

O SIMBÓLICO E O ECONÔMICO NO FUTEBOL DE ESPETÁCULO: AS ESTRATÉGIAS DA FIFA PARA TORNAR AS COPAS LUCRATIVAS A PARTIR DE UMA INTERPRETAÇÃO ANTROPOLÓGICA¹

Arlei Sander Damo²

RESUMEN: Buscando superar de una vez por todas el denunciismo vulgar y el culturalismo ingenuo que ha caracterizado los abordajes científico sociales sobre lo que implica el Mundial de Futbol organizado cada cuatro años por la FIFA, en este artículo se ofrece una aproximación muy bien documentada a la dimensión simbólica y económica (en el marco del ethos capitalista) de este importante evento deportivo.

PALABRAS CLAVE (KEYWORDS): Futbol, Espectáculo, FIFA, Capitalismo, Nación.

A mobilização popular em torno dos selecionados nacionais é tão intensa que em alguns países, como no Brasil, chega a ser mais densa de significados do que os eventos tradicionais de culto à nação. Esta mobilização, aparentemente espontânea e marcadamente romântica, contrasta com a atuação daqueles que organizam e comercializam o evento, em relação aos quais sabe-se muito pouco, exceto que se orientam por interesses bem demarcados, sejam eles políticos ou econômicos. Ao tramar duas ordens de significados que por vezes se apresentam como contraditórias em nossas representações – o público e o privado, o amor e o dinheiro, o simbólico e o pragmático, e assim por diante -, as copas apresentam-se como um fato social singularíssimo, tão fascinante ao interesse do público quanto àqueles que pretendem compreendê-lo. Quando enfatizamos a dimensão simbólica das copas, tratando dos ritos, celebrações, discursos e dramatizações que lhe são peculiares, somos frequentemente acusados de ingênuos e negligentes em relação aos interesses políticos e econômicos que orientam os agentes e as agências que promovem tais eventos. Em perspectiva inversa, ao incorporarmos à análise a lógica utilitarista dos empresários e dirigentes (esportivos ou políticos em geral), somos acusados de nos voltarmos contra a própria tradição antropológica, uma vez que esta se reivindica especializada na decifração dos sistemas simbólicos. Todavia, entre o denunciismo vulgar, que caracterizou boa parte das críticas ao esporte durante várias décadas no passado, e o culturalismo ingênuo, que se junta às representações nativas e seguidamente faz apologia ao esporte, há possibilidade de constituir uma análise que, privilegiando a dimensão simbólica, vise justamente a compreensão de como os interesses econômicos estão presentes em eventos esportivos tais como as copas. Os argumentos aqui

apresentados pretendem ser uma contribuição nesta perspectiva; um ponto de vista que se soma aos diversos trabalhos produzidos recentemente no campo das ciências sociais acerca da temática esportiva.

Não deveríamos, sob qualquer pretexto, estranhar o fato de que eventos esportivos de grande porte - como são os casos das copas de futebol (rugby, natação, ginástica, etc.), as olimpíadas, os *meetings* (de atletismo, basquete, vôlei, etc.) e tantos outros - tenham se desenvolvido em estreita sintonia com a lógica capitalista, quiçá estejam mesmo na vanguarda. A condenação desta proximidade é cada vez menos notada, ao contrário dos primórdios do esporte moderno, quando a ideologia amadorística possuía considerável aceitação. Em contrapartida, tolera-se cada dia mais a presença do dinheiro no esporte e há mesmo os ultra-liberais, entusiastas da maneira como os esportes afirmam determinados valores capitalistas. De fato, as copas do mundo de futebol são altamente lucrativas para as agências que as promovem ou, em sentido inverso, são promovidas com esta convicção. O *ethos* capitalista está disseminado até mesmo na retórica dos vestiários, invadidos pelas novas tecnologias de maximização da performance física, cognitiva e emocional.

Termos importados de áreas do conhecimento aplicado à gestão de capitais, tais como “objetivo”, “foco”, “meta”, “resultado”, “superação” e tantos outros, misturam-se às expressões associadas à honra e ao status, integradas a mais tempo ao vocabulário esportivo. Tornou-se freqüente, inclusive, a presença de especialistas usados para inflar o ânimo dos atletas - motivadores, *experts* em inteligência emocional, psicólogos do esporte e afins. Em contrapartida, esportistas de sucesso são pagos para palestrar para estudantes e profissionais de economia, administração e marketing, vorazes pelo consumo de narrativas bem-sucedidas.

A copa como um todo, ou cada qual dos enfrentamentos, pode ser vista como um bem cultural (no sentido bourdiano) que não difere, sob muitos aspectos, de outros bens associados ao campo do lazer e do entretenimento, casos do cinema, do teatro e das performances musicais.³ Ao invés de supor que o público ignore a razão econômica presente nos bastidores dos jogos, talvez seja o caso de investigar como é possível sublimar esta obviedade. Seria o caso, então, de perguntar pelos agentes, agências e estratégias de produção (ou talvez de indução) do imaginário esportivo, cujas copas são

um caso particular de um princípio geral subjacente a todas as formas de espetáculos dessa natureza. Se há algo de evidente, inclusive para o senso comum, é que as copas existem porque geram dividendos aos capitalistas. O que é menos claro, talvez, é como os interesses econômicos podem ser englobados pela lógica simbólica, responsável pela adesão do público ávido por emoções - ou excitação, se pensarmos nos termos de Norbert Elias.

A conquista de uma copa implica uma série de honrarias, mas não menos importante, para os jogadores, parecem ser os prêmios em espécie. Poder-se-ia estender o raciocínio para pensar a lógica dos dirigentes, da crônica esportiva e de outras categorias de agentes, mostrando como eles articulam discursivamente os capitais econômico, social e simbólico. Difícil é estender o raciocínio para os bilhões de expectadores, ouvintes, leitores, enfim, torcedores que empenham tempo, dinheiro e emoção com as copas sem retorno utilitário. Não seria o caso de tripudiar o egoísmo dos profissionais, incluindo-se os mediadores especializados, que teriam tudo para pô-lo às claras, mas omitem-se, por serem também eles beneficiados? Quem saberá precisar quais são as motivações de um jogador ao beijar a bandeira nacional? Ele o faz por sentimentos genuínos ou por orientação da assessoria de marketing?

Assim como o a ética protestante contribuiu para impulsionar o capitalismo moderno, na clássica formulação weberiana, o *ethos* capitalista e o espírito das copas andam de mãos dadas, ainda que por vezes o par provoque um mal-estar, havendo a necessidade de encobrir a lógica utilitarista do capital com um simbolismo romântico tomado de empréstimo do clubismo e do nacionalismo, como será explicitado. Fazer ver e crer que os esportistas movem-se por razões outras que não as de ordem econômica é uma das atribuições daqueles a quem compete promover as copas. Assim como a publicidade não sobreviveria se, ao invés de criar fantasias, se voltasse contra elas, a mídia esportiva e os espetáculos que ela promove não sobreviveriam caso fossem tratados com a austeridade que caracteriza o mundo dos negócios convencionais. O interesse pelas copas não pode, todavia, ser declinado apenas da sedução midiática. O gosto pelo futebol de espetáculo é amplamente disseminado, de modo que as copas são produtos conhecidos no mercado de bens simbólicos, cabendo relançá-los de quatro em quatro anos.

Para compreender as razões pelas quais certos eventos futebolísticos são tão apreciados é preciso, inicialmente, marcar a diferença entre o gosto pela prática e o gosto pelos espetáculos, pois as copas são, fundamentalmente, espetáculos. O que está em jogo, para além do jogo de futebol, quando se passa de praticante a torcedor? Eis a primeira questão com a qual me ocuparei neste texto. A resposta sugere um percurso pelo clubismo, sistema complexo caracterizado pela adesão afetiva dos torcedores aos clubes de futebol, tendo como desdobramento a constituição de comunidades de sentimento. Essas, por seu turno, são responsáveis por desenvolver nos indivíduos uma dada percepção estética do jogo, caracterizada pelo engajamento, de modo que já não se pode dizer que quem vai ao estádio o faz como se estivesse indo ao teatro ou ao cinema, pois a um estádio não se vai para ver um jogo, mas para torcer pelo time que representa o clube do coração. Tais sutilezas marcam a especificidade do clubismo e, por extensão, da educação da sensibilidade que ele promove.

As copas incorporam a lógica do clubismo, reelaborando alguns sentidos. O gosto pelo futebol de espetáculo, por si só, não explica, pois, o sucesso das copas. Afinal, elas recebem a adesão massiva do público feminino, que ordinariamente mantém-se a certa distância do futebol. As copas operam com um sistema de referências simbólicas híbrido, entre o interesse estético não motivado, voltados para as técnicas corporais (que também está presente no clubismo), e o interesse motivado, centrado na equipe que representa a nação (e não mais o clube). Esta segunda ordem de interesse prepondera sobre a primeira, englobando-a, de tal modo que a adesão do público às copas é encompassada pelas representações nacionalistas - não por acaso até as avós acompanham a copa!

Tão óbvio quanto o lucro gerado pelas copas é o fato da FIFA ser responsável pela gestão desses eventos - não se sabe ao certo o que faz com os lucros, mas isto é tema para outra discussão. Para a surpresa de alguns, talvez, mostrarei como a FIFA está atenta ao fato de que é a razão simbólica que predomina sobre a razão econômica em se tratando do futebol de espetáculo e, ainda mais surpreendente, ela intervém estrategicamente para a preservação do encantamento que dá sentido aos jogos para além da beleza que podem oferecer em si mesmos. Mostrarei, a partir das regras que orientam o mercado de atletas profissionais, vigiadas pela FIFA, detentora do monopólio do futebol de espetáculo, o quão importante é a ideologia amadora para este

esporte, e de como a FIFA preserva-a, como condição indispensável para que as copas tenham retorno econômico.

1) A COPA COMO UM AGREGADO SIMBÓLICO

Como não basta uma equipe de onze vestir-se com as cores da nação para simbolizá-la, pois as representações não estão dadas, como por vezes se crê, é preciso um aparato engenhoso para encaixar a nação no time de maneira tal que isto pareça natural. Faz-se isso a cada copa, a partir de um acúmulo já realizado ao longo de muitas edições desse mesmo evento e de outras tantas ocasiões – jogos amistosos, eliminatórias, torneios continentais, etc – nas quais os torcedores, quase sempre instigados pela mídia, trazem à tona a memória que os envolve a tais eventos. A magia da seleção é, pois, construída, arquitetada, manipulada, de maneira tal que a equipe de onze venha a ser reconhecida como um símbolo laico do Estado-nação, uma espécie de variação em relação ao Clube-torcida. Note-se que esses dois sistemas simbólicos, o nacionalismo e o clubismo,⁴ se combinam de maneira a compor um agregado heterodoxo por ocasião das copas. Eles são próximos, mas não podem ser confundidos. O sucesso de público das copas, determinante para que ela desperte o interesse dos anunciantes, depende da gestão adequada deste agregado. Explicitar a trama em detalhes é tarefa desmedida para este ensaio, mas isto não impede que os principais argumentos sejam expostos.

