

O CONCEITO DE ESPAÇO DE REPRESENTAÇÃO DO FUTEBOL COMO POSSIBILIDADE PARA APREENSÃO DO FUTEBOL PROFISSIONAL E AMADOR COMO FENÔMENOS DA ESPACIALIDADE

*The concept of football representational space as a possibility for the apprehension of
professional and amateur football as a phenomenon of spatiality*

Fernando Rosseto Gallego Campos*

***Instituto Federal de Santa Catarina - IFSC / Chapecó, Santa Catarina**
fernando.campos@ifsc.edu.br / fgallego@gmail.com

RESUMO

Reconhecendo a importância do futebol como elemento esportivo, social, econômico, cultural e também espacial, este artigo tem como objetivo apresentar o conceito de espaço de representação do futebol como forma de apreensão tanto do futebol profissional quanto do futebol amador como fenômenos da espacialidade. Baseado no conceito de espaço de representação (espaço vivido) de Lefebvre (1991), o espaço de representação do futebol é a instância da espacialidade em que as experiências futebolísticas são plenamente vividas. Ele é formado pela interação de diversos elementos organizados em categorias centrais (fato futebolístico, prática social do futebol e relações), reinos (organização, *ethos* futebolístico e emoções) e categorias de mediação (estruturas identitárias futebolísticas, mitos, símbolos e discurso). Estes elementos apresentam uma diversidade de apropriações no futebol profissional e no amador. Estas apropriações, que se manifestam através de territorialidades diversas, geram infinitas combinações, já que são inúmeras as significações e formas pelas quais o futebol se apresenta. Entretanto, identificamos em um extremo o espaço de representação ideal do futebol profissional (pautado em competição, rendimento, resultado, poder, remuneração e estrutura institucional estabelecida) e em outro o espaço de representação ideal do futebol amador (baseado no lúdico e em relações que não passam por instituições, contratos ou remunerações). Entre estes espaços de representação ideais do futebol se enquadram todas as formas de futebol, através de diversos espaços de representação do futebol.

Palavras-chave: Futebol. Futebol amador. Espaço de representação. Espacialidade.

ABSTRACT

Recognizing the importance of football as a sport, social, economic, cultural and also spatial element, this article aims at presenting the concept of the of football representational space as a means of apprehending professional and amateur football as phenomena of spatiality. Based on the concept of representational (live space) space coined by Lefebvre (1991), the football representational space is the instance of spatiality in which the football experiences are thoroughly lived. It is formed by the interaction of several elements organized in central categories (football fact, football social practice, and relations), reigns (organization, football *ethos*, and emotions), and categories of mediation (football identity structures, myths, symbols, and discourse). These elements present diversity in the professional and in the amateur football appropriations, that manifest through different territorialities, generating endless combinations, because football presents endless forms and signification. However, there is in one extreme the ideal professional football representational space (based on competition, performance, result, power, remuneration and established institutional structure) and in the other extreme the ideal amateur football representational space (based on ludic and on non-institutional and non-remunerated relations). Among these ideal football representational spaces, there are all forms of football, through different football representational spaces.

Keywords: Football. Amateur football. Representational space. Spatiality.

1 INTRODUÇÃO

O futebol é um importante fenômeno esportivo, social, econômico, cultural e também espacial. No entanto, apesar de esforços de alguns pesquisadores como Mascarenhas (1999, 2013), a ciência geográfica carece de abordagens do futebol como fenômeno da espacialidade, sobretudo aquelas que considerem as diferentes formas de futebol, do profissional ao amador, e suas peculiaridades. Neste contexto, o presente artigo tem como objetivo apresentar o conceito de espaço de representação do futebol como forma de apreensão do futebol profissional e amador como fenômenos da espacialidade.

O espaço de representação do futebol é um conceito derivado das formulações sobre o(s) espaço(s) de representação (espaço vivido) de Lefebvre (1991). É a instância em que o futebol é plenamente vivido. Ele é formado pela articulação de diversos elementos – apresentados a seguir – que, ao serem apropriados por diferentes atores socioespaciais, produzem territorialidades. Desta forma, é capaz de operacionalizar estudos geográficos tanto de futebol profissional quanto de futebol amador.

2 ESPAÇO DE REPRESENTAÇÃO

Antes de se falar do espaço de representação do futebol, é necessário discutir algumas formulações de Lefebvre acerca da espacialidade. Para tal, uma análise de Shields serve de base para a proposta de epistemologia do espaço de representação do futebol. Shields (1999, p. 154, grifo do autor) fala da relação entre *os espaços* de representação e *o espaço* integral de Lefebvre:

Lefebvre's "*l'espace*" is a term that always makes one want to complete it: "the space" of everyday life; of geometric concepts; of the city. Each is completely different. In referring to this third aspect of "*spaces* of representation" Lefebvre creates an apparent tautology: one aspect of "space" is these "spaces.... It is like saying that space is made up of space. If this is taken as a logical statement, then Lefebvre's logic is jumbled from the start, but because he operates with a metaphorical notion of *l'espace*, or "the space", it is quite possible that his overall *l'espace* is on a completely different plane to "*les espaces de representation*". This is much more easily understood as the reflexive quality of spatialisation that weighs on subsequent social action, dreams for, and perceptions of, the world as space of distance and difference. Lefebvre tries to tell us that the system of space is not just spatial practice, in the sense of its social construction, but equally the representations of it and discourses about it, and it is also equally its reflexive effects, promoting here, limiting there¹.

