



## VIII CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA

### 40 anos de democracias: progressos, contradições e prospetivas

---

ÁREA TEMÁTICA: Sociologia do Desporto [ST]

---

#### **FUTEBOL, IDENTIDADE E RESISTÊNCIA NO SÉCULO XXI: A POLÍTICA DE GOVERNAÇÃO DO ATHLETIC DE BILBAO**

---

ALMEIDA, Pedro

Doutorando, no curso de Sociologia, na área de ‘Futebol, Identidade Nacional e Racismo’

Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra

[pedrosousaalmeida@gmail.com](mailto:pedrosousaalmeida@gmail.com)

---



#### Resumo

Este explora o impacto que as políticas neoliberais têm tido no futebol e procura evidenciar a forma como os clubes têm assimilado as profundas transformações económicas, políticas, sociais e culturais das últimas décadas. Depois de se analisar criticamente o actual estado do debate teórico sobre futebol e sociedade, discute-se em que medida a política de governação do Athletic de Bilbao pode ser concebida como uma forma de resistência contra-hegemónica face à crescente comercialização e mercantilização que se tem vindo a impôr no contexto do futebol. Desta forma, através do desafio às doutrinas dominantes, mostra-se que o neoliberalismo no futebol não deve ser entendido como uma inevitabilidade histórica.

#### Abstract

This paper explores the impact neoliberal policies have had on football, and endeavours to show evidence of how clubs have assimilated the profound economic, political, social and cultural transformations of the last decades. Firstly, the current theoretical debate about football and society is critically analysed. There follows a discussion of how the governance of Athletic Bilbao can be perceived as a way of counter-hegemonic resistance vis-à-vis the increasingly imposed commercialisation and commodification of football. Thus, by challenging the dominant doctrine, my purpose is to show that neoliberalism in football must not be understood as an historical inevitability.

Palavras-chave: futebol, governação, identidade, resistência

Keywords: football, governance, identity, resistance



## **Introdução**

A discussão teórica em torno do fenómeno do futebol iniciou-se na década de 1970 com a publicação dos primeiros trabalhos académicos, abrindo caminho a uma nova área de investigação. A duração e a persistência dos actos violentos nos estádios de futebol chamaram a atenção de vários cientistas sociais que, apesar da variedade de perspectivas teóricas, se centraram, essencialmente, na questão da violência no contexto britânico (Almeida, 2006). Apesar dos estudos se terem vindo a alargar a outras áreas geográficas e culturais, nomeadamente à Europa do sul (Lago e Biasi, 1994; Astrinakis, 2002; Marivoet, 2009) e América Latina (Alabarces, 2002; Pimenta, 2000) as grandes linhas de investigação continuam a incidir em questões de violência e identidade. Assim, o enfoque excessivo nesta área de investigação, acabou por desviar a atenção dos investigadores de outras grandes transformações de que o futebol tem sido objecto.

Na verdade, as mudanças sociais, culturais, políticas e económicas que marcaram as sociedades contemporâneas das últimas décadas tiveram um impacto significativo no futebol, envolvendo todos os actores que, directa ou indirectamente, nele participaram. Um pouco por todo o mundo, os grandes clubes têm vindo a sofrer profundas mutações. A crescente internacionalização e comercialização/mercantilização da modalidade transformou os clubes com maior projecção em corporações transnacionais, processo para o qual contribuíram, entre outros agentes, as grandes companhias multinacionais. O papel das grandes corporações na busca da maximização do lucro, os interesses financeiros dos *media*, das televisões e dos organismos que tutelam as competições nacionais e internacionais, acentuou-se na última década como reflexo do fortalecimento das políticas neoliberais nas sociedades contemporâneas. Os adeptos, por seu turno, viram-se progressivamente relegados para o fundo de uma estrutura de poder, embora, ironicamente, sejam eles os responsáveis pela centralidade que o futebol ocupa na representação das culturas populares.

O debate teórico que tem assinalado os estudos sobre futebol e sociedade relegou para segundo plano as abordagens que procuram relacionar as políticas económicas de mercado livre e o modo como os clubes e adeptos lidaram com estas profundas mudanças. Sendo o futebol um palco privilegiado de afirmação de identidades locais, regionais e nacionais facilmente se depreende que uma parte significativa dos adeptos se posiciona veementemente contra o aburguesamento e a comercialização da modalidade.

Curiosamente, apesar dos processos de governação neoliberal terem transformado a organização e a estruturação da maioria dos clubes, existem casos pontuais em que tal não aconteceu. Neste sentido, este trabalho pretende, precisamente, estabelecer uma ponte entre os processos de regulação nacional e internacional e a filosofia de governação que tem orientado o Athletic de Bilbao. Tendo como objecto de análise empírica este clube, procura-se, neste artigo, perceber de que forma é que o Athletic tem lidado com as profundas transformações económicas no futebol das últimas décadas. A escolha do objecto de investigação empírica justifica-se pelo facto de este clube ter conseguido, desde a década de 1920 até aos dias de hoje, manter uma política de governação muito particular que, simultaneamente, desafia a tendência neoliberal e, ao mesmo tempo, contribuí também para o reforço dos sentimentos de identidade que são partilhados pelos seus seguidores.

## **Comercialização e neoliberalismo no futebol**

### **Os antecedentes**

As políticas neoliberais que surgiram como resposta à crise mundial de 1973 e que incentivam o estado a não participar na economia, têm tido um eco cada vez maior no futebol. O neoliberalismo, ao tornar-se numa doutrina global hegemónica, desenvolveu um modo de governação que retira responsabilidade social ao Estado para a colocar em outros actores sociais, tais como as corporações transnacionais e outras organizações não-governamentais. Porém, a chamada ‘economia de mercado’ não pode ser dissociada do processo de consolidação dos estados-nação, no sentido em que foram estes dois elementos que estiveram na génese da ‘sociedade de mercado’ (Polanyi, 2007). Nesta perspectiva, o neoliberalismo não constitui exactamente uma nova viragem na história do capitalismo, mas antes a sua intensificação e ressurgimento depois de décadas de oposição às teses keynesianas (Harvey, 2005).