1.1. O FUTEBOL DE ESPETÁCULO E OS OUTROS FUTEBÓIS

O termo futebol comporta uma diversidade de significantes. Na comunicação entre os aficionados isso não constitui problema, mas por vezes oblitera a percepção mais refinada das diferenças atinentes aos sentidos da prática e da fruição. Os jogos improvisados, observados em terrenos baldios, e os espetáculos, realizados em arenas, são tratados, seguidamente, de forma idêntica. Para precisar as diferenças, não apenas entre os futebolis, mas entre o praticar e o torcer, o torcer e o discutir, e assim por diante, estabeleci algumas fronteiras a partir das práticas e suas configurações (Damo. 2007:33-67). Defini como **bricolada** a matriz futebolística caracterizada por: distorções em relação às regras do *football association* (em termos de tempo, espaço, códigos disciplinares, etc.); tolerância às performances irregulares; baixa especialização do trabalho de equipe; e ausência de espectadores. A interdição do uso das mãos é uma das

poucas características que aproxima a bricolagem - conhecida no Brasil por “pelada”, “racha”, “fute”, entre outros – da matriz **espetacularizada**. Esta, por seu turno, destaca-se pelo rigor com que os códigos da International Board (entidade responsável pelas regras do *football association* antes mesmo da criação da FIFA) são aplicados; por ser agenciada pela FIFA e suas subsidiárias; pressupor uma clara distinção entre leigos e profissionais, exigindo destes últimos dedicação exclusiva em troca de contraprestação econômica, algo impensável aos peladeiros; especialização do trabalho de equipe e premeditação das estratégias de jogo.

Há outras diferenças que poderiam ser listadas, destacando-se, também, os futebóis intermediários, como a matriz **escolar** e **comunitária**⁵. Interessa, aqui, apenas a matriz espetacularizada, razão pela qual é importante acrescentar-lhe mais algumas características. Apropriando e ampliando a contribuição de Toledo (2002), entendo que o futebol de espetáculo deva ser compreendido como um espaço social relativamente bem estruturado, pressupondo a interação de ao menos quatro categorias de agentes a partir das quais é possível traçar um panorama amplo, destacando o que está em jogo em termos de crenças, normas, valores, atitudes, *habitus*, interesses e assim por diante. Essas quatro categorias seriam: a) **os profissionais**: atletas e todos os demais especialistas que contribuem para a preparação e a realização das performances propriamente ditas; b) **os torcedores**: público aficionado pelos espetáculos, presenciais ou midiáticos, distinguidos por diferentes graus de adesão ao clubismo (desde os fanáticos aos torcedores de ocasião), capacidade de apreciação estética das performances de campo, além das classificações nativas instituídas no próprio espaço social (sócios, organizados, *vips*, povão, etc.); c) **os dirigentes**: profissionais ou amadores, de clubes, ligas ou federações, exercendo funções administrativas, consultivas ou deliberativas (caso dos árbitros); d) **os mediadores especializados**: compreendendo toda a sorte de profissionais que concorrem para a promoção dos espetáculos (uma espécie de espetacularização de segunda ordem; recriação ou reelaboração dos eventos, como sugere Toledo), através dos noticiários (antes, durante e depois dos eventos) e das transmissões propriamente ditas (simultâneas aos jogos).

O atual estágio de espetacularização do futebol, cujas copas são o protótipo mais acabado, deve ser entendido a partir da relação com outros espetáculos esportivos e esses, no conjunto, com a proliferação de eventos de grande porte, sobretudo aqueles

voltados ao consumo simbólico e ao entretenimento. Observar o futebol com uma luneta, como sugere Bromberger (s/d), comparando as copas com outros megaeventos, por exemplo, é tão importante quanto apreender sua especificidade, com uma lupa. Para tanto é preciso reconstituir o processo de espetacularização em perspectiva histórica, atentando para a emergência de cada qual das quatro categorias de agentes constitutivas do campo, referidas anteriormente.⁶ Os profissionais (jogadores, por exemplo) e os amadores (torcedores) não podem ser tomados separadamente, pois a emergência de uns e de outros corresponde, em linhas gerais, às relações entre a oferta de um espetáculo e a demanda correspondente, tal qual se pode notar em outros segmentos de mercado. Pensar nesses termos pode não constituir novidade teórica, mas é um avanço significativo tendo em vista que, por muito tempo, as ciências sociais se valeram de conceitos como os de alienação e despossessão para explicar a adesão dos torcedores ao futebol de espetáculo. Outros conceitos pretensiosos, como os de catarse, pulsão e tribalismo, para citar os mais freqüentes, tão pouco nos levam à compreensão do quer que seja.

O futebol de espetáculo não se diferencia das peladas, no que concerne a presença de público, pelo simples fato de que os jogos bricolados são desinteressantes esteticamente. Claro que os peladeiros, quando comparados aos profissionais, destacam-se, quase sempre, pela imperícia ou pelo grotesco no emprego das técnicas corporais. Mas isso não explica, por si só, o desinteresse do público. Muitos jogos em estádio lotado deixam a desejar tecnicamente, mas nem por isso perdem, necessariamente, o interesse. O que as peladas não têm, e o futebol de espetáculo não pode prescindir, é um sistema simbólico denso e extenso o suficiente para garantir a produção e circulação de emoções. As pequenas diferenças que estão na origem das mais intensas rivalidades clubísticas, e servem de força motriz ao espetáculo, são quase sempre produzidas a partir de distorções em relação à história factual. Isso não depõe contra o clubismo, antes revela suas virtudes simbólicas, entre as quais se inclui a constituição de um complexo sistema de afinidades e diferenças, autônomas ou mesmo emprestadas de outros espaços sociais. Esse sistema, denominado de clubismo, existe também em outros esportes, e mesmo para além deles, pois os clubes (no sentido de agremiações) são formas de organização social que não só antecederam como impulsionaram a disseminação dos esportes modernos (Hobsbawm. 1984). Todavia, nenhum outro clubismo é tão disseminado em escala planetária quanto o futebolístico.⁷ O clubismo

futebolístico é um sistema que dá suporte à produção e circulação de emoções a partir da adesão do indivíduo (torcedor) a uma dada agremiação (clube de futebol, mas poderia ser também de beisebol, rugby ou basquete)⁸. A adesão tal como se observa no Brasil e em muitos outros países ocidentais, tem como uma de suas peculiaridades o fato de ser única e imutável, ao inverso da tendência dos vínculos sociais modernos – mutáveis, fragmentados, temporários, utilitários, etc.

Tal vínculo clubístico é, em última instância, uma identidade social, razão pela qual tenho denominado-o de pertencimento, e tratado como a força motriz do futebol voltado ao espetáculo⁹. O pertencimento é herdado, salvo raras exceções, da parentela masculina consangüínea (avô, pai, irmão, tio, primo, etc.), ou de amigos tão próximos que, do ponto de vista afetivo, são significados como parte da família – razão pela qual os clubes são “do coração”, dizem os torcedores, e os dísticos fixados às camisetas de modo possam ser ostentados do lado esquerdo peito, *topos* corporal das emoções. Aquele que herda um pertencimento, à maneira de uma máscara, passa a compor uma dada comunidade afetiva que tem como referência um clube. Passamos, assim, de indivíduo à pessoa, pois já não importa, para o clubismo, as idiosincrasias, mas o personagem que o sujeito representa nesse universo.¹⁰

1.2. O CLUBISMO E O NACIONALISMO

Além de ser uma entidade política-administrativa, incumbida de gestar um time que a representa e a memória de si, um agremiação futebolística é, fundamentalmente, um símbolo que condensa os sentimentos de uma extensa comunidade de pertença, à maneira como certos animais ou plantas – chamados de totens - representam divisões grupais em muitas sociedades ditas primitivas. A maneira como os totens são pensados nas sociedades tradicionais não difere, substancialmente, da maneira como lidamos com símbolos que representam partidos, clubes, nações e tantas outras comunidades de pertença. Foi Durkheim (2003[1912]) quem abriu caminho para a compreensão do totemismo nesta direção, até então tratado como um resquício do pensamento pré-lógico. Ele o fez pensando na maneira como os franceses cultuavam os símbolos da Revolução Francesa, em nada diversa do tratamento dado aos animais totêmicos pelos nativos australianos. Dizer que os worimis, os franceses e, digamos, os flamenguistas (torcedores do Flamengo), convergem no que concerne à sacralidade dos símbolos que

representam suas comunidades, e todas as glórias e desapontamentos que lhes dizem respeito, é uma obviedade a esta altura.

Faz algum tempo que a idéia de nação vem sendo empregada no futebol, tanto em sentido ético quanto êmico. No primeiro caso, incorporou-se a definição de Anderson (1989), de nação como comunidade de sentimento imaginada, ela mesma uma atualização da clássica definição weberiana (nação como comunidade de sentimento que tende a constituir um Estado (Weber. 1974)¹¹. No segundo caso, é bem mais difícil de precisar como foi que os torcedores passaram a se pensar como nação, fazendo, inclusive, uso ostensivo do termo no presente.¹² Parece evidente que nação é um termo mais condizente com a realidade atual do que a noção de família, usada nos primórdios do clubismo, quando apenas os associados freqüentavam os clubes; ou mesmo galera, que designa agrupamentos juvenis de menor escala, dentro e fora do espectro futebolístico. Como os termos que definem as coletividades não são escolhidos ao acaso, sobretudo quando se prestam a auto-classificações, impõe-se pensar nas homologias, reais e imaginárias, entre a nação-Estado e a nação-Clube de futebol.

Na medida em que a formação das nações-Estado modernas data da baixa Idade Média (Elias. 1993; Genet. 1997), e a invenção dos esportes na forma como os conhecemos ocorreu a partir da segunda metade do século XIX, está claro que foram os clubes esportivos quem se espelharam no aparato logístico e simbólico dos estados, e não o inverso. No Brasil e em quase todos os países ocidentais, a organização esportiva é um poder delegado pelo Estado, razão pela qual agências privadas como a FIFA, a CBF e suas subsidiárias, confundem-se com as agências governamentais – sem contar que em dados períodos, como durante a ditadura brasileira, os militares encamparam a então CBD (hoje CBF). De outra parte, a disseminação dos esportes e, particularmente, a do futebol, não se deu à revelia do suporte estatal, nem da noite para o dia. O trânsito intenso de dirigentes esportivos pelos interstícios do Estado - seja do aparato administrativo, legislativo ou judiciário -, fez migrar não apenas as “mentalidades de gestão”, com suas peculiaridades, como a patronagem, mas também muitas representações acerca da nação. Finalmente, parece razoável crer que uma instituição englobante como o Estado, concentrador de diferentes capitais, reproduza-se, ao menos em parte, em outras instituições sociais, com tanto mais propriedade quanto mais uso fizer delas, e este é o caso do futebol de espetáculo.¹³

Também os clubes de futebol concentram diferentes capitais, reconvertendo-os estrategicamente. Embora nenhum capital seja mais importante do que o afetivo, pois para constituir uma comunidade de pertença são necessárias mais do que uma geração de torcedores, o desempenho do time e, por extensão, o prestígio dos torcedores em relação a outras comunidades, está na ordem do dia. Um clube de futebol é representação, no sentido totêmico, mas também é uma instituição política e administrativa, possuindo uma dimensão concreta – sede, centro de treinamento, estádio, etc. Uma de suas incumbências, para a qual toda a coletividade é mobilizada (para converter o amor ao clube em dinheiro), mas que compete particularmente aos dirigentes, é organizar um time. Vestido com as cores do clube, o time bate-se contra outros, simulando um confronto entre exércitos nacionais.