Retomando as ideias de Shields: o espaço de Lefebvre é formado por espaços (de representação), ou seja, ou isto é uma incoerência ou significa que o espaço (total) se encontra em um nível diferente dos espaços de representação. Assim sendo, tanto o espaço é formado por espaços de representação – em conjunto com representações do espaço e prática espacial (LEFEBVRE, 1991) – quanto os espaços de representação se conformam como um conjunto de dimensões do vivido. Desta forma, não há simplesmente *um* espaço de representação, mas *vários* espaços de representação.

Mas se há vários, o que os diferencia? Justamente o universo simbólico que abarcam. Portanto, é possível se falar em um espaço de representação do futebol. Este é a instância da espacialidade em que as pessoas e grupos experienciam o futebol em todas as suas modulações, se apropriando de seus elementos e produzindo territorialidades. Ele possui grande relação com as demais instâncias da espacialidade (percebido e concebido), bem como com os demais espaços de representação (como o das artes, por exemplo). Sua prática se dá na vida cotidiana, sendo na pós-modernidade de maneira mais intensa, devido à emergência da socialidade (MAFFESOLI, 2006).

Com o atributo de relacionar o universo consensual e o reificado, o espaço de representação do futebol é capaz de produzir uma infinidade de representações sociais (MOSCOVICI, 2003), que invadem – assim como os elementos simbólicos desta instância da espacialidade – com enorme força as demais dimensões da vida cotidiana, justamente porque o futebol transcende sua condição de fenômeno esportivo e penetra nos interstícios das relações socioespaciais.

