

FUTEBOL, DISCURSOS E EMOÇÕES: UMA ANÁLISE A PARTIR DO FOMENTO DE SÓCIOS-TORCEDORES DOS TIMES BRASILEIROS

III Encontro Nacional de Letras no Litoral Norte da Paraíba - ELLIN-PB, 3ª edição, de 08/05/2024 a 10/05/2024
ISBN dos Anais: 978-65-5465-093-9

SOUSA; Jacyane Dantas de¹

RESUMO

Apesar dos estudos em torno do futebol nas Ciências Humanas terem avançado nas últimas décadas, ainda há muito o que se discutir sobre esse esporte, principalmente quando o consideramos enquanto um fenômeno cultural capaz de constituir sujeitos. No cenário atual, a globalização e o mercado neoliberal promovem constantes mudanças no funcionamento desse esporte, consolidando a atuação do futebol-empresa, no qual os próprios torcedores são tidos como sócios. Para além das regras clássicas desse jogo, estão colocadas situações que extrapolam uma simples disputa entre times adversários: marketing, patrocinadores, faturamento, dentre outros elementos do universo econômico atual. A espetacularização desse esporte emerge como meio de garantir o enriquecimento de empresas e investidores enquanto promove uma crescente desigualdade entre os times profissionais do Brasil. Contudo, cabe a esta pesquisa evidenciar como o futebol segue mobilizando multidões de adeptos graças aos discursos produzidos em torno dele e, principalmente, graças às emoções discursivamente produzidas. Há, nesse cenário, uma exploração das emoções que legitimam a transformação de torcedores em consumidores, diferentes estratégias que visam naturalizar práticas capitalistas em favor das mais diferentes reações afetivas, afinal, torcidas se mobilizam em prol de um espírito coletivo que é justamente sustentado pelas mais diferentes práticas discursivas. Dessa forma, a presente pesquisa visa demonstrar, por meio dos Estudos Discursivos Foucaultianos, como as emoções são discursivamente agenciadas a fim de garantir o consumo em prol dos times profissionais brasileiros por meio da subjetivação que produzem. Para isso, analisaremos os enunciados publicados nos portais online dos clubes que disputam a primeira divisão do campeonato brasileiro de 2024, cujo objetivo é a adesão dos chamados sócios-torcedores. Assim, será possível problematizar como o futebol, por meio da atuação desses times, promove uma adesão e um investimento graças às emoções que mobilizam.

PALAVRAS-CHAVE: Discurso, Futebol, Emoções

¹ Universidade Federal da Paraíba, jacyanedantas11@gmail.com