Uma vez existindo um sistema ordenado de disputas, não temos apenas jogos entre equipes, como nas peladas, mas jogos entre clubes e, portanto, o enfrentamento simbólico das respectivas comunidades afetivas. Como estas são identificadas com certas categorias sociais, pinçadas aqui e ali ao longo da história do clube, o clubismo adquire não apenas conteúdo, senão que estabelece intersecções do campo esportivo com outros campos, tramando os pertencimentos futebolísticos às identidades de classe social, raça, cidade, região, religião, nação e assim por diante. As narrativas que dão suporte às tramas identitárias são constituídas com boa dose de liberdade em relação aos eventos históricos, como já foi dito anteriormente. Por isso mesmo, não convém à antropologia ou a qualquer outra disciplina apontar as incoerências e inconsistências dessas narrativas, antes perguntar pela função semântica que elas cumprem neste contexto. Nenhum banqueiro estará impedido de torcer por um clube dito “do povo”, da mesma forma que o bancário haverá de encontrar uma boa razão que justifique sua adesão caso ela seja por um clube tido como “de elite”.

Os jogos são ocasiões especiais para dramatizar o pertencimento, manifestando-o publicamente. Quanto mais intensa for a identificação do indivíduo com o clube, mais vulnerável ele será às oscilações da equipe. Dentre todas as derrotas possíveis, a pior é aquela imposta pelo clube rival, cada clube tendo um ou mais rivais preferenciais. As rivalidades são essenciais à dinâmica das emoções, e tendem a ser mais antigas e estruturadas lá onde os clubes envolvidos conseguiram mobilizar, para o espectro do

clubismo, as categorias sociais tidas como conflituosas no espectro mais amplo da sociedade - na Irlanda são categorias religiosas, no Brasil são, sobretudo, de raça, classe social e região. Daí porque alguns espetáculos são mais interessantes do que outros, independente das performances. Nada mais equívoco, portanto, do que pensar nos estádios como espaços nos quais são manifestas as pulsões irracionaisidade – “o instinto animal que habita o homem”, como supõe as mais frágeis suposições psicologizantes. Estádios são locais onde se pode observar emoções intensas, mas os cânticos, xingamentos, afetos, risos e lágrimas que se pode notar nas arquibancadas têm um sentido . Ou melhor: são manifestações prenes de significado, que dizem respeito às idiosincrasias do sujeito que as enuncia e também sobre as formas específicas de sensibilidade forjadas no espectro do futebol de espetáculo.

De modo mais resumido do que seria conveniente, explicitarei a maneira como o clubismo articula os clubes num sistema de disputas, tramando muito mais do que emoções futebolísticas. Resta esclarecer as razões pelas quais os torcedores sentem-se comprometidos com seus clubes, por vezes à revelia da performance do time, e as conseqüências desta particularidade. Afinal, como afirma Lévi-Strauss, “os homens não agem, enquanto membros de um grupo, de acordo com aquilo que cada um sente como indivíduo: cada homem sente em função da maneira pela qual lhe é permitido ou prescrito comportar-se” (1975:76).¹⁴

A adesão a um clube, uma vez empenhada, é tida como definitiva – “eterna”, no vernáculo êmico. Ela tem o mesmo estatuto dos vínculos de sangue, tidos na nossa cultura como indissolúveis. A hipótese mais provável é que tal peculiaridade esteja relacionada com a tendência, apontada anteriormente, do “clube do coração” ser uma escolha tutoriada pela parentela masculina consangüínea – pai, avô, tio, irmão, primo, etc. (Damo. 2005). A qualquer torcedor é dado direito de admoestar os jogadores, xingar o técnico, insurgir-se contra os dirigentes, mas atentar contra o clube é motivo de repreensão generalizada. Exemplos não faltam, mundo afora, em que os torcedores cantam o hino do clube enquanto este, representado por um time desastrado, é guindado às divisões menores. O “rebaixamento”, cuja cosmologia remete os torcedores ao “inferno” – ao menos nos casos, como o brasileiro, em que a cultura cristã é amplamente difundida –, não é motivo para abandonar o clube, antes uma ocasião na qual os “verdadeiros” seguidores dão mostras de sua lealdade.

O clube é uma entidade sagrada: por representar a coletividade; por ser o elo temporal entre passado, presente e futuro; por espelhar pertencimentos extra-futebolísticos e, sobretudo, por ser uma projeção, no indivíduo, dos afetos familiares. O clubismo sela a unidade da parentela masculina, solidária no êxito e no fracasso.¹⁵ O sofrimento é imanente à trajetória de qualquer torcedor dito fanático, pois ele se sente preso ao clube e, como tal, ao time que o representa, arcando com o bônus das vitórias e com o ônus das derrotas. E o que pode ser mais marcante do ponto de vista dos afetos do que partilhar o sofrimento?¹⁶ Latentes na maior parte do tempo, os afetos são manifestos em ocasiões rituais, sobretudo nos estádios. E o que é mais importante: os torcedores experimentam, nessas ocasiões, verdadeiros dramas pessoais, sendo dragados pela tensão e pela expectativa do jogo. Não é, certamente, apenas a performance técnica dos jogadores que suscita a tensão, por vezes uma espécie de transe, mas as emoções primordiais drenadas para o pertencimento clubístico.

Noutro plano, o pertencimento que amálgama os torcedores aos clubes, é responsável pela ordenação das trocas jocosas, e assim o clubismo adquire estabilidade. Não é dado a um torcedor ser flamenguista, quando o Flamengo ganha, e não sê-lo, quando ele perde. Quem flutua é chamado de “vira-casaca”, “oportunista” e “cínico”, não sendo levado a sério pelos outros torcedores. O clubismo brasileiro foi sendo consolidado ao longo de quase um século, existindo, inicialmente, no âmbito das cidades, depois dos estados e agora nacionalmente. Não por acaso a maior parte dos totens com representatividade nacional – aqueles que detém a preferência dos torcedores, um grupo seleto de duas dezenas, aproximadamente – são clubes centenários.

Cada clube tem, pois, seu rival preferencial. Como pares contrários, reproduzem a estrutura disjuntiva do jogo – um confronto em que há vencedor e perdedor. E a sociabilidade, fora do espaço-tempo dos jogos, também segue de perto esta estrutura, de modo que os torcedores rivais se comunicam por meio de anedotas, chistes e gozações de toda a espécie, preferencialmente de conteúdo ambivalente, com notação sexual. Os jogos põem as jocosidades em movimento, cumprindo uma função triplamente estratégica a este respeito: a) de promover a solidariedade entre torcedores de um mesmo clube, reforçando as identidades; b) de estimular o conflito entre rivais, acentuando as diferenças; c) de promover as trocas entre aliados e rivais, pois sob o

prisma sentimental as experiências são comensuráveis e, por extensão, comunicáveis. O que se troca, no espectro do clubismo, são basicamente hostilidades, uma espécie de moeda comum, que se recebe quando o time perde e se retribui quanto ele vence, indefinidamente. Como isto é tido como regra, que só não cumpre quem é pobre de espírito, o clubismo se torna um potente sistema de comunicação transversal, rompendo barreiras de credo, classe, raça, status, gênero e assim por diante. Está explicitada, portanto, a razão pela qual o futebol aproxima o porteiro do condômino, mas também porque a violência física não é estranha num contexto em que a violência simbólica tem limites elásticos.

O interesse pelos espetáculos futebolísticos, como se pode notar nesta breve resenha sobre o clubismo, não é aleatório, nem é dado apenas pela dinâmica do jogo, facilidade de compreensão das regras, alienação, influência da publicidade e outras explicações do gênero. Há mais nexos do futebol com a cultura do que os leigos supõem, e tais nexos talvez sejam mais reveladores do que imaginamos, sobretudo em se tratando das sensibilidades masculinas. O que foi dito até aqui, sobre o poder estruturante do clubismo, especialmente no que concerne aos afetos, será valioso para a compreensão da segunda parte do texto. Antes que me contestem com casos concretos que, supostamente, desmentem o que venho afirmando, gostaria de lembrá-los de que as práticas jamais correspondem às estruturas. As prescrições orientam, de qualquer modo, as performances, não havendo, pois, contradição entre elas, mas antes complementaridade. A maneira como cada torcedor vivencia as experiências futebolísticas variam segundo uma infinidade de fatores. Esforcei-me para fazer crer que o clubismo, e suas especificidades, é um deles.

1.3. A SELEÇÃO COMO SÍMBOLO LAICO DA NAÇÃO

As copas do mundo são disputadas por equipes que representam comunidades nacionais, associadas a Estados modernos ao invés de clubes. As regras do jogo são as mesmas, a forma de organização das disputas muito parecidas e os profissionais conhecidos dos torcedores. Todavia, no lugar do clubismo temos o nacionalismo; em vez de adesão por sedução e coação parental, temos adesão por nascimento (também ela uma marca arbitrária aplicada aos indivíduos; e indissolúvel, segundo o Estado); a intensidade das hostilidades diminui, pois os adversários estão distantes e, quase

sempre, falam outro idioma; em lugar de um público preponderantemente masculino e seu vocabulário agressivo, prevalece a harmonia e a descontração. Nas copas é a nação-Estado que está em campo, daí porque as mulheres e as crianças são integradas às discussões, aos ritos, às festividades. Muda o público, mudam os referenciais e, sendo assim, encontramos-nos diante de outro sistema simbólico a servir como referência.

A nação, “esta imaginária comunidade de milhões, parece mais real na forma de um time de onze pessoas com nome” (Hobsbawm. 1990:171). O que faz um time ser convincente enquanto representação passa pelo fato de que ele é um agregado humano que se bate contra outro e, ao final, perde ou ganha. Ganhar e perder equivale, em termos esportivos, a matar e morrer simbolicamente, de modo que os times com as cores da nação simulam uma guerra. O Brasil pode ser deficitário em quase tudo, quando comparado aos EUA, por exemplo, mas se o time de futebol representando os brasileiros perder para os norte-americanos, será motivo para os brasileiros achincalharem o técnico e os jogadores. Sob este aspecto, um time de futebol não se diferencia, enquanto entidade significativa, de outros tantos elementos que podem ser tomados para tal fim de modo mais ou menos arbitrário, como é o caso de um cântico que se transforma em hino, de um pano colorido que se faz bandeira, de um animal que se torna totem e assim por diante. Outra coisa, porém, é a maneira como esse poder simbólico é investido. Isso compreende um espectro amplo de estratégias visando, basicamente, tornar a “coisa” reconhecível, como portadora de certos signos com os quais “as pessoas” deverão se identificar.

O processo de investimento da nação no time de futebol possui dupla face e pressupõe, entre outras coisas, um trabalho de mediação entre os brasileiros e os jogadores, comissão técnica, dirigentes, enfim, ao conjunto dos que integram “a seleção”. É preciso fazer crer à comunidade de sentimento que aquele time representa-a, bem ou mal, e isso implica um jogo de sedução. Os times de futebol foram, no seu conjunto, investidos desse poder simbólico ao longo de mais de um século e, em razão disso, os mediadores especializados encontram, no presente, uma base considerável de investimentos já realizados, ao menos em países como o Brasil, a Argentina, a Itália, a Inglaterra e tantos outros. Uma coisa é mobilizar os brasileiros para uma copa do mundo de futebol, onde o clubismo tem raízes, outra coisa é seduzir os norte-americanos, embora em ambos os casos temos times de onze vestindo as cores das respectivas bandeiras.