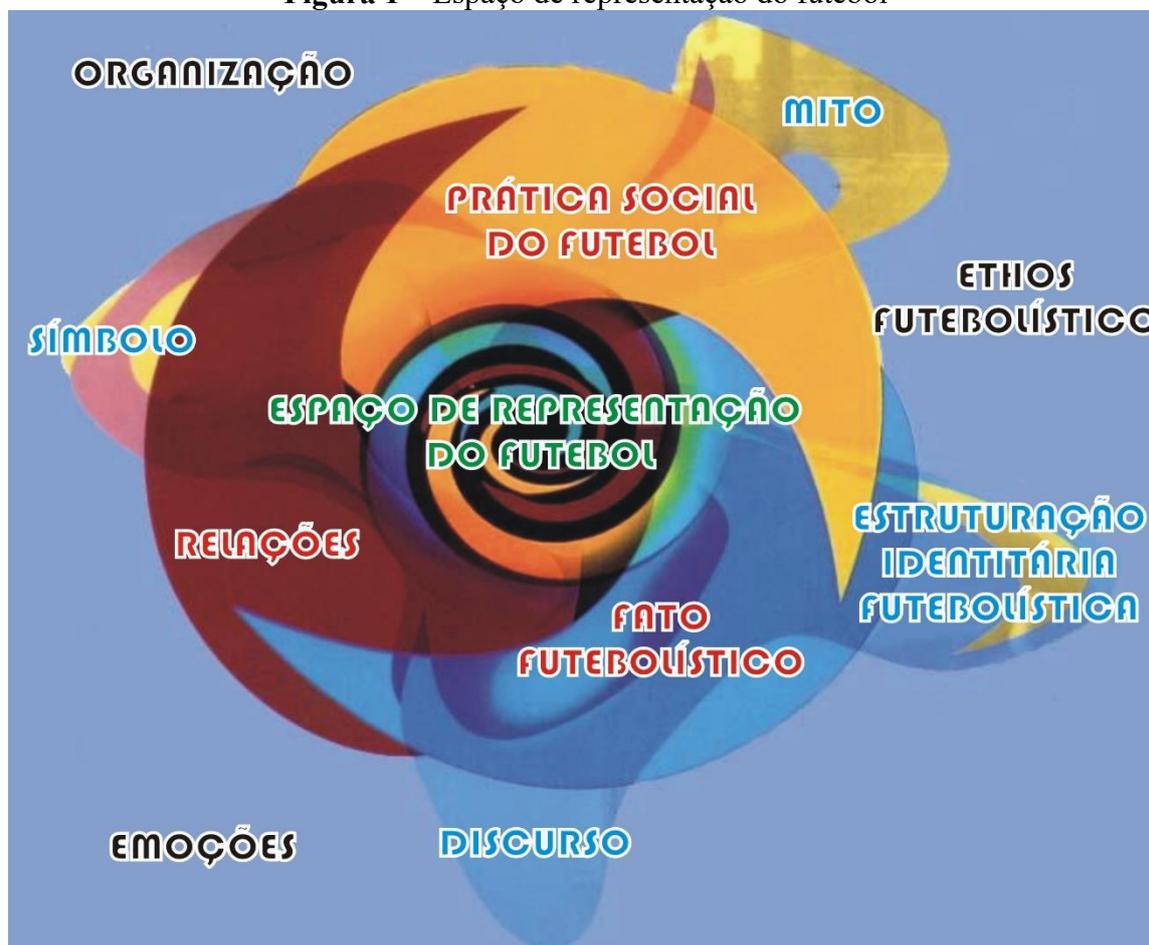
3 ESPAÇO DE REPRESENTAÇÃO DO FUTEBOL

A estruturação do espaço de representação do futebol tem como base o redimensionamento do espaço de representação realizado por Gil Filho (2003b) em seus estudos acerca da geografia da religião. O espaço de representação do futebol se estrutura através de círculos que interagem entre si, formando complexas relações. Há o círculo dos reinos, o das categorias de mediação e o das categoriais centrais.

Os reinos se manifestam enquanto representação social; já as categorias centrais, através de sua interação, produzem o conceito de espaço de representação do futebol. Elas se expressam através do círculo das categorias de mediação. As categorias centrais do espaço de representação do futebol se dividem: o fato futebolístico, prática social do futebol e as relações.

Estas três categoriais centrais se relacionam com os três reinos desta instância da espacialidade – da organização, das emoções e do *ethos* futebolísticos. Esta relação ocorre através das quatro seguintes categoriais de mediação: o mito, o discurso, a estruturação identitária futebolística e o símbolo. A inter-relação de todos estes elementos constitui o espaço de representação do futebol (Figura 1).

Figura 1 – Espaço de representação do futebol



Fonte: Elaborado pelo autor (2009), adaptado de GIL FILHO (2003a).

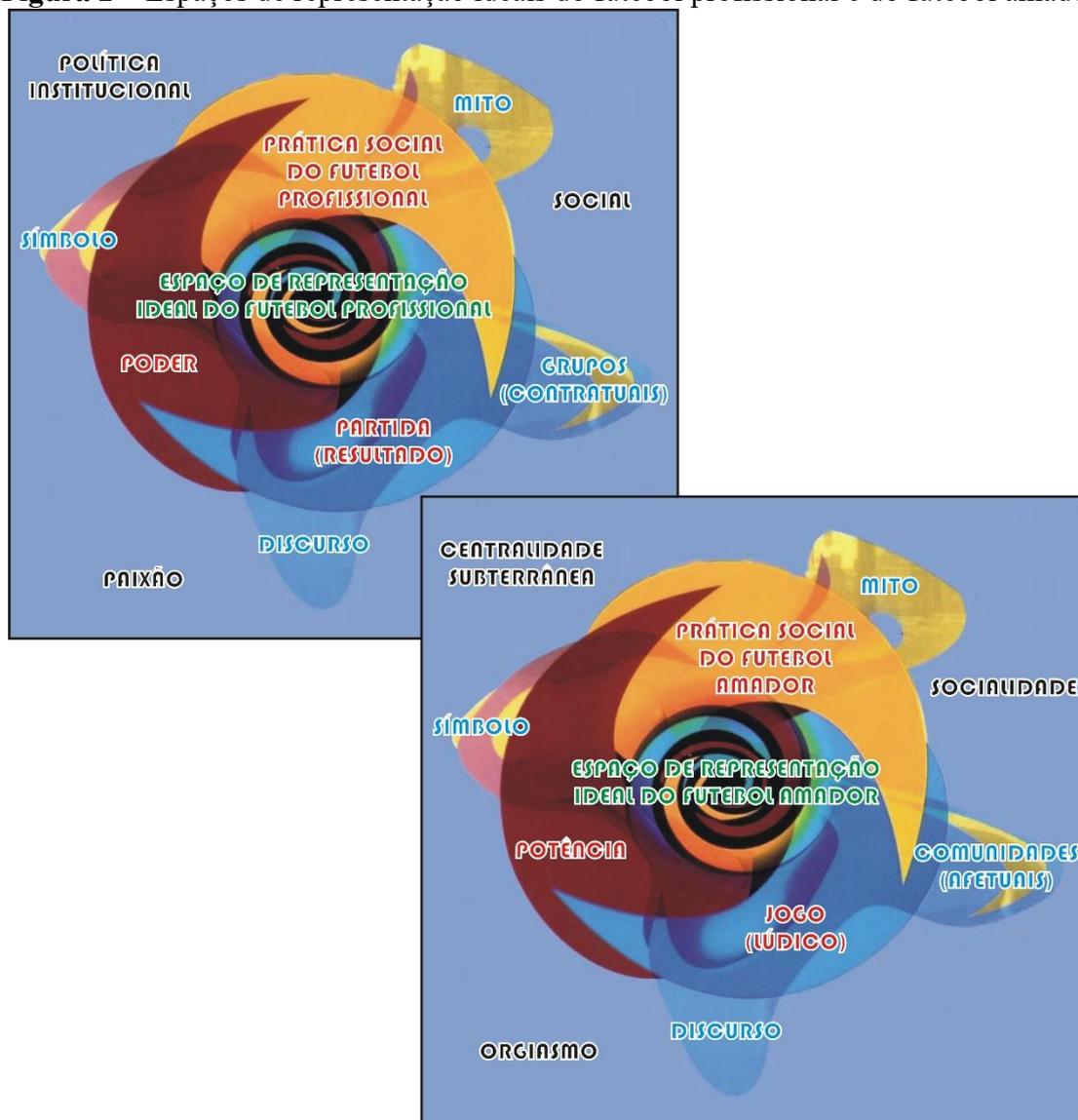
Os elementos do espaço de representação do futebol se modificam na medida em que se aproximam mais de uma lógica profissional ou de uma amadora. Não é possível separar estas duas lógicas, já que uma permeia a outra, mas pode-se partir de dois extremos.

