

Manifestações e Copa do Mundo: engajamento e identificação dos jovens fluminenses com os megaeventos de futebol¹

Camila Augusta PEREIRA²

Faculdades Integradas Hélio Alonso, Rio de Janeiro, RJ
Universidade do Estado do Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

O artigo apresenta parte de pesquisa de doutorado que reflete sobre uma possível confirmação do futebol enquanto elemento simbólico construtor da identidade no Brasil durante a Copa das Confederações, em 2013, e a Copa do Mundo de 2014. Ao analisar o contexto de realização dos megaeventos esportivos de futebol no Brasil, leva-se em conta as manifestações de junho de 2013 que transformaram o cenário político do país quando jovens foram para as ruas protestar. Investiga-se o público jovem como sujeito social em formação para entender como se dá seu envolvimento com futebol e manifestações ao observar 30 perfis de jovens fluminenses no Facebook, estudantes de cursos no campo da comunicação social. Procuram-se elementos identitários que possam produzir sentidos de brasilidade e nacionalidade nestes perfis.

PALAVRAS-CHAVE: jovem; identidade; protesto; facebook; futebol.

INTRODUÇÃO

O presente artigo apresenta parte dos resultados da pesquisa de tese de doutorado defendida em 2018, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade do Estado do Rio de Janeiro, com o título #NãovaiterCopa: identidade, jovem e manifestações no Rio de Janeiro em 2013 e 2014. No trabalho, discute-se o futebol no Brasil, refletindo o esporte como manifestação relevante da cultura e sociedade contemporâneas que são capazes de constituir subjetividades que viabilizem a formação, ou consolidação, de identidades por meio do público jovem fluminense.

Os dados aqui apresentados são para verificar se uma suposta nova identidade por meio do futebol durante a Copa das Confederações e a Copa do Mundo, 2013 e 2014, respectivamente, surge no contexto das manifestações contrárias à realização desses megaeventos. O intuito do trabalho é descobrir como o futebol e as manifestações

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esportes, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UERJ; professora das Faculdades Integradas Hélio Alonso – FACHA, membro do Grupo de Pesquisa Comunicação, Esporte e Cultura, e-mail: camila.augusta@yahoo.com.br.

forjaram ou fortaleceram subjetividades dos jovens que se mostraram envolvidos, aparentemente, com as manifestações de 2013 e com as práticas discursivas de consumo na Copa de 2014. Interessa para este artigo o jovem universitário fluminense, seguindo o perfil daqueles que lideraram e participaram das manifestações segundo pesquisa do IBOPE³. A maioria das jovens que protestaram era branca, universitária e de classe média.

Ressalta-se que tal perspectiva tem como base um olhar nos perfis de 30 jovens⁴ na rede social Facebook, estudantes de Comunicação Social no Rio de Janeiro com idade entre 18 e 29 anos, e suas publicações sobre os eventos em questão. Também os jovens que se voluntariaram na pesquisa refletem o perfil dos jovens presentes nos protestos de 2013. Assim, faz-se a opção de coletar as publicações desses jovens e categorizá-las de acordo com palavras-chave pré-definidas que tenham produção de sentido sobre as temáticas envolvidas no trabalho.

Os protestos de 2013 ocorreram inicialmente liderados por estudantes membros do Movimento Passe Livre com pauta principal contra o aumento da tarifa dos transportes públicos, e se estenderam, em menor proporção, até a Copa do Mundo, mobilizados via rede social por jovens de todo o país.

O futebol enquanto manifestação da cultura brasileira é capaz de produzir e construir subjetividades que viabilizam formação de identidades. Que sentido teria esse esporte para o jovem? Ele se reconhece no futebol nacional? Para Giddens (1990), as estruturas sociais passam por divisões e antagonismos que fazem com que os indivíduos assumam posições sociais variadas que impactam no que e com o que se identificam. A identidade se apresenta então com uma estrutura dinâmica no cotidiano de transformações e trocas sociais. Submetidos à grande fluxo de conteúdo e informações a todo instante, os sujeitos buscam formar suas identidades a partir da interpretação das narrativas que movem e contam a história da sociedade.

FUTEBOL E IDENTIDADES

A construção social do Brasil enquanto “País do Futebol” se deu durante momento de consolidação do país enquanto estado e nação, fomentada principalmente

³ Dados IBOPE disponíveis em: < <http://g1.globo.com/brasil/noticia/2013/06/veja-integra-da-pesquisa-do-ibope-sobre-os-manifestantes.html>>. Acesso em 31/01/2018.