No trabalho de mediação (de afetação e sedução, para ser preciso), concorrem, no presente, além da mídia esportiva especializada, as agências de publicidade, em parceria com grifes locais ou transnacionais, e a própria FIFA. Tais agências beneficiam-se de um longo investimento que, em outras épocas, foi patrocinado pelo próprio Estado, por intermédio de suas agências de propaganda. Muito do sucesso das copas deve-se aos investimentos simbólicos realizados no período entre as duas grandes guerras do século XX, no qual o futebol de espetáculo foi estrategicamente usado como meio de propaganda totalitária. Não obstante essa apropriação inegável que deu significativo impulso ao futebol em alguns países, incluindo-se o Brasil, não se pode reduzi-lo a um dispositivo ao alcance dos ditadores. Em artigo recente, sobre a Copa de 1978, realizada na Argentina, num período de intensa repressão, Archetti (2003) mostra a ambigüidade em torno do significado dessa conquista, bem como das controvérsias na ocasião¹⁷.

Seja como for, a imbricação entre o time organizado pela CBF e a nação brasileira, é algo que, no Brasil, está naturalizado, de tão convincente que foram os mediadores do passado e o são os do presente.¹⁸ Há também um de proselitismo laico, desencadeado pelos próprios torcedores, um processo de socialização das gerações mais jovens e dos segmentos menos susceptíveis às coisas do futebol. Igualmente importante são as performance das equipes que representam o Brasil. Ter participado de todas as 17 edições de copas do mundo, chegando a 7 finais e vencido-as em 5 ocasiões, não é algo desprezível. Trata-se de uma reputação invejável do ponto de vista futebolístico, e não são raros os que consideram-na como a afirmação mais eloqüente do Brasil em escala transnacional.

Desde os anos 30, talvez, a seleção brasileira é aclamada por praticar o futebol-arte, ou por não praticá-lo, desvirtuando ou reencontrando suas origens, como sugerem os cronistas. Já se escreveu bastante sobre este assunto, razão pela qual não deverei me alongar¹⁹. De qualquer modo, uma análise da visão dos periódicos parisienses - L'Auto, Paris-Soir e Le Petit Parisien, os três de maior tiragem à época - acerca da campanha brasileira na Copa de 1938, mais ou menos quando o mito do futebol-arte foi inventado, mostra que o predicado artístico era empregado com certa ambigüidade. Por um lado, os brasileiros foram caracterizados como uma espécie de representantes da *art noir* (tão ao gosto dos surrealistas), sendo elogiados pela técnica individual, pelos malabarismos e

pelo desdém com o resultado. Por outro lado, foram tripudiados pelo atraso em relação à concepção do que seria o futebol; tratados como indolentes, indisciplinados, incapazes de atuar coletivamente, tendo dificuldade de discernir as táticas do adversário e assim por diante. O atraso devia-se, segundo os cronistas, aos “trópicos”, à “selva”, à “liberalidade dos costumes” e outros eufemismos que, nozes fora, atribuíam aos brasileiros – Leônidas, sobretudo – um estatuto exótico, para não dizer selvagem. À Itália, bi-campeã, constavam apenas elogios; estavam no topo, com seu futebol metódico, objetivo, coletivo e disciplinado; uma série de atributos modernos, por certo, mas muito próximos também da caserna - compreensível para a época.

Além de possibilitar à nação uma auto-imagem positiva, quando há tantos motivos para lembrarmos do Brasil em perspectiva inversa, a imaginária pátria de chuteiras concretiza um país idealizado: um “gigante desperto”, por oposição ao “gigante adormecido”, slogan de grande apelo popular repetido há tempos. A performance do time verde e amarelo não espelha, pois, o Brasil, mas deforma-o, quase sempre para melhor. Como o futebol brasileiro é identificado, não por acaso e sim porque é investido, com os segmentos dominados, seu poder simbólico de rendição é potencializado, seduzindo desde os excluídos até parte da intelectualidade. Todavia, não somos os únicos que paramos para ver a seleção na copa, razão pela qual urge retomar a questão de como a FIFA contribui para tal.

2) A MÃO INVISÍVEL DA FIFA

Se fosse permitido que o rentável mercado de atletas, desenvolvido paralelamente ao clubismo, se estendesse para o âmbito das seleções nacionais, tudo indica que as copas perderiam seu interesse. Ou por outra, teriam se ser reinventadas, ao menos do ponto de vista simbólico. Se os jogadores são acusados de mercenários por venderem sua força de trabalho aqui e ali, conforme a conveniência, e são freqüentes as suspeitas em torno da índole daqueles que servem à seleção, imaginem o que aconteceria caso a FIFA liberasse a circulação de jogadores por ocasião das copas. Não seria apenas o princípio do fim da hegemonia brasileira, senão que haveria o risco de esvaziamento da audiência internacional. A mentalidade nacionalista tolera mal um exército de mercenários, o que faz crer que pertencimentos por laços de sangue e local de nascimento ainda são referências importantes, em plena pós-modernidade.

2.1. E SE AS COPAS NÃO TIVESSEM APELO NACIONALISTA?

Quando se olha para as estratégias de gestão das copas – escolha do país sede, distribuição das vagas por continentes, calendário, fórmula de disputa, premiações e punições, entre outras - fica evidente que existe alguém planejando o megaevento, do contrário seria o caos. Na verdade, são várias centenas de pessoas e dezenas de empresas, contratadas direta ou indiretamente pela FIFA, arquiteta principal. No entanto, quando se olha para as copas do ponto de vista das emoções, reagimos mal à idéia de que possa existir qualquer modalidade de controle. Acreditamos, deliberadamente ou não, que existe uma espécie de “mão invisível”, à maneira de Adam Smith, respondendo pela ordenação do agregado simbólico que dá sentido e, portanto, sustenta as copas como espetáculos. Não direi, em perspectiva contrária, que existe uma estratégia maquiavélica agindo às escuras, pois seria ressuscitar a idéia de que o futebol é o ópio do povo. Não convém, pois, exagerar o papel da FIFA. Muito menos sustentar que o agregado ao qual tenho me referido seja ordenado de maneira tal que não comporte certa margem de manobra – em se tratando de sistemas simbólicos, ignorar esta possibilidade seria um equívoco grotesco.

A conjectura principal é de que existe um sentido hegemônico no que concerne à maneira como o público adere às copas, sendo tal hegemonia construída por agentes e agências ao longo do processo de espetacularização do futebol, no qual as copas ocupam uma posição destacada. Daqui por diante evidenciarei a maneira como a FIFA interfere na reprodução desse sentido hegemônico, caracterizado pela percepção das copas como conflitos miméticos, portanto inofensivos, entre nações-Estado. São necessárias muitas mãos invisíveis para tornar as copas significativas em escala global, mas uma delas, talvez a mais importante, é sem dúvida da FIFA.

Com a gestão estratégica, sobretudo no que concerne à publicidade, as copas dissociaram-se do Estado, uma marca das primeiras edições, no período do entre-guerras, e também de eventos posteriores, como foi o caso de 1978, na Argentina. Sociedades democráticas não toleram a apropriação, por parte do Estado e, particularmente, de seus governantes, dos símbolos laicos da nação, como é o caso da

seleção. A FIFA, que viu as copas crescer em importância no pós-guerra e, particularmente, com as transmissões em tempo real, deu-se conta de que a promiscuidade com os governantes era inconveniente. Todavia, desvincular-se do Estado é algo diverso de romper com a nação, pois isso representaria a desgraça das copas. Como poderiam sobreviver as copas sem o nacionalismo operando como suporte a suscitar a adesão massiva do público? Que outro sistema simbólico poderia ser usado pelas copas com tamanho sucesso?

Pensemos na hipótese remota, de que no futuro as fronteiras nacionais sejam abolidas, de tal modo que nascer e crescer no Brasil ou na Argentina seja indiferente. Nesse cenário improvável, o confronto entre a seleção brasileira e a argentina perderia parte do interesse, pois teria esvaziada sua fonte de poder simbólico. O mesmo aconteceria com as copas, cabendo à FIFA reinventá-las, a partir de seleções representando religiões, línguas, empresas, marcas (de cigarro, bebida, material esportivo, etc.) ou outras entidades transnacionais.

No presente, nada há de mais lucrativo do que a manipulação dos códigos nacionais. Para tanto, é imprescindível encobrir os interesses propriamente econômicos, seja dos dirigentes, agentes/empresários, jogadores e mesmo dos patrocinadores. Se isto não ocorresse, a copa pareceria uma disputa como outra qualquer; uma competição entre empresas capitalistas, por exemplo. A *illusio* esportiva precisa fazer ver e fazer crer que os esportes são outra coisa, se possível a negação da razão instrumental, dos interesses egoístas. Como dito anteriormente, é preciso dotar as copas de um adorno amadorístico, impregná-la de romantismo e emoção, pois é nesta perspectiva que os torcedores estão propensos a assimilá-la.

A FIFA não tem como forjar a identificação dos argentinos com a seleção brasileira, por exemplo, pois tal confronto está investido de representações de longa data, em grande parte alheias ao futebol. Todavia, ela tem como facilitar ou dificultar a verossimilhança entre a nação e a equipe que a representa. Imaginem, então, que o critério de nacionalidade, exigido pela FIFA dos jogadores atualmente, fosse abolido – isto não é absurdo, pois são admitidos estrangeiros nas comissões técnicas. Quem duvidaria das possibilidades da Arábia Saudita vir a ser campeã mundial já na próxima copa? Digamos que o magnata russo Roman Abramovich, controlador do Chelsea (Inglaterra),

decidisse, por um capricho egoísta, investir também na seleção de seu país. A Rússia não seria apontada como favorita? Que tal uma final de copa entre Arábia Saudita e Rússia, com Kaká, Cristiano Ronaldo, Eto'o e Messi em campo? Quem duvidaria da qualidade técnica do espetáculo? Mas teria ele bilhões de expectadores?

Alguém pode sugerir que, de certa forma, o futebol já está tomado pelos grandes investidores, como é o caso da Nike e da Addidas, que reproduzem, comercialmente, as disputas futebolísticas, investindo estrategicamente em clubes rivais – Barcelona, Milan e Brasil: Nike; Real Madrid, Internazionale e Argentina: Addidas. Não obstante, a FIFA tem dificuldade de organizar um campeonato mundial de clubes nos moldes da copa do mundo, e não é por razões logísticas. O que está na base do (in)sucesso é o estatuto simbólico de uma competição dessa natureza, pois ela mobiliza o clubismo, menos potente em apelo publicitário (pois agrega menos público) do que o nacionalismo.

É preciso mostrar, na seqüência, como o mercado de atletas é tido como familiar no espectro do clubismo, mas seria estranho ao nacionalismo. O que a FIFA faz é aperfeiçoar o primeiro, garantindo a vigência de certos preceitos morais típicos do capitalismo moderno: restrição aos *outsiders* (daí porque é preciso vigiar a atuação dos agentes/empresários); o respeito aos acordos legais (é o caso das punições aos maus pagadores); e preocupação com a perpetuação do mercado (razão pela qual instituiu-se uma indenização aos clubes formadores, disciplinando o “rpto” de atletas).