O primeiro deles é que a lógica do futebol profissional é pautada na competição e no rendimento, enfatizando o resultado e que suas relações de trabalho, pautadas no poder, são profissionais, ou seja, remuneradas e registradas em alguma instituição da extensa estrutura do futebol profissional que vai desde a FIFA até os clubes.

No outro extremo, a lógica do futebol amador está fundamentada no lúdico, não existindo relações contratuais com instituições futebolísticas, que preveem remuneração. Esta pode existir, mas não mediante contratos com clubes, mas com empresas ou através de pagamentos informais – os *bichos*. As relações se baseiam na potência, que circula através de uma organização calcada na centralidade subterrânea (MAFFESOLI, 2003; 2006).

Estes dois extremos são apenas construções teóricas, dois redimensionamentos do espaço de representação do futebol. Desta forma, serão chamados, respectivamente, de *espaço de representação ideal do futebol profissional* e *espaço de representação ideal do futebol amador* (Figura 2).

Figura 2 – Espaços de representação ideais do futebol profissional e do futebol amador



Fonte: Elaborado pelo autor (2009).

Legenda: De cima para baixo – (01) Espaço de representação ideal do futebol profissional; (02) Espaço de representação ideal do futebol amador.

Entretanto, não há uma dicotomia, mas uma gama de significações simbólicas que se aproximam mais do espaço de representação ideal do futebol profissional e outras que se situam mais próximas do espaço de representação ideal do futebol amador.

Esta gama de significações promove uma espessura no espaço de representação do futebol, que é um híbrido entre os espaços de representação ideais do futebol amador e do profissional. Assim, é possível dizer que cada um destes espaços ideais possui: uma prática social própria; diferentes significações ao fato futebolístico; bem como distintas relações; entre outros elementos.

4 ELEMENTOS DO ESPAÇO DE REPRESENTAÇÃO DO FUTEBOL

4.1 Categorias Centrais

O fato futebolístico pode ser apontado como elemento original do espaço de representação do futebol, pois sem ele os outros não fariam sentido. Ele é a partida, o próprio jogo de futebol, ou seja, o ritual. É a partir do fato futebolístico: que as pessoas, os grupos e as comunidades formulam as representações sociais; que os diferentes atores do espaço de representação do futebol se relacionam e produzem seus discursos; que os símbolos e mitos são gerados; enfim, que toda a malha de significados que permeia o futebol é criada.

No entanto, o fato futebolístico pode se apresentar de maneiras diversas nas modulações desde o espaço de representação ideal do futebol amador até o profissional. No futebol profissional, ele é a partida, representada da forma mais espetacularizada (DAMO, 2007) e baseada em regras oficiais – formuladas, padronizadas, exigidas e supervisionadas por uma estrutura institucional, que vai desde a Fifa/International Board até os clubes. Já no futebol amador, tais regras não precisam ser respeitadas para caracterizar o fato futebolístico. Ele pode ser apenas um jogo entre dois amigos manipulando uma bola (não necessariamente com tamanho e peso oficiais) com os pés, cabeça, entre outras partes do corpo com exceção aos antebraços, braços e mãos.