Encarando o desporto em geral e o futebol em particular como um espelho da sociedade não é, pois, de estranhar que as abordagens neoliberais dominantes tenham tido um forte impacto na orientação, governação e regulamentação das competições nacionais e internacionais. A crescente comercialização do futebol, fazendo parte dos projectos neoliberais mais amplos, não pode ser encarada como um fenómeno isolado, constituindo, antes, uma extensão da governação neoliberal na arena do desporto (Dubal, 2010). O processo de comercialização da modalidade iniciou-se nas décadas de 1970/1980 quando os clubes se foram progressivamente afastando das comunidades em que estavam envolvidos para passarem a privilegiar a obtenção do lucro. Contudo, este processo tem sido complexo e pluridimensional, com variantes significativas, de acordo com o contexto geográfico, cultural e sociopolítico. Na Grã-Bretanha, por exemplo, o combate ao hooliganismo<sup>i</sup> esteve intimamente ligado à crescente comercialização e mercantilização da modalidade. A realização do campeonato do mundial de futebol de 1966, em Inglaterra, trouxe uma maior visibilidade e exposição mediática aos grupos *hooligans* que começavam a emergir. Mais tarde, e impulsionadas pelo governo de Margareth Thatcher, as autoridades britânicas foram introduzindo, a partir dos anos 1980, um vasto conjunto de medidas<sup>ii</sup> de combate à violência nos estádios que coincidiram com a tentativa de chamar um novo tipo de público, proveniente da classe média e média-alta. Simultaneamente, foram criados incentivos à presença feminina nos estádios. Segundo Popplewell (1986:40) o papel das mulheres era essencial de forma de alterar o comportamento agressivo de alguns adeptos. A este propósito, o antropólogo Gary Armstrong, ironicamente sublinha: ‘no sentido católico era como se a presença da virtuosidade feminina e da maternidade pudessem limpar esses locais poluídos’ (Armstrong, 1998:125)<sup>iii</sup>.

De uma forma geral, as autoridades foram bem-sucedidas em diminuir ou, pelo menos deslocar para áreas mais afastadas, os confrontos entre adeptos. Simultaneamente, os processos de comercialização foram conquistando um espaço cada vez maior nas estruturas envolventes na organização e governação do futebol, quer a nível europeu, quer a nível mundial.

### **A Lei Bosman**

Uma das grandes mudanças ocorridas na governação internacional do futebol foi, sem dúvida, a introdução da chamada ‘Lei Bosman’, que permitiu aos jogadores, após a finalização o contrato que os ligavam aos respectivos clubes, a transferência para outro clube europeu, ficando a sua nova entidade patronal isenta do pagamento de qualquer compensação financeira ao antigo clube. A ‘Lei Bosman’ entrou em vigor na Europa, em 1995, na sequência de uma disputa legal que se prolongou desde 1988, entre o jogador Belga Jean Marc Bosman e a sua entidade empregadora, o RFC Liège. O atleta, apoiando-se nas leis que regiam o mercado de trabalho europeu, nomeadamente no Tratado de Roma, argumentava que as restrições impostas pelos clubes a propósito do processo de transferência iam contra a livre circulação de trabalhadores. Além disso, Bosman defendia que a limitação do número de jogadores estrangeiros nas equipas era ilegal e injustificável. Após o longo conflito jurídico que opôs o jogador ao clube e às entidades reguladoras das competições nacionais e internacionais, a Suprema Corte da Bélgica e o Tribunal Europeu de Justiça deram razão ao atleta, abrindo caminho à expansão do neoliberalismo no futebol (Samuels, 2008; Banks, 2002).

As implicações da lei Bosman fizeram-se sentir além das fronteiras da Europa, abrindo caminho à criação de um mercado global no futebol. O desnivelamento económico entre as equipas acentuou-se drasticamente, já que muitas das receitas dos clubes de menor poderio económico provinham, até então, precisamente, das indemnizações pagas pela aquisição do ‘passe’ dos jogadores, mesmo que findado o contrato. Este terá sido o ponto de partida para a criação de um fosso cada vez maior entre ricos e pobres, levando inclusivamente muitos clubes à falência ou a um substancial enfraquecimento financeiro e desportivo. Tal como sublinham Croci e Ammirante (1999), a lei Bosman introduziu ferozmente a economia de mercado no mundo europeu do futebol e, assim, tal como esperado, os clubes com menor poderio económico foram os que mais sofreram. Para além deste aspecto, a mobilidade internacional que os jogadores passaram a desfrutar também trouxe outras profundas mudanças, tais como o aumento exponencial dos salários dos atletas, a emergência dos ‘agentes desportivos’ com contactos globais e a perda de prestígio desportivo e financeiro dos campeonatos nacionais em favor das competições europeias de clubes (Giulianotti e Robertson, 2009). Tal como se procurará evidenciar mais à frente, as competições europeias passaram a ser determinantes em gerar receitas cada vez mais volumosas, quer aos clubes, quer às entidades que regulam o futebol internacional.

## O papel das entidades reguladoras: FIFA e UEFA

Existe uma cultura generalizada no meio do futebol que defende a ideia que este teria, no passado, estado sob o controlo conjunto dos adeptos e dos clubes. Contrariando esta visão, Sugden e Tomlinson (1998) sustentam a tese de que o futebol nunca esteve nas ‘mãos do povo’. Os dois investigadores, que têm dedicado a sua análise a questões relacionadas com a governação internacional do futebol, afirmam que a FIFA, desde a sua formação, tem sido a base de poder para uma pequena elite. Composta por 208 associações nacionais e fundada em 1904, a *Fédération Internationale de Football Association* é o organismo que tutela as competições internacionais, nomeadamente os campeonatos mundiais de selecções nacionais. Sendo actualmente a organização não-governamental mais poderosa no contexto do futebol, a FIFA, privilegiando políticas comerciais e neoliberais, tem vindo a aumentar exponencialmente os seus lucros<sup>iv</sup>.