2.2. O QUE O DUPLO ESTATUTO DOS PÉS-DE-OBRA TEM A VER COM AS COPAS

A gestão do estatuto dos atletas é um bom começo para entender como opera a mão invisível da FIFA. Diferentemente de outras pessoas, os jogadores de futebol vendem não apenas sua força de trabalho, senão que eles próprios são comprados e vendidos, como mercadorias. Eles podem ser muito apreciáveis ou não. Seus preços variam, não apenas pela relação entre a oferta e a demanda convencionais, mas por uma lógica especulativa, como no mercado de ações futuras. Jogadores jovens, sobretudo, são pensados pelo mercado clubístico como uma espécie de *commodities* futebolísticas, produzidas preferencialmente em países periféricos – onde a oferta de talento é maior e

os custos de formação menores - e cotadas segundo as leis específicas desse mercado, que concentra na Europa os principais pregões de negócios.

A conversão de pessoa em coisa é um processo ao qual são sujeitos todos os futebolistas, pela razão simples de que existe um mercado de compra e venda bem estruturado, com fluxos preferenciais, como é o caso dos craques brasileiros em direção à Europa e dos jogadores menos prestigiados para outras partes do mundo.²⁰ Na composição do preço constam atributos diversificados, associados à expectativa de performance propriamente futebolística, mas também à idade, à nacionalidade, ao comportamento extra-campo, ao clube que detém o vínculo, ao agente/empresário que o negocia, entre outros.

O mercado de pés-de-obra não é visto como incompatível com o que quer que seja, do contrário não seria legalmente consentido, nem os torcedores passariam boa parte de seu tempo imaginando a compra e a venda de atletas para seus clubes. Em configurações sociais, culturais e históricas distintas, há variações em relação ao entendimento do status de determinadas classes de pessoas, de tal modo que alguns grupos humanos possam vir a ser tratados como mercadorias - como os diferentes grupos de escravos. A questão um tanto paradoxal vem do fato de que há consentimento legal e moral em relação à compra e venda de pés-de-obra, e se proíbe o tráfico de bebês, o comércio de órgãos e de sêmen, entre outros. Como a mercadorização de uma classe específica de pessoas, que por certo não é a única, naturalizou-se a tal ponto de não mais causar estranhamento? Qual a relação que se poderia estabelecer entre a mercadorização dos futebolistas e o fato deles serem, em sua maioria, recrutados entre os segmentos populares e, particularmente, no caso do Brasil, entre os afrodescendentes?

A mercadorização é parte importante no processo de emergência e consolidação da própria profissão, tendo o duplo estatuto de pessoa e coisa tornado-se um traço diacrítico da identidade social dos jogadores. A naturalização do preço, encoberta pelo eufemismo “passe” até poucos dias, e agora pelo termo “direitos federativos” (atualizado pelas recentes mudanças de legislação), compreende um processo com ao menos três etapas distintas, salvaguardadas as variações locais: a) a emergência de prêmios como estratégia de recrutamento dos proletários pelos clubes da elite; b) a especialização progressiva dos futebolistas e a cobiça pelos seus capitais, advindas com

a consolidação de um mercado laboral marcado pelo distanciamento entre profissionais e amadores; c) a mercadorização do passe (direitos federativos) em escala local e global, vigiada pelas legislações trabalhistas dos Estados nacionais e administrada pela FIFA e suas subsidiárias. Dois ou três parágrafos sobre cada qual desses cenários será de grande utilidade para os argumentos finais.

A remuneração no futebol tem início tão logo os clubes da elite passaram a recrutar adeptos para além das fronteiras de classe, ainda no século XIX, no caso da Inglaterra. Esses clubes, essenciais na propagação do *habitus* esportivo, atribuíam, de início, caráter formativo às práticas esportivas, razão pela qual deram prosseguimento ao disciplinamento da violência e esforçaram-se por fazer respeitar as regras, processo iniciado nas Public Schools antes da primeira metade do século XIX. Isto acarretou na afirmação de valores, como a noção de fair-play, e de instituições, como a Internacional Board, mais antiga do que a FIFA, e responsável pela gestão das regras do *football association*. Porém, a prática do futebol como *Bildung*, compatível com aos valores e estilos de vida burgueses, não foi a única via de disseminação.

Na Inglaterra, e em tantos outros países, o futebol se difundiu em circuitos sociais diferentes, de tal maneira que um industrial poderia incentivar a prática entre os operários, com a expectativa de ocupar-lhes o tempo livre, e ele próprio ser um esportista, desde que praticando com seus iguais, como é a tendência ainda hoje. Em breve as redes paralelas se cruzariam, resultando no conflito conhecido como amadorismo versus profissionalismo. De um lado, a elite preocupada em manter-se afastada das classes trabalhadoras; de outro, aqueles que, por rivalidade ou por serem mais seguros de seus status, estavam propensos à aproximação, recrutando operários bons de bola. Os clubes que desejavam manter o exclusivismo trataram de instituir procedimentos para afastar os proletários, promovendo viagens prolongadas, jogos em dias úteis e outras estratégias convencionais – no Rio de Janeiro, por exemplo, tornou-se obrigatória a assinatura da súmula em público, gerando constrangimento aos semi-analfabetos; ou seja, à quase totalidade dos atletas proletários.

Os clubes que possuíam trabalhadores entre seus quadros passaram a argumentar que era justo compensar-lhes enquanto estivessem ausentes da fábrica, e havia mecenas e público para bancar os custos.²¹ Os exclusivistas reagiam, não raro com sofismas, como

demonstram Dunning e Sheard (1992) para o contexto inglês. Alegavam que o dinheiro comprometeria a lisura do esporte, mas o que pretendiam, efetivamente, era manter intacta a aura de uma prática que haviam inventado, além de conservar o proletariado a certa distância, pelo menos no espaço de lazer (“sadio”, “seguro”, “fino”, “familiar”, como ainda se ouve dizer dos clubes de elite). A prática esportiva desinteressada, que caracteriza também a relação das elites com a arte e a educação, jamais teve adesão entre o proletariado. Perderia força até mesmo nos clubes burgueses na medida em que os confrontos passaram a despertar o interesse do público. Às classes altas restaram duas alternativas. A primeira foi permanecer praticando, nos circuitos amadores, mas à margem das disputas cobiçadas pelo público. Isso não era propriamente agradável, mas não havia risco de topar com clubes proletários. A segunda alternativa, que deu origem à espetacularização tal qual nós a conhecemos, foi passar da prática à gestão dos esportes populares. Esta opção dava aos jovens interessados em distinção a possibilidade de praticar esportes mais propícios para tal, como tênis, golfe e pólo, enquanto seguissem na administração dos esportes de massa.

A diáspora esportiva arrastou consigo o conflito entre amadorismo e profissionalismo, no Brasil e na Argentina, pelo menos. Tratava-se, de todo o modo, de uma luta inglória, pois apesar do exclusivismo dos clubes de elite, que se repetiu por aqui, foi impossível evitar que o futebol chegasse à periferia. A bricolagem, marca distintiva da cultura popular, reinventou o *football association*, criando condições reais (e não ideais) para praticá-lo, sobretudo em relação às regras e equipamentos. No Brasil, o conflito entre amadorismo e profissionalismo teve contornos raciais mais ou menos explícitos e generalizados. Em certas cidades, como Porto Alegre, os clubes da elite, do qual faziam parte o Grêmio e o Internacional, segregaram as agremiação que contassem com negros entre seus quadros. Os excluídos criaram ligas paralelas, como a Liga dos Canelas Pretas, e seguiram aprimorando suas performances.

A disputa entre amadorismo e profissionalismo teve peculiaridades locais, até porque não existia, à época, competições estaduais, quanto menos nacionais.²² Em linhas gerais, no entanto, a concessão de prêmios (com ou sem a alegação de que se tratava de compensação pelo tempo de não-trabalho), correspondeu à inserção progressiva dos populares e negros. Mercenários? Claro que não. Por que deveriam recusar os prêmios se tinham tratamento desigual nos clubes, como no Fluminense, que recomendava-lhes

evitar o portão principal, dos ilustres associados? Qual o problema em aceitar o dinheiro dos cartolas em troca do capital futebolístico? Salvo exceções, os jogadores egressos das camadas populares jamais viram a interdição do dinheiro como um problema moral nos esportes, mas como um capricho burguês. Por isso mesmo estavam dispostos ao recrutamento, tão logo a resistência contra eles fosse amainada. O Vasco da Gama, no Rio de Janeiro, e o Internacional, em Porto Alegre, são exemplo do uso estratégico dos negros, recrutando-os a baixo custo econômico (pois não havia competição por eles no mercado insipiente) e alto retorno futebolístico. Com negros nos times desbancaram a hegemonia de outras agremiações e, contribuíram, pouco importa se foi por linhas tortas, para decretar o fim do amadorismo marrom (ou falso amadorismo).

O profissionalismo seria adotado oficialmente nos anos 30 - em 1933 pelo eixo Rio-São Paulo; em 1937 por Grêmio e Internacional; e nos demais estados não antes dessa década. Como a espetacularização do futebol é muito desigual até mesmo nos dias atuais (basta pensar nas diferenças entre os clubes de São Paulo e do Acre, por exemplo), não convém prender-se a datações, velho resquício positivista que oblitera a compreensão da história social e cultural do esporte. O cenário subsequente à etapa mais intensa do conflito entre amadores e profissionais, corresponde à consolidação do clubismo e do *métier* de boleiro. Não menos importante é a institucionalização da remuneração e a expansão do futebol como espetáculo – construção de estádios de grande porte, ampla cobertura jornalística, especialização dos papéis (torcedor, atleta, dirigente e cronista), entre outros.

A consolidação do clubismo para além dos circuitos burgueses, e em moldes diversos daqueles inicialmente praticados, é ilustrativa desta etapa do processo. A adesão popular às instituições criadas e controladas pela elite, em torno das quais instituíram-se redes alargadas de pertencimento (os totens do presente), contrasta com a criteriosa seleção dos associados, típica do amadorismo. A generalização do interesse pelos espetáculos agregou renda aos clubes, permitindo o pagamento de salários e, por extensão, a exigência dos atletas em tempo integral. As tecnologias de treinamento, inicialmente importadas da caserna e mais tarde da academia, incrementaram o potencial físico e técnico (individual e coletivo) dos profissionais, cavando um fosso em relação aos praticantes de tempo livre - distância necessária para que as performances de arena sejam valorizadas pelos torcedores, boa parte deles peladeiros.

No período entre as duas grandes guerras a espetacularização do futebol, impulsionada pelos nacionalismos de Estado, avanço substancialmente, especialmente em relação a outros esportes. Diferentemente de Hitler, que optara pelo olimpismo - a Alemanha realizou participações discretas nas copas de 34 e de 38 -, Mussolini investiu no *calcio*, organizando e vencendo a Copa de 34, assim como a edição subsequente, realizada pela França.²³ A política fascista foi ao ponto de repatriar imigrantes e descendentes, sendo a Argentina o principal alvo; pois o futebol de espetáculo já havia sido consolidado e a imigração italiana era expressiva²⁴. Os clubes argentinos revidaram, contratando as vedetes brasileiras da época: Leônidas da Silva e Ademir da Guia, que de resto já haviam atuado no Uruguai. Essas transações eram insignificantes do ponto de vista quantitativo. Não representavam, sob este aspecto, uma ameaça ao futebol brasileiro, embora gerassem muitas especulações na insipiente crônica esportiva.

