

“PAIXÃO F.C., A EQUIPA DE TODOS NÓS”: FUTEBOL, IDENTIDADES, SIGNIFICADOS E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

João Nuno Coelho

Síntese

Pretendo com esta comunicação fazer o ponto de situação do meu estudo sociológico do futebol, das identidades, significados e representações sociais na sociedade portuguesa. Este estudo, desenvolvido entre 1993 e o presente, envolve igualmente a minha identidade pessoal e de investigador, constituindo-se como uma forma de olhar o mundo, a partir de uma situação determinada. No fundo, mais um discurso sobre um facto social total na sociedade portuguesa.

Resumo

Pretendo com esta comunicação fazer o ponto de situação do meu estudo sociológico do futebol, das identidades, significados e representações sociais na sociedade portuguesa. Este estudo, desenvolvido entre 1993 e o presente, envolve igualmente a minha identidade pessoal e de investigador, constituindo-se como uma forma de olhar o mundo, a partir de uma situação determinada. No fundo, mais um discurso sobre um facto social total na sociedade portuguesa.

O texto em causa assume a forma de reflexão acerca da centralidade social do futebol, da ligação profunda deste com a produção e reprodução de significados e identidades sociais, mas também sobre a relação do investigador com o objecto de estudo, privilegiando e defendendo a postura de envolvimento crítico e de testemunho articulado.

Mais do que o aprofundamento académico do tema que abordo, interessa-me apresentar as linhas mestras de um percurso de investigação, ainda e sempre em construção, lembrar brevemente os seus passos concretos até ao presente, bem como deixar algumas pistas para o que poderá ser o seu desenvolvimento futuro.

. No princípio, as perguntas simples: porquê a popularidade do futebol ? Um estudo de caso (1993-1995).

. Turning point ou mudança de protagonista: as identidades sociais e as suas representações, analisadas através do futebol. Um estudo sobre a identidade nacional e os jornais desportivos (1996-1998).

. O presente e o futuro: a sociedade portuguesa vista através do futebol, a transformação dos significados, das representações e das identidades sociais na era da globalização. Um estudo comparativo ao nível europeu (1999-....).

INTRODUÇÃO

Hoje em dia, não existem na sociedade portuguesa muitas actividades e campos sociais que ocupem lugar tão central nos media, nas sociabilidades, nos gostos dominantes, como o futebol.

Desporto-espectáculo-instituição social, (torna-se cada vez mais difícil definir de forma segura “futebol”) a que se pode aplicar o conceito de Marcel Mauss “facto social total”, definido como fenómenos que mobilizam a totalidade de uma sociedade e suas instituições, o futebol impõe a sua centralidade social e cultural pela força da popularidade e universalidade inegáveis.

Um fenómeno central na sociedade portuguesa mas sistematicamente esquecido pela sua academia, talvez por nesta se considerar que o futebol pertence à esfera do “lúdico”, do “desporto”, do “jogo”, sendo portanto inferior, menos importante, sério ou significativo em termos sociais. Parece-me a mim que é exactamente o oposto e vou tentar explicar porquê.

DEVORANDO E RESPIRANDO FUTEBOL... MAS TAMBÉM REFLECTINDO E INVESTIGANDO FUTEBOL

O trabalho que iniciei em 1993, com o projecto de investigação dedicado à procura das razões da popularidade do futebol, tem seguido um caminho paralelo à minha vida pessoal fortemente marcada por este jogo, quer como adepto-espectador, quer como praticante.

Isto implica uma interacção constante entre a identidade “adepto” e a de “investigador”, e particularmente com a minha identidade própria enquanto sociólogo, construída com base nas minhas concepções pessoais sobre a forma de pensar e fazer sociologia.

A sociologia é, para mim, antes e acima de tudo, uma forma de pensar, de interrogar o mundo. A sociologia, muito mais que uma disciplina, um ramo de saber, ou um conjunto de conhecimentos, métodos e resultados, é um ponto de partida para se olhar aquilo que se passa à nossa frente, à nossa volta e principalmente aquilo que se passa connosco próprios.