Apesar de a FIFA ter conseguido trazer grandes quantias de dinheiro para o futebol, a sua distribuição tem sido alvo de variadas críticas. De entre elas, destacam-se a má gestão financeira, corrupção, relações promíscuas entre membros do comité e patrocinadores oficiais, entre outras (Bazel, 2011; Giulianotti e Robertson, 2009). São muitas e complexas as ligações promíscuas entre a entidade máxima que governa o futebol mundial e as grandes corporações multinacionais. O exemplo da Coca-Cola é ilustrativo. Nos últimos trinta anos a FIFA e a Coca-Cola têm estabelecido diversos negócios. A referida marca foi responsável pelo patrocínio de um programa da FIFA que visava formar treinadores nos países do hemisfério sul como forma de os ajudar a desenvolver. Em troca, a FIFA apoiou a ‘entrada’ da Coca-Cola em várias ‘mercados’, tais como África, Europa de Leste, Médio Oriente e China (Samuels, 2008). A FIFA, ao convidar um vasto conjunto de pessoas com experiência em negócios, merchandizing e marketing para fazer parte dos cargos executivos e dos diversos comités, conseguiu implementar o seu poder na governação do futebol, gerando, ao mesmo tempo, elevadíssimas quantias de dinheiro, provenientes essencialmente dos patrocinadores e dos direitos televisivos (Bazel, 2011).

Outro organismo que mais se tem destacado na governação internacional do futebol tem sido a UEFA, que também se tem guiado por princípios comerciais e neoliberais. Fundada em 1954, a *Union of European Football Associations* é a entidade que governa as competições europeias de futebol. Além de representar as associações nacionais europeias de futebol, a UEFA regula e controla os prémios financeiros atribuídos aos clubes, bem como os direitos televisivos.

A *Champions League*, criada em 1992, simboliza o expoente máximo da comercialização do futebol. Esta competição, organizada e regulada pela UEFA que reúne os melhores clubes europeus, tem sido alvo de várias críticas. O formato da *Champions League* parece estar concebido para favorecer os grandes clubes europeus da Europa ocidental, mais precisamente os representantes das ligas mais poderosas, tais como a Inglaterra, Alemanha, Espanha, Itália e França (Giulianotti e Robertson, 2009). De facto, pode-se afirmar que, para além dos interesses económicos que estão por detrás do favorecimento dos grandes clubes europeus, a UEFA tem sido guiada por visões etnocêntricas que consistem em conceder privilégios desportivos e financeiros às chamadas ‘equipas de topo’<sup>v</sup>. O que é importante destacar é que todo este processo funciona como uma ‘bola de neve’, já que o sucesso desportivo dos clubes mais poderosos é altamente recompensado em termos financeiros, através dos prémios oferecidos pela UEFA e pelas transmissões televisivas<sup>vi</sup>. Por sua vez, esta encontra-se numa posição excessivamente favorável, já que devido à crescente comercialização e internacionalização da competição que governa, os lucros advindos dos mercados televisivos e dos patrocinadores são cada vez maiores. Como se pode perceber através dos valores divulgados, os oito clubes que geraram mais receitas são todos provenientes da Europa ocidental, sendo que três são ingleses, dois alemães, dois espanhóis e um italiano. Como se observa, a intensificação das políticas neoliberais tem sido altamente vantajosa para a chamada ‘elite’ do futebol, da qual fazem parte um escasso número de clubes, as cadeias televisivas mundiais, algumas multinacionais e, evidentemente, a própria UEFA. Assim, para vários autores, o futebol perdeu algumas das suas importantes características. É, aliás, neste sentido que se podem entender as palavras de Samuels (2008: 15):

A menos que se faça algo para mudar a direcção na qual a indústria tem levado o futebol, este tornar-se-á apenas numa outra forma de entretenimento televisivo. Terá os seus escândalos de corrupção, as suas drogas,

as suas decisões controversas, mas com poucas consequências para além do seu valor de entretenimento. Terá os seus momentos de excitação, mas não será o *beautiful game*.

## **Marketing e Novos Mercados**

Imbuídos da filosofia capitalista, os clubes de futebol têm-se comportado como empresas que respondem às lógicas de mercado. De facto, estes parecem revelar, nos últimos anos, uma perspicácia cada vez maior na promoção nacional e internacional das suas marcas, apostando em estratégias de marketing agressivas na procura de novos consumidores de futebol. Dentro deste espírito comercial e lucrativo, o aumento do preço dos bilhetes, combinado com outros aspectos, tais como os elevados ordenados auferidos pelos jogadores e a subjugação dos clubes face às prioridades das televisões, retiraram ‘alma’ ao futebol, transformando-o apenas e só num negócio lucrativo (Bazel, 2011). No âmbito de todos estes processos de espírito neoliberal, não deixa de ser interessante e revelador a ideia avançada por alguns sectores ligados ao futebol, nomeadamente as televisões e grandes multinacionais tais como a Nike, Adidas ou a Coca-cola, em realizar uma ou duas jornadas do campeonato inglês em outros contextos geográficos, tais como o Médio Oriente ou na Ásia. Esta sugestão foi veementemente contestada pelos adeptos que defendiam que esse tipo de propostas desvirtuava o espírito do próprio jogo. Tal como se pode ler nas palavras de Bazel (2011: 24), as entidades que governam o futebol ‘deveriam mostrar mais respeito pelos adeptos, já que eles têm o poder de construir ou quebrar o campeonato com mais popularidade no mundo’. No entanto, apesar dos protestos terem sido bem-sucedidos neste caso, as políticas comerciais de cariz neoliberal continuam a prevalecer junto das várias entidades que governam o futebol.