O alarido precipitou algumas das transformações em curso. Na prática, os prêmios em espécie eram correntes havia décadas, tolerados desde que não fossem escancarados. O “amadorismo marrom” - roto, manchado, borrado, etc. -, como era denominado o falso amadorismo (ou profissionalismo insipiente), irrompeu uma crise sem precedentes quando o Vasco da Gama descortinou o mecenato, formando um time imbatível em que os negros predominavam. Para jogar na liga principal era preciso comprovar emprego, o que não foi difícil aos dirigentes do clube lusitano, proprietários de muitas padarias e armarinhos. O Vasco venceu o campeonato de 1923, mas caçaram-lhe o título, por burlar as normas do amadorismo, e tiraram-no da liga, alegando que não possuía estádio próprio. Protelaram a crise, mas o Vasco construiu o maior estádio brasileiro da época, pondo por terra o argumento contrário a sua inclusão. A crise do amadorismo agravou-se no início dos anos 30 também porque os mecenas, geralmente ligados à aristocracia, como era o caso dos cafeicultores paulistas, entraram em decadência e não tiveram mais condições de bancar os clubes.

A entrada dos negros e dos populares em geral nos clubes de elite - até então freqüentados e comandados pela elite - não ocorreu sem que tivesse sido criada uma fronteira demarcando o status entre associados e atletas, recaindo sobre os mais prestigiados entre os primeiros a gestão política e administrativa dos clubes, como dito anteriormente. Esta segmentação gradativa e a estabilização dos papéis, com a

demarcação precisa das competências e status, redefiniu a sensibilidade estética dos torcedores e a ética dos novos profissionais e dirigentes. Com o clubismo consolidado e a cobrança de ingressos, não havia como restringir o acesso do público. Os jogadores representavam o clube, como antes, com a diferença de que agora recebiam para tal. Os torcedores se acharam, então, no direito de exigir vitórias, e de dizer o que bem lhes aprouvesse quando desapontados. Marcos Carneiro de Mendonça, *goalkiper* do Fluminense, achou pouco edificante o que ouvia atrás do gol e, como outros *sportmen*, abandonou o futebol (Pereira. 1996). Seus ouvidos não estavam preparados para ouvir desaforos, palavrões e xingamentos de toda a espécie, embora o repertório da época fosse menos diversificado do que no presente. Jogadores recrutados entre as classes trabalhadoras, em contrapartida, não tiveram problemas de adaptação, afinal o que ouviam das arquibancadas não constituía novidade.²⁵

A consolidação de um público para o futebol no Brasil, com a construção e/ou ampliação dos estádios, tornara o referido espetáculo rentável o suficiente para bancar os salários dos futebolistas. Criara-se um novo mercado laboral, ainda incipiente, por certo, mas bastante atraente para jovens das camadas populares, habituados ao uso da força física, resistentes a dor e aptos ao sacrifício exigido pelos torcedores. O resultado dessas transformações foi o incrementando da oferta e da demanda por *pés-de-obra* especializados, tornando a contra-prestação monetária um dispositivo concorrencial.

O acordo celebrado entre as ligas carioca e paulista, em 1933, seguiu um padrão internacional, prevendo o ressarcimento, entre os clubes, quando houvesse transferência de atletas. Tratou-se, pois, de um conluio entre os dirigentes, demarcando o novo estatuto para dos futebolistas: o de mercadorias. Assim como no Brasil, noutros países também houve a adoção dessa cláusula e desde então os futebolistas só puderam se transferir de uma agremiação à outra mediante consentimento ou ressarcimento do clube de origem. A alegação era evitar os conflitos entre clubes e achaques de dirigentes a jogadores. Na prática contribuiu para que os clubes evitassem o livre mercado laboral e, por extensão, a especulação por parte dos atletas. Sem as cláusulas rescisórias o aumento dos salários seria inevitável, o que era mau negócio para os dirigentes. Com a adoção do profissionalismo, a segregação social e racial foi amainada, mas os salários desses novos profissionais ficaram abaixo das expectativas, à exceção, como no

presente, dos pop stars. A legislação no presente é no entanto bem mais generosa com os atletas, sem dúvidas.

Este breve percurso em diacronia traça um esboço genérico de como surgiu a mercadorização dos atletas, embora não dê conta da complexidade. O “passe” – no caso brasileiro, foi oficializado nos termos da lei em 1976 - foi, na origem, uma prática social; um acordo de cavalheiros entre os dirigentes de clubes que a FIFA decidiu avalizar até os dias atuais. Os atletas tornaram-se uma mercadoria, pois a FIFA, detendo o monopólio do futebol profissional, inviabiliza-lhes a oferta de trabalho em outro mercado, além de regulamentar a compra e a venda, podendo afastar um clube de seu quadro de afiliados por descumprir acordos bilaterais (enquanto os atletas precisam recorrer a justiça trabalhista), o que na prática representa sua extinção futebolística. Do ponto de vista dos jogadores, portanto, ou aceita-se as normas da FIFA, ou abdicava-se de receber dividendos com a prática do futebol.

Os poderes da FIFA são mais nítidos no presente, pois o futebol tornou-se um bem simbólico com apreciável valor econômico. Este processo intensificou-se, internacionalmente, a partir do final da IIª Guerra, com a consolidação da FIFA e suas afiliadas na gestão política e econômica do futebol de espetáculo. Foram importantes, nesse período, as políticas expansionistas, em termos geográficos, com a realização de copas nos EUA (1994), na Ásia (Japão-Coréia. 2002) e na África do Sul (2010), e nos termos do capitalismo.

O que quer que seja dito a respeito é inegável que o êxito expansionista do futebol como espetáculo (refiro-me mais ao incremento mercadológico do que geográfico), reside, em boa medida, na força do clubismo, diferencial em relação a outros esportes, como o vôlei e o basquete, disseminados em muitos países, mas clubisticamente consolidados apenas em alguns - não é o caso do Brasil, à exceção, talvez, do Rio de Janeiro e de São Paulo. O clubismo, como venho afirmando à exaustão, depende da adesão dos torcedores e, particularmente, de uma adesão, visceral, razão pela qual ele possui, por definição, um forte componente amador, claramente herdado do romantismo do século XIX (Damo. 2005:83-8) . O pertencimento clubístico é o principal residual amadorístico do futebol do século XIX, e no entanto é sua mola propulsora, daí porque a importância dele nos negócios da FIFA.

A restrição à livre circulação de atletas ou, preferindo-se, a moralização do mercado laboral, impedindo que um futebolista defenda, simultaneamente, duas agremiações distintas, mas não impedindo que ele se transfira em circunstâncias específicas, o que inclui, quase sempre, uma contraprestação econômica rentável aos intermediários, é central para compreender a ação da mão invisível da FIFA. Em outros termos, a FIFA consente com a mercadorização dos atletas, o que gera, por si só, um mercado lucrativo (e suspeito, em certos casos). Não obstante, ela impõe, sutilmente, uma restrição a esse mercado fundada na ordem simbólica, correspondente à mesma ordem de valores que impede os torcedores de trocarem de clube: enquanto você pertence a alguém, não pode pertencer, simultaneamente, a ninguém mais. Traduzindo: um jogador não pode atuar por dois clubes ao mesmo tempo, exigindo-se dele dedicação exclusiva, sem exceções.

Esta norma, extraída do clubismo, é um arbitrário cultural que sustenta, como tenho argüido, um potente sistema simbólico a partir do qual as emoções são significadas. Ao adequar a circulação de atletas a tal norma, a FIFA preserva, inteligentemente, uma analogia entre o estatuto moral dos atletas e dos torcedores, senão vejamos. Os atletas são, segundo as definições correntes, aqueles que dispõem seu dom, algo herdado (da natureza ou da divindade, segundo representações êmicas) e que, uma vez aperfeiçoado, resulta num capital corporal apreciado e, como tal, remunerado e especulado. Em contrapartida, os torcedores são aqueles que herdaram, na origem, um pertencimento (da parentela consanguínea, na maioria das vezes) que os prende ao clube, interditando a circulação, justamente o inverso do que fazem os profissionais. Esta assimetria possui tamanho poder simbólico que são freqüentes os casos de torcedores brasileiros que aderem a clubes europeus para os quais se transferiram jogadores formados e identificados com seus clubes do coração.²⁶ Por isso mesmo, administrar a relação com a torcida é algo importante para os profissionais, e tão mais o será quanto mais eles circularem.

Os torcedores reagem com ambivalência ao mercado à liberdade de circulação dos atletas. Por vezes especulam a compra e a venda no mercado imaginário; noutras acusam os atletas de mercenários; e, como mostro em pormenores (Damo. 2007), exigem, sem exceção, que os clubes tenham sua própria fábrica de atletas (mercadorias), pois acreditam que assim é possível inculcar-lhe o pertencimento, sem contar que um ou outro pode ser capitalizado. O desejo dos torcedores de inculcar nos atletas os valores

que são seus é uma variante do etnocentrismo, pois o amor ao clube, permeado pelos laços afetivos que estão na origem, é próprio à maneira como os torcedores aderem ao clubismo. O que os torcedores não tolerariam, no quadro atual do clubismo, seria um jogador atuar por duas equipes simultaneamente, o que é comum em se tratando do mercado laboral. Afinal não se amam as empresas como os clubes; por vezes até são odiadas. O exclusivismo é, no presente, um valor atinente ao clubismo, antes de ser uma norma da FIFA. E se ele é um valor fulcral para o sucesso financeiro do empreendimento, a FIFA salvaguarda-o.

No caso das copas, no entanto, a FIFA precisa intervir de maneira a levar em conta não mais o clubismo, mas o nacionalismo. Se ela permitisse a mercadorização dos atletas no caso das seleções, isso provavelmente seria o fim das copas, ou elas se tornariam algo distinto do que são. No caso das copas a FIFA diz aos jogadores que se eles pertencem a alguém, não podem pertencer a mais ninguém. Um atleta, tendo atuado em jogos oficiais por uma seleção, fica interdito, indefinidamente, de integrar a equipe que representa outra nação. Atualiza-se, assim, um código próprio ao Estado-nação, que se não impede, ao menos restringe a concessão de cidadania a quem não é nativo. E o mais importante, talvez: os exércitos nacionais são forjados com recursos humanos recrutados, basicamente, entre os nativos - nem mesmo os mais neoliberais dos Estados privatizaram seus exércitos.

Num e noutro caso, as restrições impostas ao mercado de pés-de-obra conformam a maneira como circulam as emoções futebolísticas que, por seu turno, reforçam a verossimilhança com determinadas instituições modernas. Mais do que parecer verossímeis, os gestores do futebol de espetáculo estão atentos às possibilidades de lucrar economicamente com os nexos existentes entre sistemas simbólicos relativamente autônomos. Ou seja: devem saber dos riscos que implicaria a livre circulação de pés-de-obra, e calcular os danos representados, por exemplo, pela possibilidade de se estender às seleções nacionais a mesma lógica que preside o clubismo, permitindo que atletas sejam recrutados economicamente. Talvez isso venha a ser adotado no futuro, quando os exércitos forem completamente profissionalizados, mas por hora mantém-se o adorno amadorístico.

