,7 | |
| Total indicadores | | | | | | | | | 113 | 73,4 | |
| Total da amostra | | | | | | | | | 154 | 100 | |

ANEXO B – ANÁLISE DE CONTEÚDO DO PÚBLICO

| Indicadores | | Exemplos | 10/06 | 14/06 | 15/06 | 10/07 | 11/07 | 12/07 | F | % |
|---|-------------------|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----|------|
| Relações de oposição | | “(…) também disputado dentro das fronteiras francesas, a Seleção viu fugir-lhe o apuramento (...)” (10/07:2) “(…) mas garante que Portugal parte em vantagem sobre a concorrência (...)” (11/06:5) | 2 | 2 | 4 | 6 | 5 | 1 | 20 | 9,1 |
| Identificação Seleção - portugueses/ portugueses – Seleção | Em geral | “Estão espalhados um pouco por todo o país e vão fazer a Seleção sentir-se literalmente em casa”. (14/06:2) | 4 | 3 | 3 | 8 | 9 | 4 | 31 | 14,2 |
| | Alegria | “Foi o prelúdio do momento que nenhum português jamais irá esquecer”. (11/07:2) “Lisboa parou para saudar a Seleção”. (12/07:2) | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 11 | 16 | 7,3 |
| | Superação | “Ronaldo renasceu das cinzas portuguesas para garantir, in extremis, que a campanha nacional não iria acabar em vergonha”. (10/07:2) | 0 | 0 | 0 | 2 | 6 | 0 | 8 | 3,7 |
| | Sofrimento | “Os portugueses foram para casa de cabeça baixa”; (15/06:2) “Um campeão também se faz de sofrimento e lágrimas.” (11/07:2) | 0 | 0 | 3 | 2 | 4 | 0 | 9 | 4,1 |
| Sonho, esperança e crença nacionais | | “Atrás de si tem uma equipa e todo um povo que sonham com o título europeu.” (10/07:2) | 0 | 1 | 0 | 4 | 3 | 0 | 8 | 3,7 |
| Simbologia nacional | | “Cantava-se A Portuguesa, agitavam-se as bandeiras (...)” (12/07:2) | 1 | 0 | 1 | 2 | 1 | 4 | 9 | 4,1 |
| Total indicadores | | | | | | | | | 101 | 46,2 |
| Total da amostra | | | | | | | | | 219 | 100 |

ANEXO C – ANÁLISE DE CONTEÚDO DO *CORREIO DA MANHÃ*

| Indicadores | | Exemplos | 10/06 | 14/06 | 15/06 | 10/07 | 11/07 | 12/07 | F | % |
|---|-------------------|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----|------|
| Relações de oposição | | “A taça é ainda mais linda quando se vence contra tudo e contra todos”; “Contra um estádio cheio de orgulhosos franceses”. (11/07:4) | 0 | 1 | 2 | 3 | 7 | 1 | 14 | 11,8 |
| Identificação Seleção - portugueses/ portugueses – Seleção | Em geral | “Mas os portugueses nunca perdem a concentração”. (11/07:4) | 2 | 1 | 4 | 5 | 9 | 10 | 31 | 26,1 |
| | Alegria | “O ambiente foi eletrizante num dia que começou bem cedo, com a festa dos emigrantes ainda em França.” (12/07:4) | 4 | 0 | 0 | 0 | 1 | 6 | 11 | 9,2 |
| | Superação | “Quando se vence até contra o destino que parece traçado, aos 8’, no momento em que Payet atinge Ronaldo no joelho esquerdo”. (11/07:4) | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 | 0 | 8 | 6,7 |
| | Sofrimento | “Tanto nos treinos abertos como quando ficam à espera da equipa depois dos jogos até às três da manhã.” (10/07:4) | 3 | 0 | 0 | 1 | 4 | 0 | 8 | 6,7 |
| Sonho, esperança e crença nacionais | | “Todos sabem que ele tem um sonho para este campeonato da Europa.” (14/06:4) | 0 | 3 | 0 | 4 | 1 | 0 | 8 | 6,7 |
| Simbologia Nacional | | “Ouviu-se A Portuguesa”; “Minutos depois, as bandeiras nacionais esvoaçaram.” (10/06:4) | 3 | 1 | 2 | 0 | 1 | 3 | 10 | 8,4 |
| Total indicadores | | | | | | | | | 90 | 75,7 |
| Total da amostra | | | | | | | | | 119 | 100 |