⁴ Para acesso aos dados completos da pesquisa e aos perfis dos 30 jovens investigados, além de todo o trabalho da tese, consultar: http://www.btd.uerj.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=13250

por jornalistas e intelectuais, como também a partir de formulações acadêmicas sobre o que viria a ser a sociedade brasileira (HELAL, 2011)⁵. O esporte seria visto como espaço de encontro de classes e de tradições que acabariam por diferenciar o país de outras nações, sendo apresentado como síntese da cultura nacional do país, compondo a esfera da identidade nacional (ORTIZ, 1994 e GUEDES, 1998).

Nesse sentido, a identidade seria constituída a partir da identificação do sujeito com marcas sociais atribuídas pelo futebol. A questão da subjetividade seria a busca por essas marcas sociais e pelas influências socioculturais internalizadas pelo brasileiro. Estas representariam papel constitutivo do desenvolvimento humano, um processo de formação social por meio da produção de singularidade e influências socioculturais.

As identidades contemporâneas, flutuantes, passam pela mídia, criam vínculos de grupos, se articulam e se transformam em novos modelos de compreensão de atores sociais, influenciando diretamente o comportamento social do indivíduo em formação. Ter uma identidade seria também reconhecer as fronteiras dos grupos nos quais as pessoas estão inseridas. Stuart Hall (2005) afirma que a fragmentação da identidade se deve à mudança estrutural que ocorre em sociedades pós-modernas, no que diz respeito à classe, gênero, sexualidade, religião, raça, tudo o que poderia sustentar a estatização dos sujeitos sociais, principalmente do jovem em formação. Para Hall, quando o homem passa a ser um sujeito marcado por fatos históricos em sua formação identitária a partir de seus desenvolvimentos sociais e conhecimentos adquiridos, é proposta a troca da palavra identidade pelo conceito de identificação (HALL, 2005).

A ideia do Brasil enquanto o “País do Futebol” como parte do imaginário popular vem sendo consolidada há tempos. Tal epíteto fora construído a partir de vários acontecimentos que, repletos de sentidos simbólicos, contribuíram para a perpetuação desta representação. Obviamente aqui é preciso relativizar o descrédito das instituições que estão à frente do futebol no Brasil e o que representou a construção simbólica do “7 a 1” na Copa do Mundo de 2014 para entender a contextualização proposta. E apesar disso, cabe questionar essa construção identitária frente ao quadro já apresentado de que as identidades são móveis e descentralizadas.

Nesse sentido, trabalha-se com a concepção de Giddens (1990), por ora perturbadora e inquietante, de que as estruturas sociais são perpassadas por diferentes divisões e antagonismos que produzem variações nas “posições de sujeitos” enquanto

atores sociais, ou seja, nas identidades, principalmente quando está se tratando do jovem, público analisado neste artigo.

JOVEM CONECTADO E FACEBOOK

De acordo com o último Censo 2010⁶ do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Brasil tem um quarto de sua população formada por jovens. Esse dado significa que mais de 51 milhões de brasileiros têm entre 15 e 29 anos. Embora o IBGE considere a população jovem pessoas entre 15 e 24 anos, neste trabalho prefere-se adotar os critérios estabelecidos no Estatuto da Juventude (2013)⁷, uma declaração dos direitos singulares e universais dos jovens, elaborado pela Secretaria Nacional de Juventude (SNJ), sendo jovens as pessoas com idade entre 15 e 29 anos. Entende-se que esses jovens seriam os representantes das identidades contemporâneas, flutuantes e, supostamente, influenciadas pela mídia (HALL, 2005).

Numa reflexão com Pierre Bourdieu (1983 e 1990) para se conhecer o jovem nota-se que a divisão entre fases da vida seria objeto de luta, visando demarcar o que é próprio a cada uma dessas fases fazer e, assim, ter determinados poderes. Para o autor a juventude seria apenas uma palavra, quando existem várias ou pelo menos duas juventudes a partir da divisão de classes, a burguesa e a das classes populares, que teriam impactos em diversos setores na vida dos jovens. O autor afirma que não se deveria utilizar o termo de forma genérica para falar de jovens como se constituíssem uma unidade de interesses comuns relacionados a uma idade definida biologicamente, quando suas realidades são diferentes. “As classificações por idade são sempre uma forma de impor limites, de impor uma ordem na qual cada um deve manifestar-se, onde cada um deve ocupar seu lugar” (BOURDIEU, 1990, p.164).