Esta definição do fato futebolístico amador é uma das que mais se distanciam do futebol profissional, mas há práticas que procuram se aproximar. Podemos observar esta tentativa de aproximação em campeonatos vinculados a federações estaduais, que seguem as regras do futebol profissional. Entre os dois amigos brincando com a bola – matriz bricolada (DAMO, 2007) – e a partida do campeonato da federação – matriz comunitária (DAMO, 2007), há uma infinita gama de fatos futebolísticos amadores que criam suas próprias regras.

No entanto, o que diferencia o fato futebolístico profissional e amador não é apenas a primeira natureza (TOLEDO, 2002), ou seja, o conjunto de regras, mas sua ênfase ou objetivo. Chamaremos o fato futebolístico do futebol profissional de partida, que se caracteriza pela busca do resultado (em geral, a vitória) e pela ênfase no rendimento e na competição. Já no que se refere ao futebol amador falaremos de jogo, que está fundamentado no lúdico, no jogo pelo prazer de jogar (HUIZINGA, 2007). Entretanto, é possível – e não muito difícil – encontrar o lúdico no fato futebolístico profissional e a competição no amador, pois, como já dito, tais lógicas estão entremeadas.

O futebol apresenta uma prática social própria, porém altamente articulada com a prática social cotidiana. Tal articulação se dá de maneira mais íntima em sociedades em que o futebol se configura como um importante elemento sociocultural e de sociabilização. No caso brasileiro, parte-se do pressuposto que a prática social do futebol é indissociável da prática social em sentido geral e vice-versa. A mobilização social em torno da Seleção Brasileira em época de Copa do Mundo, sobretudo, é um exemplo desta articulação.

Em dia de jogo, funcionários são dispensados, os torcedores se reúnem em bares ou em suas próprias casas para assistir à partida, a mídia se volta para a partida e seus preparativos. Esta talvez seja a manifestação melhor acabada, na qual o futebol faz realmente parte da prática social cotidiana do brasileiro, mas não é a única. A mobilização em torno dos jogos dos clubes e times amadores, as

conversas nos bares, as provocações a torcedores rivais ou a reunião dos dois times depois de uma pelada para se confraternizar nos botecos também demonstram que o dia a dia dos brasileiros é permeado por representações sociais referentes ao futebol.

Dentro do contexto do espaço de representação do futebol a prática social do futebol corresponde a toda e qualquer relação social produzida pelo futebol, abrangendo o ir ao estádio; o jogar; o torcer. Inclui até os comentários produzidos pela partida ou pelo jogo e seus bastidores.

Entender a prática social do futebol é passo fundamental para compreender a construção do espaço de representação do futebol, pois são nas relações da vida cotidiana que vão circular, ser criadas e modificadas as representações sociais. A socialidade *maffesoliana* (MAFFESOLI, 2006) pauta esta prática, sobretudo no que se refere às manifestações do futebol amador, e àquelas realizadas pelos torcedores tanto do amador quanto do profissional.

Segundo Berger e Luckmann (1999), a realidade social é construída objetiva e subjetivamente pelas pessoas a partir de suas relações cotidianas. Como o futebol faz parte desta realidade, ele pode ser apreendido como, ao mesmo tempo, um produtor e um produto de representações sociais através das quais o mundo cotidiano apresenta-se como coerente e dotado de sentido para as pessoas, que partilham uma realidade subjetivamente significativa. Desta forma, a prática social do futebol penetra na prática espacial cotidiana, fazendo com que ela seja puncionada por momentos de presença (LEFEBVRE, 2006).

A prática social do futebol se organiza em torno do “aqui e agora”, ou seja, do espaço (o corpo) e do tempo (presente), assim, se fundamenta na escala do tátil, na presença e no presenteísmo (MAFFESOLI, 2003). O que está inserido neste recorte pode ser manipulado e apreendido pela consciência, bem como, é mais facilmente incorporado às pulsões gregárias, de caráter trágico-dionisíaco (MAFFESOLI, 2003). O *face a face* constitui a base da interação social, sendo que os demais casos derivam deste.

Portanto, no futebol profissional, o encontro de torcedores no estádio ou em espaços públicos é a situação mais propícia para o surgimento, modificações e circulações de representações sociais. Estas redefinem constantemente os elementos simbólicos do espaço de representação do futebol, bem como aspectos ligados à própria prática social do futebol, como os significados e formas de torcer.

Já no futebol amador, o *face a face* é muito mais constante pela própria natureza lúdica do fato futebolístico. Tal interação remete à proxemia (MAFFESOLI, 2003), ao caráter comunitário presente não apenas entre torcedores, mas também e, sobretudo, entre jogadores e demais envolvidos. Desta forma, as relações afetuais se dão de forma mais direta tanto entre as pessoas quanto com os territórios e territorialidades.

Não obstante, a prática social do futebol não se esgota no aqui e agora, podendo ser mediada. Neste sentido, as representações sociais são geradas e modificadas não apenas no contato direto entre pessoas, grupos, comunidades e tribos, mas também, através de mediações, como o discurso da mídia, incorporado por torcedores, aficionados e praticantes do futebol.