ANEXO D – ANÁLISE DE CONTEÚDO DO JORNAL A BOLA

| Indicadores | | Exemplos | 10/ 06 | 14/ 06 | 15/ 06 | 10/ 07 | 11/ 07 | 12/ 07 | F | % |
|---|-------------------|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----|------|
| Relações de oposição | | “A Islândia tem tudo para ser um adversário exigente.” (10/06:4) | 2 | 2 | 3 | 9 | 2 | 0 | 18 | 13,7 |
| Identificação Seleção - portugueses/ portugueses – Seleção | Em geral | “Milhões de portugueses, em todo o mundo, estarão atentos à sua Seleção nacional de futebol, hoje em dia, não apenas um fator de unidade nacional, mas uma forte razão de afirmação universal do povo português.” (14/06:2) | 9 | 9 | 1 | 9 | 5 | 10 | 43 | 32,6 |
| | Alegria | “O ambiente que vai rodear a Seleção Nacional será de festa pura.” (10/06:2) | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 8 | 6,1 |
| | Superação | “Para Portugal ganhar o jogo terá, mesmo, de ser melhor, de lutar mais, de sofrer mais.” (10/07:2) | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 2 | 1,5 |
| | Sofrimento | “Alguém acreditava que sem Ronaldo, logo a partir dos 24 minutos, culpa de uma entrada de Payet que possivelmente lhe provocou grave lesão no joelho esquerdo, a Seleção conseguisse resistir?” (11/07:2) | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 2 | 1,5 |
| Sonho, esperança e crença nacionais | | “É preciso que Portugal acredite mesmo, não apenas da boca para fora, não apenas para as notícias dos jornais, mas acredite, no fundo da alma, que vai ser possível e que tem condições para vencer.” (10/07:2) | 1 | 1 | 0 | 2 | 3 | 0 | 7 | 5,3 |
| Simbologia Nacional | | “A paixão está lá, bandeiras sobre os ombros, chapéus engalanados a verde e vermelho.” (10/06:4) | 3 | 0 | 1 | 0 | 2 | 0 | 6 | 4,5 |
| Total indicadores | | | | | | | | | 86 | 65,2 |
| Total da amostra | | | | | | | | | 132 | 100 |

ANEXO E – ANÁLISE DE CONTEÚDO DO *RECORD*

| Indicadores | | Exemplos | 10/06 | 14/06 | 15/06 | 10/07 | 11/07 | 12/07 | F | % |
|--|-------------------|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----|------|
| Relações de oposição | | “A França, a mesma que tantas vezes nos levou ao desespero.” (11/07:4) | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 0 | 18 | 11,6 |
| Identificação Seleção - portugueses/portugueses – Seleção | Em geral | “Um mar de gente encheu Lisboa para receber a Seleção e o apoio foi devolvido com a partilha do título europeu.” (12/07:2) | 5 | 0 | 0 | 2 | 6 | 13 | 26 | 16,8 |
| | Alegria | “Desferiu o golpe fatal que deixou em delírio os heróis que estavam no relvado (...) e ainda os 15 mil extraordinários portugueses que na bancada não se calaram um único segundo (...)” (11/07:4) | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 11 | 13 | 8,4 |
| | Superação | “Resistir a tudo e mais alguma coisa.” (11/07:4) | 0 | 2 | 0 | 0 | 4 | 0 | 6 | 3,9 |
| | Sufrimento | “Quase todos estavam ali à espera desde bem cedo.” (10/06:8) | 2 | 0 | 2 | 0 | 1 | 0 | 5 | 3,2 |
| Sonho, esperança e crença nacionais | | “Sonhar nas asas de Eusébio” (10/06:8) | 3 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 6 | 3,9 |
| Simbologia Nacional | | “Milhares de bandeiras esvoaçavam na Alameda, nuvens de fumo vermelho e verde cortavam a respiração.” (12/07:3) | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 5 | 8 | 5,2 |
| Total indicadores | | | | | | | | | 82 | 52,9 |
| Total da amostra | | | | | | | | | 155 | 100 |

ANEXO F – ANÁLISE DE CONTEÚDO DO JORNAL *O JOGO*

| Indicadores | | Exemplos | 10/06 | 14/06 | 15/06 | 10/07 | 11/07 | 12/07 | F | % |
|---|-------------------|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----|------|
| Relações de oposição | | “Baixaram as cristas dos franceses”; “E baixaram tanto, tanto quanto mereceram por alguns disparates de alguns gauleses que não conseguem livrar-se daquela mania de serem melhores que os outros.” (11/07:2) | 0 | 4 | 2 | 1 | 5 | 0 | 12 | 8,6 |
| Identificação Seleção - portugueses/ portugueses – Seleção | Em geral | “E fizeram questão de mostrar aos jogadores que não estão sozinhos.” (10/06:2) | 9 | 5 | 4 | 2 | 7 | 6 | 33 | 23,7 |
| | Alegria | “Fomos um povo que se deliciou com a sua própria alegria.” (11/07:2) | 5 | 0 | 2 | 0 | 2 | 7 | 16 | 11,5 |
| | Superação | “A Seleção Nacional manteve-se imperturbável, de olhos no relvado, de olhos num Portugal, mesmo pequenino, que se espalhou por todo o mundo.” (11/07:2) | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 | 1,4 |
| | Sufrimento | “Num palco com mais franceses do que portugueses, a Seleção Nacional levou o primeiro pontapé quando Cristiano Ronaldo se lesionou (...) Tentou ficar em campo qual Eusébio no Mundial de 1966, só que as dores eram insuportáveis.” (11/07:2) | 2 | 0 | 2 | 0 | 4 | 1 | 9 | 6,5 |
| Sonho, esperança e crença nacionais | | “Os portugueses confiam que é por ali que vão ficar até 10 de julho, data da final. A equipa acredita e os emigrantes também.” (10/06:2) | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 0 | 7 | 5,0 |
| Simbologia Nacional | | “Pela festa que foi por esse mundo lusitano”; “Falta-nos o Luís de Camões, sim, falta-nos ele porque o dia de ontem devia ser contado pelo poeta (...)” (11/07:2) | 1 | 0 | 0 | 4 | 5 | 2 | 12 | 8,6 |
| Total indicadores | | | | | | | | | 91 | 65,5 |
| Total da amostra | | | | | | | | | 139 | 100 |