Ao elaborar uma linha histórica para contextualização de juventude, Abramo (2005) aborda que, em 1950, a ideia predominante era de que o jovem seria aquele sujeito em transição entre a infância e a fase adulta. Ainda segundo Abramo (2005), os anos 1980 foram marcados por uma transição democrática no país, de liberdade política, sexual e cultural, apontando novo conceito para pensar a juventude. Como visto, em 1990 entra pela primeira vez na agenda pública, a juventude portadora de direitos. “No entanto, as políticas públicas formuladas, tanto na área da assistência da educação,

⁶ Dados disponíveis em <<https://censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=12>>. Acesso em 25/01/2018.

⁷ Mais informações: <<http://juventude.gov.br/estatuto>> e <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2013/lei/112852.htm>. Acesso em 29/01/2018.

quanto da segurança pública, carregam o estigma de ‘juventude problema’” (CALIARI, 2009, p.34).

Na formação do jovem digital, o IBOPE Media⁸ traz dados de 2003 a 2013 e aponta que são três os fatores marcantes de sua identidade: consumo, relacionamento e realização. Nesse quadro, 62% dos jovens trabalham e 35% deles conciliam o emprego com os estudos. 53% são estudantes em tempo integral, mas 37% estão em busca da primeira oportunidade. Sobre o consumo, 58% dos jovens possuem cartão de crédito, 48% gostam de se reunir com amigos. Para esses jovens as redes sociais cumprem papel fundamental na interação com os amigos e no acesso a informação de forma geral. Segundo a pesquisa, o consumo de Internet pelos jovens aumentou de 35% para 85%, representando um salto de 50%. A internet é reconhecida por eles como plataforma de interação e engajamento não só com pessoas, mas também com outros meios de comunicação (IBOPE Media, 2013).

Para a pesquisa da Rede Brasil Conectado, da UFRGS, jovens relataram que o principal interesse na utilização das redes sociais é para o lazer, seguido do interesse de montar uma rede de contatos. O momento do dia em que têm maior conexão na rede é à noite, com a possibilidade de “estar sempre conectado” ou acessar a Internet várias vezes ao dia⁹. 70% dos jovens acessam a Internet de casa, por meio do notebook (38%), computador de mesa (23%) e smartphone (23%). 76% afirmam fazer uso individual do dispositivo mais utilizado para acesso à Internet, para visualizar a rede social (39%), mensageiros instantâneos como *Whatsapp*, *Facebook messenger* e *Skype* (38%), *e-mail* (30%), *Instagram* (25%), *Youtube* (23%) e portais de notícia (18,5%) (REDE BRASIL CONECTADO, 2012-2015).

Sobre o uso da Internet pela juventude fluminense conectada, nota-se que esse público fica na Internet sete dias por semana, principalmente os mais novos, com 16 e 17 anos, com 92%, aqueles entre 18 e 24 anos, com 90%. Para os jovens entre 25 e 34 anos, o consumo de Internet nessa frequência cai para 81%. Esses jovens afirmam permanecer online mais de 300 minutos semanais, e a maioria acessa via celular (SECOM, 2016).

Na pesquisa, os jovens fluminenses afirmam se expressar por meio de Fanpage no *Facebook* (17%), *Tumblr* pessoal (16%), Blog pessoal (11%) e postar vídeos em canais

⁸ Dados disponíveis em: < <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Consumo-da-internet-pelos-jovens-brasileiros-cresce-50-em-dez-anos-aponta-IBOPE-Media.aspx>>. Acesso em 31/01/2018.

⁹ Idem.

do *Youtube* (10%). As situações que provocam compartilhamentos, postagens e comentários dos jovens são: momentos de lazer (25%), ao assistir programas de TV (24%); ao presenciar algo extraordinário (19%); para relatar alguma atividade cotidiana (18%) ou para fazer *check-in* em locais (11%). Especificamente sobre o Facebook, a juventude fluminense afirma ser a rede social mais utilizada por 13% do público pesquisado; é a rede utilizada para encontrar amigos (11%); ajuda nas atividades de estudo e trabalho (10%); bloqueia atualizações fora do interesse (10%); usa o mesmo perfil em vários aplicativos (9%); tira a atenção do estudo ou do trabalho (7%) (REDE BRASIL CONECTADO, 2012-2015).