## **Os clubes transnacionais**

As profundas transformações ocorridas no desenvolvimento e crescimento do futebol devem ser entendidas no quadro global de transformação das sociedades. À semelhança dos princípios pelos quais se regem que as corporações transnacionais, também os objectivos dos clubes passaram a ser essencialmente financeiros. Clubes como o Manchester United, Real Madrid ou Bayern de Munich têm conseguido, através de estratégias de marketing, expandir a sua base de adeptos além das fronteiras dos respectivos países, conseguindo agregar muitos seguidores em diferentes regiões e continentes. Para o sucesso deste processo de ‘desterritorialização’ cultural é importante salientar o papel dos *media*, nomeadamente dos canais de televisão por cabo e satélite.

A transfiguração dos grandes clubes europeus em corporações foi um processo que se começou a fazer sentir no fim da década de 1980 e que se tem intensificado até aos dias de hoje (Szymanski, 2010; Taylor, 2007). A compra e controlo de alguns dos maiores clubes europeus por magnatas sem qualquer ligação emocional aos clubes são bem ilustrativos deste processo de transnacionalização. Casos como o do Chelsea ou Manchester United tornaram-se nos mais mediáticos, embora haja outros exemplos semelhantes<sup>vii</sup>.

Apesar do impacto da filosofia mercantil e das políticas de mercado livre, Giulianotti e Robertson (2009:95) defendem a ideia de que ‘ainda estamos longe de assistir ao triunfo inquestionável do neoliberalismo dentro do futebol’. Segundo os investigadores, as políticas proteccionistas que alguns países adoptaram têm funcionado como travão às políticas neoliberais. No entanto, parece evidente que a busca obsessiva pela maximização do lucro acentuou, dramaticamente, a intensificação das clivagens económicas entre os clubes. Para o avanço das políticas de liberalização económica no futebol o papel das entidades reguladoras, das grandes corporações internacionais e dos novos meios tecnológicos tem sido decisivo. Tal como foi destacado por Júnior (2005), as novas tecnologias foram responsáveis pela transformação da cultura do futebol na última década. Efectivamente, poder-se-á argumentar que as redes comunicacionais, impulsionadas pelo desenvolvimento tecnológico, tiveram um papel decisivo no crescimento financeiro dos clubes transnacionais. Deste modo, a transfiguração do futebol constitui um aspecto incontornável. Nas palavras de Samuels (2008:1,2), ‘aquilo que era um jogo baseado nas comunidades locais, em apoio local e orgulho local, transformou-se num produto para ser vendido pelo mundo’.



## Global versus Local e Adeptos

A articulação entre o ‘global’ e o ‘local’ elucida todo o processo de transformação dos clubes locais e nacionais para transnacionais. Assim, o termo *glocalization* ajuda a explicar o modo como a simbiose do local e do global difere de acordo com circunstâncias culturais específicas (Giulianotti e Robertson, 2009). Num certo sentido, pode-se afirmar que todos os clubes transnacionais permanecem regionais, já que continuam a manter ligações à comunidade local, quer através dos nomes das equipas e dos estádios, quer através da sua base local de apoio. Ao manterem jogadores emblemáticos que personificam a identidade das equipas e dos adeptos, os clubes procuram não perder a sua raiz identitária. Deste modo, como defendem Giulianotti e Robertson (2004: 553):

Nos mercados de trabalho do futebol, os clubes transnacionais ainda praticam *glocalização* cultural: concedem estatuto a figuras simbólicas nacionais ou locais e recrutam jogadores estrangeiros provenientes de nações culturais similares, ao mesmo tempo que procuram construir um reconhecimento global.

O aparecimento dos chamados adeptos ‘virtuais’ ou, utilizando a expressão de Ary Júnior (2005), do ‘torcedor globalizado’ constitui uma das características mais marcantes do futebol contemporâneo. O surgimento de novos adeptos constitui um dado novo se compararmos com aquilo que acontecia até um passado recente. A forma como as culturas locais negociam a entrada de ‘produtos’ globais deve ser entendida, precisamente, dentro de uma lógica de desterritorialização cultural decorrente da globalização e que, evidentemente, se repercute no contexto do futebol.

Face a este novo cenário interessa perceber de que forma é que os adeptos têm reagido à implementação das políticas de governação comerciais. Não se poderá afirmar que as reacções sejam unânimes. De facto, elas têm divergido consoante os casos e os contextos. Segundo Dubal (2010) os seguidores do Chelsea aceitaram com satisfação esta transformação do seu clube numa corporação transnacional, já que passaram a poder competir com os melhores clubes ingleses e europeus. Já no caso do Manchester United, o cenário foi bem diferente, já que grande parte dos adeptos se posicionou veementemente contra este processo, levando, inclusivamente, uma facção de aficionados a formarem outro clube<sup>viii</sup>. Nas palavras de Dubal (2010:125), ‘o que é único nesta corrente era de comercialização é o seu impacto dramático nos seguidores e na cultura de adepto’. Ainda assim, é interessante salientar que as acções de resistência ao neoliberalismo constituem uma minoria no panorama do futebol actual. De facto, para a maior parte dos adeptos, o enriquecimento económico do clube que apoiam e consequente possibilidade de fortalecimento desportivo parece sobrepor-se a qualquer outro valor.

As políticas comerciais e financeiras no futebol alteraram significativamente o quadro de relações que se estabelecem entre os aficionados e os clubes originando a substituição dos adeptos por consumidores. Esta realidade constitui, sem dúvida, uma das características mais marcantes do futebol contemporâneo. Os clubes de futebol cada vez mais se comportam como empresas que respondem às lógicas de mercado. Esta busca obsessiva pela maximização do lucro, por parte dos vários actores que participam nos processos de governação e regulação, ‘roubou’ o futebol dos adeptos (Samuels, 2008). De facto, os clubes, juntamente com outras entidades, parecem revelar, nos últimos anos, uma cada vez maior perspicácia e agressividade na promoção nacional e internacional das suas ‘marcas’, contribuindo assim para a transformação do adepto tradicional (Madeiro, 2007). Nesta linha de pensamento, tem sido enfatizado o processo de *gentrificação* que tem percorrido os estádios, que diz respeito à substituição dos adeptos provenientes das classes trabalhadoras por consumidores dos estratos mais elevados da sociedade. Nas palavras de Dubal (2010: 135),

O Manchester United já não é um lugar onde os adeptos das classes trabalhadoras podem desfrutar futebol a preços razoáveis, sendo agora um local onde os adeptos de classe média consomem futebol.