O envolvimento profundo com um determinado campo de estudo, que resulta desta postura, é por muitos francamente reprovado. Mas parto do princípio que para desenvolver o conhecimento de qualquer fenómeno social é indispensável o envolvimento do próprio investigador (não concebo que alguém que não é adepto realmente empenhado, que não vá ou nunca tenha ido por sistema ao estádio da sua equipa, possa perceber o que significa ser adepto. Só nós podemos saber que ser adepto de futebol é, acima do mais, sofrer, e estar preparado para tal. É sentir o coração a acelerar quando a equipa entra em campo. É nunca realmente ser capaz de admirar o mais belo golo do mundo se for marcado na nossa baliza. É algo de incondicional e incontrolável, estúpido e glorioso. Talvez por isso os italianos chamem aos adeptos do calcio “tiffosi”, ou seja os doentes...).

De qualquer dos modos, e de uma forma geral, a investigação sociológica, é para mim, antes de mais, um processo de envolvimento com o mundo, sendo os traços principais da construção de qualquer investigação sempre resultado da situação e identidade do investigador : todo o conhecimento é situado. Daqui surge a minha simpatia para com a noção de investigador como testemunha articulada, que procuro cada vez mais pôr em prática.

O investigador como testemunha articulada baseia-se no aproveitamento da experiência anterior e actual daquele num determinado terreno, do seu envolvimento com o meio e o objecto, das perguntas obrigatoriamente diferentes que ele pode fazer nessa situação. A situação, pertenças e experiências do investigador são, portanto, rentabilizadas por uma postura de proximidade ou intimidade crítica com o objecto e o terreno de estudo. Uma testemunha de processos e acontecimentos posicionada num terreno, contraposta à concepção convencional do investigador como observador ou etnógrafo, produtor de um conhecimento privilegiado.

Esta postura epistemológica e metodológica tem outras implicações que me agradam particularmente: as interpretações que produzo sobre o meu campo de estudo, neste caso o futebol e as relações sociais àquele ligadas, não passam disso mesmo: interpretações resultantes de um certo tipo de envolvimento com o mundo em questão, produzidas a partir de uma situação social determinada. Mais um

discurso, afinal de contas. O conhecimento produzido pela prática da investigação é também ele político e ideológico, constitui-se em discursos e influencia pessoas e instituições, identidades e subjectividades. Isto é, o resultado final do trabalho do investigador social não é, em termos da sua natureza, diferente dos discursos que circulam na sociedade. Será mais um discurso na “selva de discursos” que é a vida social. Como diria Foucault, a grande questão é saber porque se impõem uns e não outros...

Mas concretizemos com os exemplos do meu trabalho:

AS INVESTIGAÇÕES

1 – 1993-95: AS RAZÕES DA PAIXÃO: “PFC: identidades e significados sociais do futebol”

Para qualquer sociólogo, as primeiras questões que se levantam acerca de um dado fenómeno deverão ser sempre as mais simples e óbvias. A primeira e mais simples, e que traduz um problema inicial, é “porquê?” Neste caso, porquê tanta paixão, porquê tanta popularidade, porquê tanta centralidade social do futebol, que deveria ser apenas um jogo?

“Não é uma questão de vida ou de morte é ainda mais importante” (Bil Shankly, treinador do super-Liverpool dos anos 70)

Como a paixão pelo futebol tem sempre uma concretização: o clube, uma equipa, escolhi um caso, um estudo de caso, para desenvolver esta busca : os adeptos do FC Porto, como eu. Método: pesquisar a história do clube, ver, ouvir, ler, entrevistar...enfim participar como adepto mas de olhos e ouvidos excepcionalmente bem abertos.