Constantemente, é através da mídia que são construídos os referenciais da prática social do futebol, bem como do fato futebolístico. Ela cria representações sociais que valorizam ou desvalorizam jogadores, clubes, campeonatos, etc. Tais representações, em geral, são ligadas ao futebol profissional – dado o maior espaço destinado a este nas coberturas –, mas também influenciam na prática amadora do futebol.

A própria transmissão de uma partida, seja pelo rádio ou pela televisão, é assimilada pelo telespectador/ouvinte através de representações sociais formuladas pela crônica esportiva. A televisão, através dos cortes de câmera, mostra uma das maneiras possíveis de se ver o jogo, bem como produz narração e comentários que induzem à criação de representações sociais consonantes com a visão da imprensa esportiva (BOURDIEU, 1997). Tais representações sociais são incorporadas pelos torcedores e reproduzidas em seus discursos nos encontros públicos (nos bares, nos terminais, no trabalho).

Outra categoria central do espaço de representação são as relações estabelecidas entre as

pessoas, entre os grupos e comunidades, bem como entre as pessoas e os agrupamentos das quais fazem parte (contratuais ou afetuais). Há uma distinção entre os atores do espaço de representação do futebol profissional e amador. Enquanto no futebol profissional estes atores são definidos pela função exercida, no futebol amador, o são pelos papéis assumidos (MAFFESOLI, 2006).

Assim, os atores do futebol profissional são mais facilmente identificáveis – mesmo havendo uma sobreposição entre os grupos – e divididos em: profissionais (participam ou influenciam diretamente no fato futebolístico); especialistas ou mídia (não jogam nem torcem, ocupando uma posição entre a categoria dos profissionais e dos torcedores); torcedores (se aglutinam em torno de uma instituição futebolística através de ligações afetivas e identitárias) (TOLEDO, 2002).

No futebol amador, as pessoas podem constantemente trocar de papéis e não possuem relações contratuais, portanto, torna-se mais complexo realizar uma classificação. No entanto, é possível partir de alguns papéis, como o de praticante – aquele que joga –, o de espectador – aquele que assiste e, eventualmente, torce, se transformando em torcedor –, o de especialista – o que cobre, analisa e noticia o futebol amador. Esta é uma classificação simplista, pois pode haver uma constante troca de papéis, bem como o surgimento de novos. Por exemplo, a mesma pessoa que estava jogando há dez minutos, pode apitar a partida dos colegas; o jornalista que cobria o jogo de um campeonato amador se reúne com seus amigos para uma pelada.

Neste universo do futebol amador, os papéis não se limitam àqueles ligados diretamente ao fato futebolístico e sua apreensão, podendo também haver papéis independentes do fato futebolístico, como o amigo que vai para fazer churrasco e nem sequer acompanha o jogo, as esposas/maridos que vão para assistir seus companheiros jogarem, mas se entretêm com outras atividades, entre outros vários papéis.

No espaço de representação ideal do futebol profissional as relações se pautam no poder. Já no amador, estas ocorrem a partir da potência (MAFFESOLI, 2006). O poder permeia todas as relações do futebol profissional, sejam elas promovidas no fato futebolístico ou na prática social do futebol (FOUCAULT, 1998; 2007; RAFFESTIN, 1993). Ele se materializa nas relações entre os diferentes atores do espaço de representação do futebol, formando representações sociais, símbolos, mitos modernos, valores, discursos, etc.

Os diferentes atores interagem entre si formando uma rede de relações socioespaciais a partir do futebol. Nesta rede, o poder é exercido de diversas maneiras entre as instituições e os atores. Mesmo entre atores de uma mesma categoria o poder está presente em qualquer relação. Desta forma, o poder pode ser apreendido como uma relação de força entre os atores socioespaciais e os indivíduos. “O poder não se dá, não se troca nem se retoma, mas se exerce, só existe em ação, como também da afirmação que o poder não é principalmente manutenção e reprodução das relações econômicas, mas acima de tudo uma relação de força” (FOUCAULT, 1998, p. 175).

4.2 Reinos

O poder, mesmo na pós-modernidade (MAFFESOLI, 2006), favorece a criação do reino da política institucional, bastante desigual, calcado na verticalidade. É neste reino, refúgio do paradigma social, que as instituições futebolísticas interagem através de relações de poder. Tais relações são fundamentalmente políticas, pois é a partir delas que os indivíduos e grupos se diferenciam dos outros e que as organizações mantêm (ou procuram manter) sua ordem interna.