Tal como se procurou demonstrar nas primeiras secções do artigo, grande parte dos clubes de futebol, imbuídos na procura do lucro, foram-se transformando em estruturas capitalistas corporativas. Os adeptos, por sua vez, guiados por sentimentos de paixão e empatia para com as suas equipas, viram-se relegados para uma posição desconfortável, já que as transformações no futebol, acima descritas, não deixaram de ter um impacto significativo no modo como estes ‘vivem’ os seus clubes. Mas, enquanto que a maior parte dos clubes se procurou adaptar às novas realidades, houve outros que, juntamente com os seus adeptos,

conseguiram manter o clube com uma identidade própria que pouco tem a ver com o panorama neoliberal. Foi o caso do Athletic de Bilbao.

## **Os Processos de Governação do Athletic de Bilbao**

Tendo em consideração todas as transformações que têm ocorrido na regulação e governação do futebol poder-se-ia esperar, da parte dos adeptos, indícios de enfraquecimento dos laços identitários que os ligam aos clubes, como sinal de uma crescente descaracterização do próprio futebol. Assim, o localismo, o regionalismo e o nacionalismo dariam lugar a um cosmopolitismo, enfraquecendo as culturas locais. No, entanto, partindo do caso do Athletic de Bilbao é possível mostrar que as identidades locais e regionais se têm vindo a reforçar. Desde 1919 que o clube adoptou uma política de governação que o torna num caso singular, especialmente no quadro global actual. A filosofia adoptada pelo clube consiste em contratar apenas jogadores de origem Basca que tenham sido formados no Athletic de Bilbao ou noutros clubes da região. Nas últimas décadas, a política de contratações alargou-se a jogadores que, não sendo oriundos do País Basco, tenham sido formados no clube. Esta filosofia constitui, nas palavras dos seus dirigentes, um motivo de orgulho:

Convertendo-se numa componente de união que se sobrepõe a qualquer outro aspecto da nossa vida diária, marcando também a diferença com qualquer outra filosofia ou forma de entender o futebol em todo o mundo (<http://www.athletic-club.net/>).

### **A evolução histórica do clube**

Para um melhor entendimento das raízes desta política que demarca o Athletic de Bilbao de qualquer outro clube no mundo, convém olhar um pouco para o seu percurso histórico. Fundado em 1898 num contexto de crescente industrialização da cidade o Athletic tornou-se um dos principais símbolos da identidade basca. Até 1936, o clube conquistou um grande número de troféus, tornando-se na equipa de Espanha com mais títulos. O seu estilo de jogo aguerrido e agressivo ganhou reconhecimento internacional ao servir de modelo para a própria selecção espanhola nos Jogos Olímpicos de 1920 ([www.athletic-club.net](http://www.athletic-club.net)). Um aspecto interessante que também merece ser salientado diz respeito ao funcionamento democrático do clube. Ao contrário da maioria dos clubes da altura, as grandes decisões eram tomadas pelos sócios, nomeadamente a eleição do presidente e restantes directores (Duke e Crolley, 1996:30).

Os três anos da guerra civil e o conseqüente período da ditadura franquista enfraqueceram a sua performance desportiva. No entanto, foram determinantes para a consolidação e fortalecimento da identidade do clube. Durante este período as relações entre futebol e política foram intensas. O Athletic de Bilbao, tal como o F.C. Barcelona na Catalunha, representava a aspiração separatista. Em 1937, os Bascos formaram uma equipa, *Euskadi Republic*, que partiu para uma digressão para a Europa de Leste e América do Sul com vista a angariar fundos e apoio para a causa independentista (MacClancy, 1996:191). No entanto, pouco tempo depois, a FIFA decidiu banir a equipa. O forte envolvimento do Athletic com a equipa *Euskadi* esteve na base da perda de prestígio que o clube gozava até então no território espanhol (Duke e Crolley, 1996:31). Com o fim da Guerra e a conseqüente instauração do regime fascista liderado pelo general Franco, o futebol continuou a desempenhar um papel importante nas aspirações políticas:

Na Espanha de Franco, especialmente durante os primeiros anos, o futebol, tal como outras instituições públicas, caracterizava-se por um alto grau de intervenção das autoridades na sua administração, organização, propriedade e controle, sendo que as estruturas do desporto reflectiam o regime político do país (Duke e Crolley, 1996:32).

Numa tentativa de homogeneização política e cultural, o regime franquista forçou o Athletic a uma mudança no nome, passando a designar-se, entre 1941 e 1975, *Atlético de Bilbao*, numa tentativa de aproximação do castelhano ([www.athletic-club.net](http://www.athletic-club.net)). No entanto, os propósitos não foram alcançados, já que o clube continuou a ser uma arena privilegiada de celebração da identidade Basca. Ou seja, longe de constituir um elemento de agregação e de união, o futebol na Espanha ditatorial despoletou, em algumas regiões, formas de contestação social, especialmente reivindicações separatistas. O envolvimento político do Athletic de Bilbao

também se fez notar no período de transição democrática, nomeadamente na defesa da autonomia Basca, no incitamento à aprendizagem do *euskera* ou nas campanhas que exigiam a amnistia para os presos políticos (Shaw, 1987)<sup>ix</sup>. Desde então até aos dias de hoje, os símbolos bascos tal como a bandeira (*ikurriña*) continuam a marcar presença no estádio onde o clube joga, demonstrando que as ligações emocionais que ligam o clube à região continuam bem presentes no imaginário dos adeptos.