MÉTODO

O que se apresenta neste artigo sinaliza como os discursos do jovem fluminense representaram sua experiência nos megaeventos e nos protestos, buscando compreender como esse público se reconhece como participantes da narrativa a partir de elementos que atuam enquanto constituintes identitários a partir do futebol. Para tal, fez-se a coleta das publicações sobre protestos e megaeventos esportivos compartilhadas por 30 jovens fluminenses voluntários no Facebook no período de 14 de junho a 01 de julho de 2013, e de 11 de junho a 14 de julho de 2014. O anonimato foi garantido aos voluntários da pesquisa.

Com uma discussão fundamentada na Análise Crítica do Discurso, ACD (ORLANDI, 1999 e 2001; e FAIRCLOUGH, 2001 e 2012), a análise descritiva das postagens dos jovens apontaria como os sentidos de brasilidade foram mobilizados durante os megaeventos no Brasil. A busca pelos processos de produção do sentido e de suas determinações histórico-sociais da ACD inscritas nesses discursos pode comprovar, ou refutar, a ideia de uma “nova” identificação do jovem com o futebol. Para Norman Fairclough (2001), o discurso seria a prática social produtora e transformadora de realidades sociais e do sujeito da linguagem, que pode contestar ou reestruturar questões ideológicas sociais, buscando novas ressignificações.

A coleta dos dados se dá de forma exploratória e descritiva, seguindo categorias estruturadas na metodologia da ACD. Os elementos identitários nas postagens dos jovens foram coletados por meio de palavras-chaves com sentido simbólico de brasilidade e nacionalidade no contexto de futebol e manifestações.

Tabela 1 - Análise de dados coletados no Facebook

Categorias	Postagens Ano	Data	Autoral	Propriedade	Imagem	Comentários Interação		Postagem Compartilhada	Curtidas	Hashtags	Palavras-chave	Visão
						à favor	Contra					
Tipo de Análise	Descrição da Postagem com breve comentário sobre se é compartilhamento, comentário sobre uma postagem, apenas uma postagem, se é um compartilhamento de portal de notícia ou se é uma "curtida".	Data	Se é de autoria do perfil ou não, destacando quando for de outra fonte se há comentário sobre o que é compartilhado.	Características daquilo que é exibido na linha do tempo do jovem: blogs, portais, veículos de comunicação, ilustrações e fotografias, autorias principais, referências.	Se a postagem conta com imagem, se é foto autoral e ainda se aparece o jovem.	Se na postagem existe interação, e ainda se é contra ao favor ao publicado.		Se a postagem foi compartilhada	Número de seguidores que curtiram a publicação	Se utiliza hashtags	É de interesse da pesquisa a temática dos megaeventos de futebol e as manifestações, todos os eventos que ocorreram em 2013 e 2014. Logo, as mesmas palavras-chave utilizadas para análise dos jornais impressos serão adotadas aqui. "Copa das Manifestações, 2013, Junho, Julho, Copa do Mundo, 2014, Brasil, Jovens, Juventude, Engajamento, Rio de Janeiro, São Paulo, Rua, Esportes, Futebol, Identidade, Identificação, Protesto, Repressão, Polícia, Mídia, <i>Black Block</i> , <i>Anonymous</i> , Torcer, Torcedor, Festa".	Se apresenta uma identificação com o futebol ou não, como também se é de apoio ou não às manifestações.

Fonte: A Autora

Todos os dados coletados foram organizados na Tabela 1, de forma a dar uma noção geral do engajamento e posicionamento do jovem em relação aos eventos em análise. Assim, a partir das palavras categorizadas, apresentam-se nuvens de expressão que possam dar conta daquilo que representa o engajamento dos jovens com os eventos mencionados. Procura-se identificar os sentidos que os jovens dão àquilo que estão compartilhando na rede, a partir da ação, da conversa e da interação com seus pares (FRAGOSO, 2015). Dessa forma, após a separação e categorização das postagens dos jovens (Tabela 1), destacam-se aquelas publicações que mais contém interações e conversações no contexto dos megaeventos de 2013 e 2014.