As instituições são construídas a partir de uma historicidade compartilhada, tendo histórias próprias que precisam ser compreendidas para ser possível entender adequadamente uma instituição – tal qual clubes, federações, confederações, torcidas organizadas, entre outras. A tradição é extremamente valorizada no espaço de representação do futebol profissional, no qual a hierarquização promovida pelo poder se materializa nas regras, além de em outras situações. O poder (sobretudo, da política) e a hierarquização institucional são as bases para o paradigma do social, atrelado à modernidade (MAFFESOLI, 2006). Tal organização vai favorecer a preservação de identidades fixas,

que contrastam com aquelas da socialidade (HALL, 2005; MAFFESOLI, 2005, 2006).

Desta forma, o futebol profissional é o reduto dos discursos identitários nacionalistas – mesmo que sejam acompanhadas por interesses econômicos. As próprias instituições procuram preservar as territorialidades dos estados-nações ao ter suas alçadas circunscritas às suas fronteiras, bem como organizando competições que procuram reforçar este sentimento (campeonatos nacionais, Copa do Mundo, etc.).

Entretanto, o futebol profissional também produz outra estruturação identitária, mas em escala diferente: a identidade clubística, que pode ser interpretada como uma identidade fixa, pois o sujeito tende a torcer pelo mesmo clube por toda sua vida. Há possibilidade de troca, mas isto é socialmente condenável e o sujeito será taxado de *vira casaca*.

Sob o paradigma da socialidade, a política e, conseqüentemente, o poder se encontram saturados. Ganha força, então, outro tipo de organização: a potência, tratando-se de uma força horizontal, que muito mais do que diferencia, iguala, e muito mais do que separa, une. É através desta força “bem difícil de explicar” que as comunidades (tribos e massas) se relacionam e mantêm uma “harmonia conflitual” (MAFFESOLI, 2006, p. 69).

A potência não substitui o poder, mas mantêm uma relação dialética com ele. No entanto, rompe com o caráter individual do poder, valorizando a vida comunitária ou, nos termos de Maffesoli (2006, p. 89), o “divino social”, cujas características são o rompimento: com o mito progressista; com a estabilidade dos conceitos e teorias; e com as identidades fixas modernas. Por outro lado, há a valorização do hedonismo, do sentimento religioso, do qualitativo, bem como da utilização de imagens e formas. Esta última característica é a base para a formação de tribos, de seus referenciais e do próprio ideal comunitário.

A potência, expressada pelo estar-junto, tem como base o orgiasmo, as paixões e os sentimentos coletivos de base trágico-dionisíaca – que se fundamentam em imagens e formas, assim como as produzem e reproduzem.

Nesse sentido a utilização das formas pode ser o indício de uma socialidade viva que não se situa mais nem a favor nem contra o poder, mas que, na melhor das hipóteses, o ignora, na pior, o despreza. A derrisão na qual está envolta a política, a utilização das imagens irônicas, humorísticas, por via impressa ou televisual, são bons indícios de uma potência de base que não mais se reconhece na abstração conceptual do poder.

É sempre instrutivo, para o observador social, estar atento à dialética entre o poder e a potência. Ao elaborar o ideal democrático a modernidade pôs a ênfase sobre o primeiro e, deste modo, valorizou a expressão conceptual e a visão teórica do mundo. Já a pós-modernidade tende a privilegiar a expressão imagética e o jogo das formas. Por conseguinte, é outro modo de estar-junto que se configura, o do ideal comunitário, expressão direta da potência. Esta não tem necessidade alguma de se legitimar através de uma racionalização teórica, pode dispensar representações, tanto intelectuais quanto políticas; por outro lado, ela é, ao mesmo tempo, a causa e o efeito de uma série de emoções, de paixões e de sentimentos coletivos, donde a profusão de imagens e o jogo das formas de que se acabou de tratar. Em suma, existe uma relação direta entre o ressurgimento da forma e o da comunidade (MAFFESOLI, 1998, p. 104-105).

A potência, ao mesmo tempo em que se esquivava do poder e de sua política institucional, acaba penetrando com enorme força estas instituições. Tal penetração, bem como a circulação da potência em geral, que não necessita de uma instituição para legitimá-la, se dá a partir de uma centralidade subterrânea (MAFFESOLI, 2005; 2006). Esta rede de relações, que encontra seus nós nas tribos e no seu diálogo com a massa, se constitui a partir dos referenciais, ou seja, as representações sociais compartilhadas. Esta estruturação informal, mas que pode se materializar em uma instituição ou agrupamento (clube, time de bairro, time de empresa, etc.), se fundamenta na

espontaneidade dos membros, no *ethos* comunitário, no arraigamento dinâmico, no hedonismo e nos afetos.

Desta forma, despreza o poder institucional, o individualismo e, em consequência, a identidade moderna. Os times de bairro são formados por vizinhos, conhecidos, amigos, sendo que por mais que haja papéis preestabelecidos, entre os membros não há uma clara distinção, sendo sua relação baseada na potência, o que facilita a proximidade entre as pessoas em detrimento das relações frias dos contratos do futebol profissional.