### **Governança e Identidade**

A política de governação que tem sido seguida pelo clube tem sido considerada por alguns como anacrónica e antiquada (Shulman, 2004). No entanto, é possível fazer uma leitura um pouco diferente. Numa época marcada pela crescente globalização, comercialização e mercantilização em que a esmagadora maioria dos jogadores não tem qualquer tipo de laço identitário que os una aos clubes que representam, este caso pode ser encarado como uma reacção face à proclamada uniformização económica e cultural. Assim, o Athletic de Bilbao, perseverando os valores e sentimentos locais, representa um símbolo da resistência contra o futebol globalizado (Castillo, 2007). Contrariando a ideia de que a globalização iria resultar numa homogeneidade cultural, este caso demonstra que as culturas locais não assimilam passivamente as grandes tendências políticas, económicas e culturais. Pelo contrário, elas manipulam qualquer produto cultural e redefinem-no de acordo com os seus valores. Assim, em vez do termo globalização, dever-se-ia falar, no contexto do futebol, em *glocalização* como forma de salientar a interdependência entre os processos locais e globais (Giulianotti e Robertson, 2004 e 2009). Tendo como exemplo o Athletic de Bilbao, as palavras de Dubal ganham sentido quando afirma:

As reacções dos adeptos face à implementação da governação de mercado, tornam claro que a ‘neoliberalização’, tal como a globalização, não transforma o mundo numa só sociedade neoliberal e nem os ‘fluxos’ neoliberais atravessam as fronteiras livremente (2010:124).

Assim, os princípios de governação neoliberal são negociados de forma diferente mediante determinado contexto político, económico e cultural.

Uma questão importante que a filosofia seguida pelo clube levanta diz respeito ao êxito desportivo. Sendo o futebol uma prática cultural altamente competitiva, a conquista de troféus é, evidentemente, algo essencial para qualquer adepto. Tem sido argumentado que a política de contratação de jogadores exclusivamente bascos é incompatível, no panorama do futebol actual, com o sucesso desportivo (Shulman, 2004)<sup>x</sup>. No entanto, esta visão, ao centrar-se unicamente na obtenção de troféus, negligencia outros aspectos igualmente vitais para os seguidores de um clube. Dados interessantes revelam que 76% dos adeptos do Athletic põem incondicionalmente a filosofia do clube, mesmo que isso implique a despromoção para a segunda divisão espanhola (McClancy, 1996:195). É nesse sentido que as palavras de Brimson (2000:35) ganham relevância quando afirma que ‘ser um adepto de futebol não tem propriamente a ver com assistir a um grande jogo. Trata-se sim de investir tempo e pertencer a algo, à entidade que é o clube de futebol’. Contudo, quando os grandes êxitos são alcançados, os adeptos sentem-se no direito de reclamar a ‘sua parte’ (Almeida, 2006: 25). A este propósito é interessante destacar a noção de ‘comunidade imaginada’ desenvolvida por Benedict Anderson. Explorando os mecanismos que estiveram na génese das raízes culturais do nacionalismo, o autor defende a ideia que as comunidades não se distinguem pelo seu carácter falso ou genuíno, mas sim pelo modo como são imaginadas. Assim, qualquer nação não é mais do que uma comunidade política imaginada, na medida em que, como afirma Anderson (2005: 25):

Os seus membros nunca conhecerão, nunca encontrarão e nem ouvirão falar da maioria dos outros membros dessa mesma nação, mas, ainda assim, na mente de cada um existe a imagem da sua comunhão.

O apelo à ‘comunidade imaginada’ é um processo que também se encontra fortemente presente na cultura do futebol. Na maioria dos casos, trata-se apenas e só de pura retórica ou de reificação das diferenças culturais. Por outras palavras, cria-se a diferença onde ela não existe. No entanto, tendo em consideração todas as especificidades históricas que estiveram na base da construção do país Basco é possível uma leitura um pouco distinta. Até a um certo ponto, pode-se afirmar que a comunidade imaginada basca tem, efectivamente algo que a distingue culturalmente de outras regiões, nomeadamente a singularidade da sua língua.

Focando-se na sua comunidade local e conseguindo manter-se num bom patamar competitivo, o clube tem sido capaz de se conservar economicamente sustentável. Para além disso, os seus associados continuam a ter uma voz activa nas grandes decisões, o que já não acontece em muitos dos grandes clubes europeus. Tal como salienta Castillo (2007: 28), o Athletic tem persistido no desafio ao espírito da absoluta comercialização pós-moderna, ao ter-se mantido até há poucos anos num dos poucos clubes sem qualquer publicidade inscrita nas camisolas oficiais. As particularidades que caracterizam o clube trouxeram-lhe não só a devida notoriedade mundial como também o respeito de muitos adeptos espanhóis de outros clubes e regiões (Unzueta, 1999). Sendo o futebol um desporto que enfatiza a noção de território e que assenta, em larga medida, na rivalidade e na oposição ao 'outro', esta admiração não deixa de ser notável, sobretudo num país marcado por fortes sentimentos regionalistas e independentistas.

## **Considerações finais**

Tal como se pretendeu demonstrar neste artigo, o rumo neoliberal que tem guiado as sociedades contemporâneas tiveram um impacto muito significativo na forma como se concebe, hoje, o futebol aos mais variados níveis. Partindo da ideia que o desporto em geral e o futebol em particular constituem um campo privilegiado de acesso ao estudo da realidade, procurou-se com este trabalho contribuir para um melhor entendimento na forma como os actores sociais, especialmente os clubes e adeptos, negociam a entrada das políticas neoliberais na arena desportiva.