PANORAMA 2013 E BREVE ANÁLISE DE POSTAGENS

Em 2013, durante a Copa das Confederações realizada no Brasil, a mídia teria papel destacado no agendamento do evento nos veículos de comunicação, principalmente com a conquista do título brasileiro no torneio. Contudo, naquele ano, a Copa conquistada entre os meses de junho e julho não fora destaque único na mídia. Enquanto a seleção nacional entrava nos campos de futebol, a população brasileira tomava conta da rede social e das ruas protestando e reivindicando, primeiramente, a redução no valor da passagem dos transportes públicos.

E pesquisa realizada pelo IBOPE¹⁰ sinaliza que nos protestos ocorridos por todo o país estavam reunidos 43% de jovens de ensino superior completo, sendo 49% dos manifestantes com renda familiar superior a cinco salários mínimos (cerca de R\$ 3.390,00). Esses jovens teriam ido às ruas para buscar, juntamente com as mudanças sociais, econômicas e culturais, também uma melhoria na qualidade de vida da população com base em certa desconfiança dos seus representantes no cenário político do país. As mobilizações dos jovens foram organizadas majoritariamente *online*, quando 86% dos participantes revelaram engajamento a partir da rede social, sendo 72% pelo Facebook e os outros 32% pela Internet de forma genérica. Esses números refletem o comportamento do jovem e sua relação com a informação e a rede de Internet como espaço de troca e comunicação de interesse e afetos.

Figura 1 – Compilação de postagens dos Jovens no Facebook em 2013



Fonte A Autora

¹⁰ Pesquisa IBOPE disponível em <<http://revistaepoca.globo.com/Sociedade/noticia/2013/06/pesquisa-revela-perfil-dos-manifestantesbrasileros.html>>. Acesso em Janeiro de 2016.

Figura 2 - Palavras-chave mais utilizadas pelos Jovens no Facebook em 2013



Fonte: A Autora

Os jovens investigados não pareceram tão empolgados com a Copa das Confederações ao olhar as palavras-chave mais utilizadas na Figura 2. Numa análise geral, observa-se que seis entre os 30 jovens investigados manifestam alguma postagem em suas páginas sobre o megaevento esportivo. A maior parte desses jovens estivera mais preocupada com os protestos que ocorriam pelo país, e embora poucos deles realmente tenham ido aos atos, abordaram a temática em muitas de suas publicações. Alguns deles, publicam até 30 postagens no mesmo dia sobre o tema, enquanto, se somasse as postagens de todos os jovens sobre a Copa das Confederações, não chegaria a este número. Para esses jovens, que não se identificavam com nenhuma corrente política, mas se diziam descontentes com a política no Brasil, os protestos seriam em 2013 a representação simbólica de brasilidade, quando por meio de suas publicações no Facebook procuravam afirmar, e ainda reconhecer, suas identidades.

Fato interessante é que parte dos jovens engajados com as manifestações no Rio de Janeiro mobilizavam muitas publicações seguidas diariamente que não geravam qualquer tipo de interação na rede, produzindo uma “fala solitária”. Possivelmente, esses perfis até teriam alguma audiência, mas muitas pessoas na rede não conseguem acompanhar o fluxo de conteúdo que nela se reproduz criando um repositório de publicações sem qualquer engajamento.

PANORAMA 2014 E BREVE ANÁLISE DE POSTAGENS

Após 64 anos, o Brasil receberia pela segunda vez uma Copa do Mundo de Futebol FIFA. Durante um mês, 12 cidades brasileiras sediarão os jogos do Mundial de 2014, modificando e alterando totalmente sua rotina. A escolha do Brasil como sede

Figura 4 – Compilação de postagens dos Jovens no Facebook em 2014



Fonte: A Autora

Em 2014, as práticas discursivas dos jovens sobre os protestos esmoreceram e foram silenciadas na maioria dos perfis investigados. A Copa do Mundo se manteve presente na linha do tempo desses jovens em forma de festas e “curtição” em verde e amarelo, e as trocas sociais nos perfis analisados se deram em torno da celebração do Mundial. Poucos foram os jovens que aproveitaram a Copa do Mundo e se mantiveram críticos a sua realização no Brasil.

Os jovens, atores sociais, são a todo tempo interpelados por discursos que acabam por influenciar seus modos de ser sociais, desde a forma de consumo de notícias a como escolher seus pares na rede social.