Pude compreender, desde logo, que as razões da paixão prendem-se com o envolvimento emocional que o jogo provoca nos seus adeptos: uma conjugação de características estruturais do próprio jogo das quais se destacam a imprevisibilidade, a alternância entre ataque e defesa, o confronto físico, a disposição do público no estádio, a raridade de golos, etc., e que, conjugadas com a tomada de partido do espectador por um dos contendores, conduz ao tal “descontrolo controlado das emoções”, que Norbert Elias (1991) muito bem definiu. Para este autor, o futebol satisfaz a busca da excitação em sociedades inexcitantes (assim caracteriza as sociedades actuais, de uma forma geral), resultantes de um processo civilizacional na direcção de um progressivo controlo emocional. Este “tomar partido” é um dos aspectos fundamentais para a explicação da popularidade do futebol: o facto de as equipas representarem identidades – sejam elas locais, nacionais, étnicas, religiosas, etc. Os exemplos são bem conhecidos, mas o mais importante é perceber que o futebol pode dar muitas vezes um sentido de pertença, de fazer parte de alguma coisa, de um conjunto (com o qual se sofre e exulta em comunhão), algo de tão raro nas sociedades actuais.

Não surpreenderá pois que o futebol providencie uma espécie de condensação simbólica das características sociedades modernas: a importância à sorte, à competição e à divisão de tarefas, a suposta meritocracia, o facto de à felicidade de uns corresponder a infelicidade dos outros. Um jogo de futebol, como diz Christian Bromberger (1993), oferece, de forma resumida e simplificada, uma condensação simbólica dos dramas e passos que marcam a vida: uma alternância de vitórias e derrotas, a intervenção aleatória da sorte e do azar, a arbitrariedade da justiça - umas vezes favorável, outras desfavorável - que decide o destino dos "bons" (nós) contra os "maus" (eles). Ou seja, um jogo de futebol pode ser visto como uma das mais profundas matrizes simbólicas do nosso tempo. É uma espécie de

paradigma de actividade colectiva. Albert Camus, ao que parece um guarda redes de méritos reconhecidos costumava afirmar que o que sabia acerca da moral dos indivíduos o devia ao futebol.

A juntar a isto, a simplicidade do jogo contribui também para a sua popularidade já que permite que todas as pessoas o entendam, o discutam, tenham uma opinião (os famosos treinadores de bancada) ao contrário de outros temas “complicados”, “distantes”, como a política ou a economia. Ou seja, o futebol permite a participação, mais ou menos efectiva ou real, de todos, sem grandes discriminações classistas ou outras, se exceptuarmos a sexual, e mesmo essa vivendo uma fase de mudança. Este é o grande valor social do futebol.

Concluindo, o futebol é uma forma de simbolização da vida social, em diversos contextos, estilos, significados. Diferentes modos de representação da existência colectiva que o futebol, as suas equipas e jogadores, podem juntar e opor, nem que seja na nossa imaginação.

Repare-se que o jogo de futebol praticado em todo o planeta é o mesmo, em termos de regras e funcionamento, mas os estilos de ver e jogar futebol variam, bem como os seus significados conforme os contextos sociais. Por isso se afirma que o futebol é um fenómeno social ao mesmo tempo universal e particular, global e local.

2 - 1996-1998 – PORTUGAL: A EQUIPA DE TODOS NÓS

Sendo óbvia a relação entre futebol e as identidades sociais, nomeadamente nacionais, fornecendo um fórum para a expressão das mesmas, interessava-me relacionar, sob diversas perspectivas, nacionalismo, futebol e media, com o objectivo de conhecer um pouco mais sobre as formas e processos de reprodução simbólica e ideológica da nação, a partir da análise dos discursos dominantes sobre Portugal e os portugueses, produzidos a propósito do futebol.

O meu problema inicial era perceber as razões da omnipresença, centralidade, vitalidade social da nação e da identidade nacional na modernidade, e na vida de cada um de nós, assim como a sua poderosa capacidade de se reformular e sobreviver, num período em que tanto se discute e anuncia o fim do domínio do estado-nação como princípio político-social dominante.