Uma das ilações que se pode tirar refere-se à possibilidade de se construírem novas formas que, de algum modo, sejam capazes de desafiar as políticas económicas dominantes. Se tomarmos como exemplo o caso do Athletic de Bilbao, concluímos que, ao contrário daquilo que já tem sido defendido, o neoliberalismo não deve ser entendido como uma inevitabilidade histórica. No actual quadro global, esta perspectiva poderá parecer um pouco romântica. No entanto, uma visão puramente economicista da realidade também se apresenta algo redutora. Parte dos adeptos de futebol, através de um processo simbólico de resgate de fronteiras, parece querer ir contra a direcção global das sociedades contemporâneas. Apelando à união da 'comunidade imaginada' localizada, os seguidores e dirigentes do Athletic procuram, por um lado a recuperação nostálgica dos 'velhos valores' do futebol, na forma como um clube pode ser representativo de uma determinada comunidade. Por outro lado, tendo em consideração o contexto político, social e cultural no qual o clube se insere, facilmente se percebe que a sua filosofia de governação se encontra igualmente direccionada à afirmação e celebração da identidade basca. No entanto, dada a longevidade da política adoptada pelo Athletic não se poderá deixar de destacar o seu papel desafiador e contra-hegemónico na resistência à implementação de políticas puramente comerciais de cariz neoliberal que, ainda que possam trazer êxito desportivo, desvirtuam e descaracterizam as especificidades que estiveram na base do nascimento do futebol.

## **Referências Bibliográficas**

- Alabarces, Pablo (2002), 'Aguante and Repression: football, politics and Violence in Argentina', in Eric Dunning, Patrick Murphy, Ivan Waddington e Antonios Astrinakis (eds), *Fighting Fans as a World Phenomenon*. Dublin: University College Press, 23-36.
- Almeida, Pedro (2006), *Violência e Euro 2004. A centralidade do futebol na cultura popular*. Lisboa: Colibri.
- Anderson, Benedict (2005), *Comunidades Imaginadas: Reflexões Sobre a Origem e a Expansão do Nacionalismo*. Lisboa: Edições 70.
- Armstrong, Gary (1998), *Football Hooligans. Knowing the Score*. Oxford: Berg
- Astrinakis, Antonios (2002), 'Subcultures of hard-core fans in West Attica: an analysis of some central research findings', in Eric Dunning, Patrick Murphy, Ivan Waddington e Antonios Astrinakis (eds), *Fighting Fans as a World Phenomenon*. Dublin: University College Press, 88-105.

- Banks, Simon (2002), *Going Down. Football in Crisis: How the game went from boom to bust*. Edinburgh: Mainstream Publishing.
- Bazel, Matthew (2011), *Theatre of Silence: the lost soul of football*. Cambridge: Pegasus.
- Brimson, Dougie (2000), *Barmy Army: The Changing Face of Football Violence*. London: Headline Book Publishing.
- Castillo, Juan Carlos (2007), 'The concept of loyalty and the challenge of internationalisation in post-modern Spanish Football'. *International Journal of Iberian Studies*, 20 (1), 23-40.
- Croci, Osvaldo e Ammirante, Julian (1999), 'Soccer in the Age of Globalization'. *Peace Review*, 4, 499-505.
- Dubal, Sam (2010), 'The Neoliberalization of football: rethinking neoliberalism through the commercialization of the beautiful game', in *International Review for the Sociology of Sport*, 45 (2), 123-146.
- Duke, Vic e Crolley, Liz (1996), *Football, Nationality and the State*. Edinburgh: Longman.
- Giulianotti, Richard e Robertson, Roland (2009), *Globalization and Football*. London: Sage.
- Giulianotti, Richard e Robertson, Roland (2004), 'The Globalization of Football: a study in the glocalization of the 'serious life'' – *The British Journal of Sociology*, 55, 545-568.
- Harvey, David (2005), *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford: University Press.
- Junior, Ary (2005), 'Novas Tecnologias e as Torcidas Virtuais: a transformação da cultura do futebol no século XXI', in Carlos Marques, Sérgio Carvalho e Vera Regina. (eds), *Comunicação e Esporte – Tendências*, 4, 172-186.
- Lago, Alessandro e Biasi, Rocco (1994), 'Italian Football Fans: Culture and Organization', in Norman Booney, Richard Giulianotti e Mike Hepworth (eds), *Football, Violence and Social Identity*. London: Routledge, 73-89.
- Madeiro, Gustavo (2007), 'Sport and Power: Globalisation and Merchandising on the Soccer World. Society and Business Review, 2 (3), 287-298.
- McClancy, Jeremy (1996), 'Nationalism at play: the Basque of Vizcaya and Athletic Bilbao', in Jeremy McClancy (ed), *Sport, Identity and Ethnicity*. Oxford: Berg, 167-199.
- Marivoet, Salomé (2009), 'Subculturas de adeptos de futebol e hostilidades violentas - o caso português no contexto europeu'. *Revista de Sociologia Configurações*, 5 (6), 279-289.
- Marsh, Peter (1978), *Agro: the illusion of violence*. London: Dent.
- Pimenta, Carlos (2000), 'Violência entre Torcidas Organizadas de Futebol'. *São Paulo Perspec.*, 14 (2), 122-128.
- Polanyi, Karl (2007), *La Gran Transformación: crítica del liberalismo económico*. Madrid: Quipu Editorial.
- Popplewell, Oliver (1986), *Committee of Inquiry into Crowd Safety and Control at Sports Grounds: Final Report*. London: HMSO.
- Samuels, John (2008), *The Beautiful Game is over: the Globalization of Football*. Brighton: Book Guild Publishing.
- Shaw, Duncan (1987), *Futbol y Franquismo*. Madrid: Alianza.
- Shulman, Jonathan (2004), 'The Last Genuine Local Team: Athletic Bilbao Surviving in the Spanish League', *Dialogues@Ru*, 3, 57-71.
- Sugden, John; Alan Tomlinson e Paul Darby (1998), 'FIFA versus UEFA in the struggle for the control of world football', in Adam Brown (ed), *Fanatics! Power, Identity and Fandom in Football*. London : Routledge, 11-31.
- Szymanski, Stefan (2010), *Football Economics and Policy*. Hampshire: Palgrave Macmillan.