E ainda que os protestos prometessem atrapalhar a realização da Copa do Mundo no país, o que marcou a realização do evento foi a hospitalidade e a festa dos brasileiros.

Por mais que o futebol brasileiro apresentado em campo tenha terminado em um 7 a 1, é aparente pela compilação de palavras-chave e da Figura 4 que os jovens analisados superaram esse jogo e aproveitaram o megaevento até o final. A Copa continuaria então a cumprir o papel de princípio aglutinador do povo pelo futebol (GASTALDO, 2002), já que as manifestações teriam sido silenciadas, principalmente nos perfis desses jovens investigados, que passaram a se aproximar do Mundial também via rede social. O que se confirmou com a observação foi que esses jovens identificam marcas sociais que se movem por conta do futebol.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da proposta apresentada no escopo desse artigo, traçou-se um olhar geral sobre os perfis dos 30 jovens fluminenses e o que ficara mais evidente foi a mudança de postura frente aos temas mobilizados entre os dois períodos de observação, 2013 e 2014. Existiu em 2013 um engajamento, da maioria deles via rede social, com os protestos em junho daquele ano.

Em 80% dos perfis observados chama atenção como muitos desses jovens, possivelmente motivados pelo clima de realização da Copa do Mundo no Brasil, silenciaram suas redes sociais durante os protestos contrários ao megaevento de 2014. Nota-se que, ao menos cinco dos jovens observados, mudaram drasticamente o conteúdo de compartilhamento entre os dois anos investigados.

Alguns jovens que manifestaram apoio às manifestações em 2013, com muitas críticas à Copa das Confederações, não apresentaram mobilizações com a Copa do Mundo em 2014 e, ainda que com menos engajamento e empolgação, apresentaram apoio aos protestos durante o Mundial. Curiosamente, quatro perfis demonstraram em suas páginas acompanhar os megaeventos de futebol, celebrar os jogos, ao mesmo tempo em que apoiaram as manifestações e foram aos protestos. Para eles, seria possível dar conta dos eventos sem perder o olhar crítico sobre o que envolveu a realização da Copa das “Manifestações”, como foi chamado o evento, e da Copa do Mundo no Brasil.

Talvez as diversas causas surgidas sinalizem que essas mobilizações e os jovens nelas envolvidos ainda têm um sentido de indignação pouco coeso politicamente, já que as manifestações de junho de 2013 seriam o “batismo político” daqueles que até então não tinham nenhum tipo de militância prévia ou engajamento.

Pelas palavras-chave mobilizadas e aquilo que se observara nos perfis, é possível ainda inferir que o reconhecimento se deu muito mais pelo futebol e a paixão pelo

esporte que promove a festa, a celebração, do que pela seleção brasileira¹¹. Ao se afirmar isto, pondera-se que para os jovens investigados a derrota do Brasil para a Alemanha de 7 a 1 não promovera mudança significativa na percepção que tiveram sobre o megaevento. Talvez estivessem mais ocupados com as festas promovidas pelo Mundial; mas alguns dos jovens se mostraram envergonhados com o desempenho da seleção brasileira no torneio enquanto outros preferiram fazer piada com o ocorrido. Se o resultado daquele jogo fosse diferente, os sentidos produzidos e analisados poderiam ser outros. Os sentidos de nacionalismo e brasilidades para esses jovens ficaram mais aparentes nos protestos de 2013.

Não é possível ainda inferir como tais eventos poderão futuramente impactar na perpetuação dessa construção identitária histórica, inclusive quando se promove uma nova Copa do Mundo de Futebol e o Brasil seguia entre os favoritos para ganhar o torneio. Talvez, para os jovens fluminense aqui investigados, o futebol, por meio da Copa do Mundo, produziu sentidos de festa, união de pessoas e do encontro para celebrar. Por mais distantes, e alheios, que pareçam esses jovens do cenário político e social no país, diferente do que aparentava em 2013, nota-se aqui que o futebol enquanto esporte motor de significação identitária foi ressignificado por esses mesmos jovens.

REFERÊNCIAS

- ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2 ed., 2016.
- BOITEMPO. Cidades Rebeldes: **Passé livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil**. Boitempo Editorial, 2013. Disponível em <<https://www.boitempoeditorial.com.br/produto/cidades-rebeldes-456>>. Acesso em Abril de 2018.
- BOURDIEU, Pierre. **A Distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero. 1983.