Em termos metodológicos, optei por uma “arqueologia”/análise de discursos dos media acerca da dimensão nacional no futebol, que foi realizada, mais especificamente, nos três jornais desportivos diários portugueses (o produto escrito mais vendido em Portugal, com mais de 250 000 exemplares diariamente, num país com os reduzidos hábitos de leitura que conhecemos) ao longo de todo um ano e em “A Bola” (o mais famoso e lido jornal desportivo português), na sua cobertura dos últimos cinquenta anos de actividade da selecção nacional de futebol (o símbolo máximo da nação neste desporto/espectáculo/instituição social).

Esta análise tornou possível compreender que é através da linguagem e das práticas discursivas (a sintaxe, a organização da informação transmitida, a apresentação de símbolos e signos nacionais, etc.) e dos metadiscursos de “unidade” e de “o país como o valor supremo” - baseados na (re)produção de caracteres e personalidades nacionais, mitos históricos fundadores, valores masculinos e marciais, estilos e estereótipos racionais mediaticamente difundidas que, em grande parte, se (re) imagina e reproduz hoje, quotidiana e banalmente, a nação e a identidade nacional.

Numa investigação que se propôs detectar e analisar algumas das retóricas dominantes presentes nas formações discursivas veiculadas pelos jornais desportivos acerca da nação, a propósito de uma actividade central na sociedade portuguesa, como é o futebol, dediquei também especial atenção ao papel das elites culturais/intelectuais como principais fornecedoras de mitos e versões sobre a

referida sociedade, muitos dos quais são depois “traduzidos”, de uma forma mais acessível e visível, por exemplo, pelos jornais desportivos.

Arrisquei também a tese de que uma parte importante dessas versões e auto-visões dos portugueses (reproduzidas na imprensa desportiva) se podem denominar, ao jeito de Boaventura Sousa Santos, como “semiperiféricas”, plenas de “imaginações de centro” e “medos de periferia”, típicas da posição e condição intermédias de Portugal no sistema-mundo e de uma cultura de fronteira ou de contacto, como é a cultura dos portugueses. Defendi, finalmente, que essa condição e posição semiperiférica e de fronteira possui múltiplas virtudes e potencialidades, nomeadamente para o diálogo inter-cultural, desde que não seja essencializada e mitificada pelos discursos e práticas integradoras e normalizadoras do nacionalismo banal.

3 - 2000-2004 (?):“FUTEBOL EM PORTUGAL E OS EFEITOS DA GLOBALIZAÇÃO: SIGNIFICADOS E IDENTIDADES SOCIAIS EM MUDANÇA”

A presente investigação visa a análise dos efeitos de tendências sociais e económicas recentes, que poderemos denominar como globalização (nomeadamente nas suas dimensões ligadas ao mercado e aos media) sobre o futebol em Portugal, sua cultura e organização. Tal estudo será enquadrado num contexto europeu, promovendo uma análise comparativo do futebol na Europa, e constituindo-se como um entre vários estudos de caso. Este estudo tem em conta o facto de o futebol ser um fenómeno global mas simultaneamente o desporto de massas e um facto/património cultural de origem eminentemente europeia num mundo globalizado a partir da mundialização de globalismos americanos. Dispensam-se exemplos...

O projecto contempla duas investigações, separadas, mas interdependentes: uma de âmbito nacional, que incidirá na análise dos efeitos da globalização no futebol em Portugal como um todo, e que não deixará de ter o EURO-2004 em conta como facto fundamental, e uma outra de carácter local/regional que privilegiará o estudo dos referidos efeitos no caso de uma identidade clubista local: o FC do Porto.

O que motiva esta pesquisa é a transformação relativamente recente deste desporto numa indústria global dominada por interesses económicos de poderosos agentes, nomeadamente ligados aos media, que está decisivamente a alterar a relação dos adeptos com o futebol. Ao mesmo tempo estas alterações poderão pôr em causa de forma determinante o potencial de participação social que o futebol habitualmente assegura. Portugal não escapou a esta realidade, embora a apropriação destas dinâmicas seja bastante específica no caso português, dadas as características próprias da formação social portuguesa.