Investigar as fronteiras simbólicas não é um mero capricho antropológico. As fronteiras pelas quais transitam as imaginações e as paixões, como é o caso do nacionalismo e do

clubismo, são ainda mais importantes. Elas nem sempre são transparentes como seria de esperar, mas isto não nos impede de fazer algumas apostas interpretativas. Os argumentos aqui explicitados mostram não apenas a combinação das lógicas econômica e simbólica no espectro esportivo, mas como uma copa do mundo de futebol, principal evento do gênero, pode ser tomada como um dos produtos mais bem acabados que a cultura ocidental já produziu. Não apenas pela conversão de jogos em espetáculos de imagens, ao alcance de bilhões de telespectadores, mas por conter, em si mesma, uma espécie de utopia, que é a conversão de todas as formas de violência em violência simbólica, o residual genérico da estética esportiva segundo Norbert Elias. As copas são ritualizadas, prenes de dramatizações das identidades (nós) e das diferenças (outros). São ocasiões para celebrar a convivência entre as nações (discurso que a FIFA difunde e muitos crêem), mas também dão margem para se expressar, publicamente, o desejo de englobamento, morte e aniquilação dos outros. O que a mão invisível da FIFA faz é potencializar o poder simbólico das copas, tendo para tanto que preservar o englobamento da razão econômica pela razão simbólica.

Compreender as motivações das copas é, pois, restituir a capacidade de simbolização dos torcedores, independente de quem eles sejam. Há muito que avançar em relação ao simbolismo esportivo, à produção de emoções, às sensibilidades estéticas. Não se pode mais pensar que os esportes e, particularmente, os espetáculos, operem a partir do déficit de capitais dos agentes sociais. Os torcedores não são, como escreveu Bourdieu, “limites caricaturais do militante, dedicados a uma participação imaginária que não é mais do que a compreensão ilusória da despossessão em benefício dos experts” (1983:145). E não são caricaturas porque a participação imaginária não é necessariamente ilusória (no sentido de falsa), mas instituída, tendo uma dimensão real, pois nada pode ser mais real à imaginação do que o simbolismo. Tampouco os torcedores tem a ver com despossessão, por razões que a esta altura não se faz necessário repetir. Essas considerações, em sentido contrário a Bourdieu, não implicam num convite à prostração diante da TV durante a participação brasileira na próxima copa. Meu objetivo foi tentar mostrar como tal evento é uma edificação de primeira grandeza – um equivalente simbólico da Muralha da China - e de como ela tem seus artífices.

Espero ter logrado parte do êxito pretendido, não tirando de quem quer que seja o direito à *illusio* esportiva, mas despertando a curiosidade para a compreensão dos meandros sociais e culturais que fazem dos jogos de futebol espetáculos absorventes.

REFERENCIAS

- Alabarces, P. (2002). *Fútbol y Patria*. Buenos Aires: Prometeo libros.
- _____ (2004). "Tropicalismos y europeísmos: la narración de la diferencia entre Argentina y Brasil a través del fútbol". Exposição realizada na 24ª *Reunião da ABA*, Olinda (PE), 12 a 15 de junho de 2004.
- Anderson, B. (1989). *Nação e consciência nacional*. São Paulo: Ática.
- Antunes, F. (1994). "O futebol nas fábricas". In: *Revista USP*, nº 22.
- _____ (1996). "O futebol na Light & Power de São Paulo". In: *Pesquisa de Campo*, nº 3-4, p. 51-64.
- Archetti, E. (2003). "Argentina 1978 and after: Military nationalism, football essentialism, and moral ambivalence". Exposição realizada no *XXVII Encontro Anual da ANPOCS*, Caxambu (MG), 22 a 26 de outubro de 2003.
- Bourdieu, P. (1983). "Como é possível ser esportivo". In: *Questões de Sociologia*. Rio de Janeiro, Marco Zero, p.136-153.
- Bourdieu, P. (1980). *Le sens pratique*. Paris: Minuit.
- _____ (1990). "Programa para uma sociologia do esporte". In: *Coisas Ditas*. São Paulo: Brasiliense, p. 207-20.
- _____ (1999). *A Economia das Trocas Simbólicas*. 5ª ed. São Paulo: _____
- _____ (s/d). *O Poder Simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Bromberger, C. (s/d). "Les Practiques et les spectacles sportif au miroir de l' ethnologie *Intervention au congrès de la 3S*, Toulouse, 28, 29 et 30 octobre (conférence inaugurale) mimeo.
- Coimbra, D; Noronha, A. (1994). *A História dos Grenais*. Porto Alegre, Arte e Ofícios
- Damo, A. (2002). *Futebol e identidade Social*. Porto Alegre: Editora da Universidade (UFRGS)
- _____ (2005). *Do dom à profissão: uma etnografia do futebol de espetáculo a partir da formação de jogadores no Brasil e na França*. Tese de doutorado. Porto Alegre, UFRGS/PPGAS. <Disponível em: <http://www.biblioteca.ufrgs.br/Bibliotecadigital>>.
- _____ (2006). "O ethos capotalista e o espírito das copas". In: Gastaldo, E; Guedes, S. (Org.) *Nações em campo: Copa do Mundo e Identidade Nacional*. Niterói: Intertexto, p. 39-72

- _____ (2007). *Do dom à profissão – a formação de futebolistas no Brasil e na França*. São Paulo:HUCITEC.
- _____ (2009). “The training of football players in Brazil”. In: Cury, Martin. (Org.). *Football in Brazil*. Londres: Taylor & Francis [no prelo].
- Durkheim, E. (2003). *As formas elementares da vida religiosa*. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes.
- Dunning, E. & Sheard, K. (1992). “*La sepaaration dès deux Rugby*”. In: Actes de la Recherche em Sciences Sociales; número 79
- Elias, N. (1993). *O Processo Civilizador* (vol. 2). Rio de Janeiro: Zahar.
- Elias, N. & Dunning, E. (1992). *A busca da Excitação*. Lisboa, Difel.
- Faure, Jean-Michel & Suaud, C. (1994). “Un professionnalisme inachevé: Deux éwtats du champ du football professionnel en France, 1963-1993”. *Actes de la Recherche en sciences sociales*, nº 103, jun 1994
- .
- Frydenberg, J. (1997). “Prácticas y valores en el processo de popularización del fútbol, Buenos Aires 1900-1910”. In: *Entrepasados: Revista de História*. Ano VI, nº 12.
- Gastaldo, É. (2002). “Notas Etnográficas Sobre um País em Transe”. In: *Verso & .* São Leopoldo: Editora Unisinos, ano XVI, nº 34, p. 69-78.
- Geertz, C. (1989). *A Interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: Guanabara.
- Genet, Jean-Philippe. (1997). “La Genèse de l’État Moderne”. In: *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, nº 118, jun 1997.
- Guedes, S. (2000). “Malandros, caxias e estrangeiros no futebol: de heróis e anti-heróis” In: GOMES, Laura e DRUMMOND, José. *O Brasil não é para principiantes*. Rio de Janeiro: Editora FGV, p. 126-42.
- _____ (2002). “De Criollos e Capoeiras: notas sobre futebol e identidade nacional na Argentina e no Brasil”. Exposição realizada no *XXVI Encontro Anual da ANPOCS*, Caxambu (MG), 22 a 26 de outubro de 2002.
- Heinich, N. (2001). *La sociologie de l’art*. Paris : La Decouverte (Repères 328).
- Hobsbawm, E. (1984). “Introdução: a invenção das tradições e A Produção em Massa das Tradições: Europa 1879 a 1914”. In: Hobsbawm, E. & Ranger, T. *A Invenção das Tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- _____ (1990). *Nações e Nacionalismo desde 1780*. Rio de Janeiro, Paz e Terra.
- Leite L. José S.(1994). “A vitória do futebol que incorporou a *pelada*”. In: *Revista USP*, nº 22.

_____ (1999). "Les origines du jeu à la Brésilienne". In: HÉLAL, Henri e Mignon, P. (orgs). *Football, jeu et société*. Les cahiers de L'INSEP, n° 25, p. 65-84.

Lèvi-strauss, C. (1975). *Totemismo Hoje*. Petrópolis, Vozes.

Mascarenhas, Gilmar (2001). *A Bola nas Redes e o Enredo do Lugar: uma Geografia do Futebol e seu advento no Rio Grande do Sul*. Tese de Doutorado. São Paulo, USP.

Moulin, R. (1997). *L'artiste, l'institution et le marché*. Paris: Flammarion.

Moura, G. (1998). *O Rio corre para o Maracanã*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.

Pereira, L. (1996). "Pelos Campos da Nação: um goal-keeper nos primeiros anos do futebol brasileiro". In: *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 10, n.19, p. 23-40.

_____ (2000). *Footballmania: uma história social do futebol*. Rio de Janeiro: Nova

Rabain-jamin, J. (2002). "Personne" (verbete). In: Bonte, P. & Izard, M. *Dictionnaire de l'ethnologie et de l'anthropologie*. 2ª ed. Paris: Quadrige/PUF

Schneider, D. M. "Conclusion". In: *A Critique of the Study of Kinship*. The University of Michigan Press, 1992.

Souza, M. (1996). *A 'Nação em Chuteiras': Raça e Masculinidade no Futebol Brasileiro* Dissertação de Mestrado, PPGAS: Brasília/ UnB.

Toledo, L. H. (2002). *Lógicas no Futebol*. São Paulo: Hucitec/FAPESP.

Vassort, P. (1999). *Football et politique*. Paris: Les Éditions de la Passion.

Wahl, A. & Lafranchi, P. (1995). *Les footballeurs professionnels: des années trente à nos jours*. Paris: HACHETTE.

Weber, M. (1974). "A Nação". In: Gerth, H. H. & Mills, W. (org.). *Ensaio de Sociologia*
Rio de Janeiro, Zahar.

NOTAS:

¹ Uma versão anterior deste texto foi publica em 2006, com o título "O *ethos* capitalista e o espírito das copas". (DAMO, 2006).

² Arlei Damo: Doutor em Antropologia Social pela UFRGS (2005) e professor adjunto no Departamento de Antropologia da mesma instituição. Autor dos livros "Do dom à Profissão: a formação de futebolistas no Brasil e na França" (HUCITEC) e "Futebol e Identidade Social" (Editora da UFRGS), e co-autor com Ruben Oliven de "Fútbol y Cultura" (Norma, Buenos Aires). Em 2003/04 fui estagiário de pesquisa junto ao Institut d Ethnologie Méditerranéenne et Comparative (Université d Aix-Marseille I & III). Além de interessar-me por temas diversos na área de antropologia do esporte, desenvolvo pesquisa etnográfica junto ao Orçamento Participativo de Porto Alegre, problematizando questões relativas ao significado da participação na política. Su correo es: arleidamo@uol.com.br

³ No que concerne à homologia entre os campos (neste caso: artístico e esportivo), artistas (atores, dançarinos, músicos, etc.) e atletas (boleiros, pilotos, boxeadores...) se equivalem, pois há sempre um público a quem se voltam as performances, com as devidas peculiaridades de cada segmento, evidentemente. Cf. Bourdieu (1983; 1990; 1999), Heinich (2001) e Moulin (1997).

⁴ Para que fique claro desde logo o que será explicitado ao longo do texto, é preciso dizer que, em minha concepção, existem dois grandes agregados simbólicos que dão sentido aos espetáculos futebolísticos para além das performances propriamente ditas. Chamo de clubismo o complexo arranjo que orienta os pertencimentos e as rivalidades clubísticas. O clubismo envolve competições entre times que representam clubes, podendo estas ter abrangência variada, desde local (uma cidade ou mesmo um bairro), regional, nacional, continental e até intercontinental, como é o caso da FIFA Club World Cup, disputada regularmente, e anualmente, depois de 2005. Chamo de nacionalismo, na ausência de uma termo mais apropriado, ao arranjo equivalente ao clubismo mobilizado por ocasião dos enfrentamentos nos quais os times supostamente representam Estados-nações. Os pertencimentos, dados pela identificação com a nação, e as rivalidades, instituídas tanto no plano esportivo quanto no plano político mais alargado.