¹¹ Aqui é possível retomar artigo do professor Hugo Lovisolato não refletia sobre a “crise” no futebol brasileiro e da seleção. Para uma discussão mais detalhada sobre o esmaecimento do epíteto Brasil País do Futebol ver HELAL, Ronaldo, “As Novas Fronteiras do ‘País do Futebol’”. *Pesquisa Rio / Faperj*, v. 11, p. 37-40, 2010 e HELAL, Ronaldo; SOARES, Antonio Jorge G. “O Declínio da Pátria de Chuteiras: imprensa, futebol e identidade nacional na Copa do Mundo de 2002”. In: Miguel Pereira; Renato Cordeiro Gomes; Vera Lucia Follain de Figueiredo. (Orgs.). *Comunicação, Representação e Práticas Sociais*. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio, 2004, v. 1, p. 257-277.

- CALIARI, Hingridy. **Um ensaio sobre a participação política da juventude brasileira.** Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Política Social do Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas, da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Política Social. 2009.
- DAMATTA, Roberto. **Esporte na sociedade: um ensaio sobre o futebol brasileiro.** In DAMATTA, Roberto (Org.); GUEDES, S; NEVES, L. e VOGEL, A. Universo do Futebol: esporte e sociedade brasileira. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.
- FACEBOOK. Disponível em <www.facebook.com.br>. Acesso em 2016, 2017 e 2018.
- FAIRCLOUGH, N. **Discourse and social change.** Oxford and Cambridge: Polity Press and Blackwell, 2001.
- FAIRCLOUGH, N. **Análise crítica do discurso.** Linha d'Água, n. 25 (2), p. 307-329, 2012.
- FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de Pesquisa para internet.** Porto Alegre: Sulina, 2015.
- GIDDENS, A. **As consequências da modernidade.** Tradução de Raul Fiker. – São Paulo: Editora da UNESP – Biblioteca Básica, 1990.
- GIDDENS, A. **Modernidade e Identidade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro: DP&A, 4 ed., 2000.
- Hall, Stuart. **Quem precisa da Identidade?** In: SILVA, Tomás Tadeu (Org.). Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2005.
- HELAL, Ronaldo; LOVISOLO, Hugo; SOARES, Antônio Jorge G. **A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria.** Rio de Janeiro: Mauad, 2001.
- HELAL, Ronaldo. **Futebol e comunicação: a consolidação do campo acadêmico no Brasil.** *Revista Comunicação Mídia e Consumo.* ISSN 1983 7070. Vol. 8. Nº. 21. ESPM: 2011.
- IBOPE. Media. **Ad hoc.** Disponível em <<http://www.ibope.com.br/pt-br/solucoes/consumodosmeios/Documents/Adhoc%20-%20SAIBA%20MAIS.pdf>>. Acesso em 12 de fevereiro de 2018.
- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo 2010.**
- JACKS, Nilda; TOALDO, Mariângela et al. **Jovem brasileiro e consumo midiático em tempos de convergência: panorama preliminar.** In: Pesquisa de Recepção. Relatos da II Jornada Gaúcha. Santa Maria: FACOS - UFSM, 2015.
- ORLANDI, E. **Análise de discurso: princípios e procedimentos.** Campinas/SP: Pontes, 1999.
- ORLANDI, E. **Discurso e texto.** Campinas/ SP Pontes, 2001.
- ORTIZ, R. **Cultura Brasileira e Identidade Nacional.** São Paulo: Brasiliense, 1994.

PÊCHEUX, M. **Análise Automática do Discurso (AAD- 69)**. Trad. Eni P. de Orlandi. Em F. Gadet & T. Hak (orgs.) *Por uma Análise Automática do Discurso: uma Introdução à Obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1990 (1ª ed. 1969), p. 61-162.

PEREIRA, Camila Augusta. **#NãoVaiTerCopa: identidade, jovem e manifestações no Rio de Janeiro em 2013 e 2014**. Tese (Doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social.

REDE BRASIL CONECTADO: **Jovem e consumo midiático em tempos de convergência. 2012 – 2015**. Disponível em < <https://redebrasilconectado.wordpress.com/>>.

SECOM. Presidência da República do Brasil. Secretaria de Comunicação Social. **Relatório Final Pesquisa Brasileira de Mídia - PBM 2016**. Disponível em < <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>> Acesso em 02 de fevereiro de 2018.