Taylor, Matthew (2007), *Politics and the People's Game: Football and Political Culture in Twentieth Century Britain*, 1-18, disponível em [www.idrottsforum.org](http://www.idrottsforum.org)

Taylor, Ian (1971), 'Soccer Consciousness and Soccer Hooliganism', in Stanley Cohen (ed), *Images of Deviance*. Harmondsworth: Penguin, 134-164.

Unzueta, Patxo (1999), 'Fútbol y Nacionalismo Vasco', in Santiago Seguro (ed), *Fútbol y Pasiones Políticas*. Madrid: Debate, 147-167.

---

<sup>i</sup> O hooliganismo refere-se a uma subcultura de adeptos, originária na Grã-Bretanha em finais de década de 1960 e que se caracteriza pela procura de confrontação física ou simbólica com outros grupos rivais e/ ou com as forças policiais. Devido à crescente vigilância por parte das autoridades policiais, os *hooligans* adoptaram, mais tarde, o chamado estilo *casual* que se caracteriza pelo uso de vestuário de estilistas de renome (Armani, Burberrys, por exemplo) também como forma de afirmação perante outros grupos rivais.

<sup>ii</sup> De entre estas medidas, destacaram-se o aumento das penas por envolvimento em actos de violência, a eliminação de lugares em pé nos estádios, o aumento do preço dos bilhetes, o reforço policial dentro e fora dos estádios e a 'segregação' dos adeptos 'visitantes' em espaços delimitados e vigiados.

<sup>iii</sup> Embora não seja este o propósito central deste trabalho, é importante referir que o aumento do público feminino não erradicou a cultura patriarcal presente nos estádios. Tendo em consideração que as categorias de 'homem' e 'mulher' são realidades culturalmente construídas, é evidente que muitas mulheres participam, igualmente, na sua própria opressão e essencialização (Almeida, 2006).

<sup>iv</sup> Estima-se que os lucros provenientes das transmissões televisivas do Campeonato Mundial de Selecções de 2010, realizado na África do Sul, tenham rendido à FIFA cerca de 2,4 mil milhões de dólares. Refira-se que esta constitui a maior receita da história dos Mundiais

([http://desporto.sapo.pt/futebol/internacional/artigo/2011/06/11/frica\\_do\\_sul\\_um\\_ano\\_depois.html](http://desporto.sapo.pt/futebol/internacional/artigo/2011/06/11/frica_do_sul_um_ano_depois.html)).

<sup>v</sup> O sistema de apuramento para a *champions league* é complexo, apresentando diversas variantes. No entanto, não deixa de ser significativo o facto de 17 das 32 equipas que participam na 'fase de grupos' na presente edição da prova (2013/2014) serem provenientes dos cinco campeonatos onde o futebol gera mais dinheiro, enquanto que as restantes 15 equipas se distribuem por 13 países. Para além dos 8,6 milhões de euros atribuídos pela participação na prova, os clubes, nesta fase da competição, são premiados com 1 milhão de euros por cada vitória e 500 mil por empate. De salientar, ainda, que as 8 equipas que se qualificaram para os quartos-de-final da prova, são provenientes, apenas, de 4 países, nomeadamente Alemanha, Inglaterra Espanha e França.

<sup>vi</sup> Informações oficiais fornecidas pela UEFA vão ao encontro das ideias apresentadas no que diz respeito às receitas milionárias que esta competição gera. Na edição da prova 2010/2011, por exemplo, a UEFA distribuiu pelos 32 clubes participantes 754,1 milhões de euros. O Manchester United (finalista vencido) foi o clube que mais lucrou, tendo arrecadado 53,197 milhões de euros, cerca de metade proveniente de prémios oferecidos pela UEFA e o restante oriundo do mercado das transmissões televisivas. O F. C. Barcelona, vencedor da competição, conquistou 51 milhões. Os outros clubes com maiores receitas foram o Chelsea F.C e Tottenham Hotspur F.C (Inglaterra), F.C. Schalke e F.C Bayern Munich (Alemanha), Real Madrid C.F (Espanha) e o Internazionale Milano (Itália)

(<http://pt.uefa.com/uefa/management/finance/news/newsid=1661097.html>).

<sup>vii</sup> O Chelsea F.C. foi adquirido pelo bilionário russo Roman Abramovich no ano de 2003 por cerca de 210 milhões de euros ([http://www.dn.pt/inicio/interior.aspx?content\\_id=653084](http://www.dn.pt/inicio/interior.aspx?content_id=653084)) enquanto que o Manchester United F.C. foi comprado pelo norte-americano Malcom Blazer, em 2005, por cerca de 790 milhões de libras (Dubal, 2010).

<sup>viii</sup> Fundado em 2005, o F.C. United of Manchester é uma equipa semiprofissional que milita na sexta divisão inglesa (Northern Premier League). O clube é gerido de forma democrática pelos seus dois mil membros e encontra-se altamente comprometido com a comunidade local, sendo que grande parte dos fundos adquiridos é direccionado para instituições sociais. (<http://www.fc-utd.co.uk/waw.php>).

<sup>ix</sup> Em 1975, após a execução de cinco membros da ETA e da FRAP, a equipa do Athletic entrou em campo com braçadeiras negras como forma de homenagear os revolucionários bascos. Um ano mais tarde, no jogo que opôs as duas maiores equipas bascas (Athletic de Bilbao e a Real Sociedad), os jogadores de ambas as formações acordaram entrar em campo desfraldando a bandeira do país basco, que tal como outros símbolos, estava ainda proibida por lei (MacClancy, 1996:193).

<sup>x</sup> Os resultados obtidos, na época de 2011/2012, desmentem esta convicção. O Athletic de Bilbao disputou a final da 'Liga Europa' e a final da 'Copa del Rey'. Na presente edição da prova (2013/2014) o clube posicionou-se na 4ª posição, lugar que lhe permitirá disputar a 3ª pré-eliminatória de acesso à liga dos campeões.