⁵ Entre a matriz espetacularizada e a bricolada existe ao menos uma modalidade de futebol, vinculada ao tempo de lazer dos seus adeptos e praticada em espaços mais padronizados do que as peladas, mas sem a ortodoxia imposta ao *football association* pelas agências internacionais e distante do glamour midiático. Talvez o que melhor caracterize a matriz **comunitária** (em boa parte do Brasil, ao menos de São Paulo em direção ao Sul, chamada de “futebol de várzea” ou “amador”), é a presença de quase todos os componentes do espetáculo, diferindo em escala – sobre este futebol sugiro a leitura da tese de Pimenta (2009). À matriz **escolar**, corresponde, finalmente, o futebol praticado nas escolas, integrado aos conteúdos da educação física, como parte das disciplinas legalmente constituídas. Ela variação deve ser tratada na sua especificidade, como é o caso da obrigatoriedade imposta pelos currículos legitimados pelo Estado.

⁶ Não há como detalhar a maneira como essas categorias de agentes surgiram e consolidaram seus espaços, tão pouco é possível aprofundar os nexos entre elas, pois na medida em que se opera a partir da noção de campo é importante atentar para as especificidades concretas. Os mediadores especializados, por exemplo, são tributários tanto da espetacularização futebolística, para a qual contribuíram decisivamente, quanto dos desdobramentos no interior do próprio campo midiático, havendo, pois, diversas particularidades locais – uma coisa é jornalismo esportivo em rádio, outra na TV; uma coisa é processo ocorrido no Brasil outra na Argentina e mesmo em se tratando de um país há consideráveis particularidades a serem investigadas. Se acerca disso já existe no Brasil uma bibliografia embrionária, que nos impede, ao menos, de escamotear as diferenças locais, pouco se tem acerca da formação da classe dirigente. É em relação à formação do público e dos profissionais que estamos em condições de proceder a algumas generalizações, visto que a bibliografia é mais extensa, como mostrarei oportunamente.

⁷ Pode-se pensar o clubismo como uma modalidade de totemismo moderno. Quem domina a literatura clássica acerca do totemismo poderá não ficar satisfeito com as explicações que seguem, pois elas parecerão insuficientes diante da complexidade do tema e, fundamentalmente, porque se o clubismo pode ser pensado como um totemismo moderno, não só as emoções futebolísticas sofrerão uma guinada compreensiva senão que as próprias fronteiras entre o moderno e tradicional deverão ser repensadas, ao menos em se tratando da sociabilidade e dos afetos masculinos manifestos no espectro do futebol. Para um tratamento mais detalhado desta questão, cotejado com dados empíricos, sugiro uma consulta a outras publicações de minha autoria - Damo (2002) e, particularmente, “A trama simbólica das emoções clubísticas: uma contribuição à compreensão do gosto pelo futebol de espetáculo” (DAMO, 2005, p. 61-104). Nelas constam argumentos pormenorizados acerca do clubismo, um tema que ainda requer mais esforço investigativo, dadas as potencialidades para a composição de uma teoria das emoções futebolísticas e das sensibilidades masculinas.

⁸ Seria pertinente lembrar da metáfora geertziana usada para o conceito de cultura, como “teia de significados” (GEERTZ, 1989). Não há como experimentar a pleno as emoções futebolísticas sem passar por um processo de educação das sensibilidades, prendendo-se à teia para seguir tecendo-a, como procedem as aranhas.

⁹ Algumas considerações a respeito são importantes, mas será preciso compreender, desde logo, que estamos trabalhando, a esta altura, com estruturas e, portanto, com um universo ideal. O fato de que as ações nem sempre correspondam às prescrições deve ser considerado aqui. Importa, no entanto, notar como existem tendências bem nítidas que orientam as emoções e, por extensão, os comportamentos. Essas tendências, é preciso insistir, pertencem ao plano do simbólico, de modo que elas orientam as ações, havendo margem para arranjos situacionais de várias matizes.

¹⁰ O pertencimento clubístico é uma espécie de máscara, pois implica uma transição de indivíduo à pessoa (torcedor). Esta transição pressupõe, como afirma Rabain-Jamin, “l’existence d’un ordre de symboles,

d'une logique des représentations et d'un dispositif rituel qui lui assignent une place aussi bien qu'un rôle dans la société et lui assurent une reconnaissance [...]” (2002, p. 571).

¹¹ A este respeito cf. Souza (1996).

¹² No Brasil são frequentes, nos estádios ou fora deles, faixas nas quais os torcedores se auto-denominam “nação” - nação corinthiana, palmeirense, botafoguense, etc.

¹³ Cf. Alabarces (2002, p. 65-82), especialmente “Conciliaciones y Panteones: la patria desportiva en el peronismo”.

¹⁴ E na seqüência: “Os costumes são dados como normas externas antes de engendrar sentimentos internos e estas normas insensíveis determinam os sentimentos individuais, assim como as circunstâncias em que poderão, ou deverão, se manifestar (LÉVI-STRAUSS, 1976, p. 76).

¹⁵ O pertencimento seria inquebrantável na medida em que assim são pensados, do ponto de vista da nossa cultura, os laços de sangue Schneider. “What are called ‘blood ties’ can be understood as the bonds of solidarity that are caused by or engendered by the actual biological connectedness, sometimes figured as genetic, sometimes hereditary, sometimes in emotional terms. Or the notion of blood can be understood as figurative, iconic, but still attending for the bonds of solidarity, bonds which are deeply affective, deeply binding, actually breakable but to be broken under the most unusual, tragic, unforgivable circumstances (SCHNEIDER, 1992, p. 195).

¹⁶ É óbvio que os ritos associados ao pertencimento, como frequentar o estádio juntos, são fundamentais para a perpetuação dos mitos. Lamartine Babo compôs o hino do Flamengo dizendo: “Uma vez Flamengo, sempre Flamengo/[...] Flamengo até morrer”. E Lupicínio Rodrigues não deixou por menos: “Até a pé nós iremos, para o que der e vier. Mas o certo é que nós estaremos, com o Grêmio onde o Grêmio estiver”. É preciso destacar que alguém pode não se sentir tocado por nada disso, como é o caso de quem não foi socializado por inteiro, desconverteu-se ou, simplesmente, não se deixa tocar em profundidade pelo mundo do futebol.

¹⁷ Sobre as copas no entre-guerras cf. Vassort (1999, p. 176-180).

¹⁸ Como afirma Gastaldo, “chamar o time da CBF, a ‘seleção brasileira’, de ‘Brasil’ é uma metonímia que encobre o fato de a ‘seleção brasileira’ ser apenas um time de futebol, que é, entretanto, investido simbolicamente da própria essência da nacionalidade” (2002, p.71). Bem menos sutil, porém lapidar é Nelson Rodrigues: “Não me venham dizer que o escrete é apenas um time. Não. Se uma equipe entra em campo com o nome do Brasil e tendo por fundo musical o hino pátrio, é como se fosse a pátria em calções e chuteiras, a dar botinadas e a receber botinadas” (citada em epígrafe por Moura (1998, p. 5)).

¹⁹ Por hora, cf. Leite Lopes (1999), Guedes (2003) e Alabarces (2004).

²⁰ No ano de 2004, 857 jogadores deixaram o Brasil para atuar no exterior, segundo dados divulgados pela CBF. Portugal foi quem mais importou jogadores brasileiros (132), seguido por Japão (35), Alemanha (30), Itália (27), Paraguai (23) e outros 76 países, incluindo Sudão, Haiti, Vietnã, Azerbaijão e Albânia. Dos 2.747 profissionais que atuavam nos 58 clubes de primeira divisão dos cinco principais mercados futebolísticos mundiais - Inglaterra, Itália, Espanha, França e Alemanha - na primeira metade da temporada 2004/05, o Brasil constituía-se no principal fornecedor de pés-de-obra: 108 atletas, aproximadamente 4% do total da força de trabalho empregada nesses clubes; 10% do total de estrangeiros e 20% entre os estrangeiros fora da União Européia. Para uma discussão atualizada destes dados conferir Damo (2009).

²¹ Desde os anos de 1910 - pouco mais de uma década desde a introdução do futebol no Brasil - há indícios de pagamento e recebimento de prêmios. O The Bangu Athletic Club, criado pelos ingleses que trabalhavam na Companhia Progresso Industrial, contou desde o início com alguma modalidade de recompensa aos empregados que se destacassem no futebol: abono de faltas, pequenas promoções, dispensa do trabalho em caso de lesões ou mesmo para o treinamento, além das tradicionais confraternizações. Outros clubes também usaram desse expediente, de tal modo que os prêmios passaram a se denominar “bichos” - pela equivalência econômica com os prêmios dados pelo jogo do bicho, igualmente “ilegal” - e tornaram-se uma constante em muitos clubes cuja gestão seguisse um modelo mais próximo do paternalismo de fachada nacional do que do *ethos* burguês e amadorístico. Apenas nos clubes onde o processo de recrutamento era fechado, circunscrito a jovens de classe média e alta, não havia recompensa pecuniária.

²² Não há como reconstituir aqui a diversidade desse processo, pois este não propriamente o objetivo. Para aprofundar a síntese apresentada cf. Caldas (1990), Pereira (2000) e Leite Lopes (1994), Antunes (1994;1996), (2000), Mascarenhas (2001), Silva Jr (1996) e Coimbra e Noronha (1994), para o caso brasileiro. Archetti (1999) e Frydenberg (1997) são as principais referências para a história social do futebol na Argentina. Para uma análise do profissionalismo na França, no período mais recente, cf. Faure e Suaud (1994), e em perspectiva historiográfica Wahl e Lanfranchi (1995).

²³ Sobre o uso estratégico das copas de 1934 e 1938 por Mussolini, cf. Vassort (1999:176-180).

²⁴ Na seleção italiana campeã mundial em 1934, havia 4 jogadores nascidos na Argentina e posteriormente “naturalizados”.

²⁵ É certo que as coisas não se passaram assim tão mecanicamente, mas é impossível de se compreender por que são xingados os jogadores do próprio clube - e mesmo por que os xingamentos são uma espécie de marca diacrítica do espetáculo futebolístico no Brasil - sem entender essas transformações. Os negros forçaram seu ingresso nos clubes de primeira linha, sendo que a essa mudança no perfil dos atletas correspondeu um novo perfil do público e do significado de torcer. Houve uma espécie de desglamourização nas e das torcida: mais povo, mais homens, menos mulheres, menos flores, mais frutas, menos “ais” e “uis”, mais palavrões, ameaças, agressões e toda a sorte de hostilidade que, apesar das variações, foram tramando ao espetáculo futebolístico a sensibilidade masculina característica aos grupos populares. Há variações no comportamento dos estádios, mas este é o padrão hegemônico atual.

²⁶ Está implícito no clubismo a possibilidade de torcer para mais de um clube, desde que eles integrem sistemas clubísticos distintos. Não há contradição entre ser flamenguista, milanista e barcelonista. O que é grave seria alguém declarar-se flamenguista e botafoguense; ou milanista e internacionalista. De qualquer modo o clube do coração é, salvo raríssimas exceções, um só. Os outros, com os quais se tem relação de simpatia, não despertam as paixões viscerais.