4.3 Categorias de mediação

O futebol amador se baseia na lógica da identificação e não na da identidade, ou seja, as estruturas identitárias deixam de ocorrer a partir do indivíduo, mas a partir das tribos. A pessoa pode fazer parte de quantas tribos queira podendo *migrar* constantemente entre elas. Ele busca um *nós coletivo*, a partir do qual experienciará o orgasmo, forma de laço afetual que não se sujeita às estruturas e relações de poder (MAFFESOLI, 2006).

Assim, como as instituições no futebol amador são menos fixas e a liberdade pessoal de escolha e circulação é maior, tanto o praticante quanto o espectador procuram aquele time que mais lhe proporciona momentos de presença, orgasmo. Isto não significa que não haja fidelidade no futebol amador. É apenas uma fidelidade diferente, talvez até mais forte, pois se baseia quase que exclusivamente – nas manifestações que se aproximam da matriz bricolada (DAMO, 2007) – nos afetos.

Se os torcedores no futebol profissional carregam sua paixão pelo seu clube até morrer, os aficionados pelo futebol amador (que podem até serem as mesmas pessoas) carregam seus afetos pelo futebol em si. Estes afetos podem ser canalizados para um clube – no caso da matriz comunitária (DAMO, 2007), que tem instituições com maior tradição – ou para o simples gosto de acompanhar um jogo qualquer. Quando se trata do praticante, não há dúvidas de que o futebol amador engendra maior fidelidade, uma vez que se joga por vontade, por amor, pela diversão, sem nenhuma (ou menores do que no futebol profissional) obrigação contratual e cobrança de rendimento. Desta forma, as emoções no contexto do futebol amador ocorrem a partir de pulsões gregárias (MAFFESOLI, 2006) a fim de celebrar uma estruturação identitária baseada na vida comunitária através de imagens tutelares, como o é uma equipe de futebol.

As grandes cidades transformaram-se em campos onde os bairros, os guetos, as paróquias, os territórios e as diversas tribos que os habitam substituíram as aldeias, lugarejos, comunas e cantões de antigamente. Mas, como sempre, é necessário reunir-se em torno de uma imagem tutelar. O santo patrono venerado e celebrado será substituído pelo guru, pela celebridade local, pela **equipe de futebol** ou pela seita de modestas dimensões (MAFFESOLI, 2006, p. 85, grifo nosso).

Esta equipe pode ser um clube, ou seja, uma instituição ou mesmo um time de bairro, de empresa ou formado por amigos. Neste último caso, o caráter comunitário é evidente, mas no caso do clube (que pode até ser profissional), a estruturação identitária se dá *a partir do* clube e não *pelo* clube. Em outras palavras, a pessoa não necessariamente se identifica com o clube em si, mas com a situação de orgasmo (MAFFESOLI, 2006) e reunião comunitária que este clube propicia.

Desta forma, o clube ou o time é o pretexto para a reunião, é o meio para se atingir o orgasmo, mas não um simples meio, descartável e substituível. As emoções e o orgasmo no futebol, sobretudo sob o paradigma da socialidade, não são produzidos pelo clube ou time em si, por mais que haja uma forte vinculação e sentimento por tal, mas pelas experiências que a reunião em torno dele propicia. A lógica do clubismo (DAMO, 2007), do futebol profissional é diferente, pois tem fundamento individualista, ou seja, suas manifestações são fortemente vinculadas às identidades. Desta forma, orgasmo é suplantado pela paixão individual.

Apesar de diversas diferenças apontadas, há algumas semelhanças (mas não homogeneidade) entre o futebol amador e o profissional, sobretudo no que diz respeito aos símbolos. Tal elemento, juntamente aos mitos, é fundamental na construção do espaço de representação do futebol, pois são eles que vão produzir sentido e perpetuar o universo simbólico do futebol.

Eles surgem e circulam como representações sociais nas relações cotidianas produzidas pelo futebol. Os símbolos estão presentes nos comportamentos, sentimentos, desejos e atos das pessoas e dos grupos ou das comunidades. Desta forma, ignorá-los seria omitir uma parte importante da constituição do espaço e também da vida das pessoas, grupos e comunidades.

Segundo Chevalier e Gheerbrant (2007, p. xii), “seria pouco dizer que vivemos num mundo de símbolos – um mundo de símbolos vive em nós”. Através dos símbolos é possível desvelar manifestações do inconsciente, os motivos das ações, enfim, descobrir os aspectos mais íntimos que motivam as mais diversas relações. Eles podem ser, todo e qualquer artefato ligado ao futebol – nome, brasão, totens, etc. – desde que possuam significados partilhados. O símbolo vai além do significado do objeto em questão, estendendo-se ao sujeito. Assim, os significados dos símbolos não são universais e intemporais, pois estes dependem da cultura na qual estão imersos, da época que se trata, de quem se apropria deles e das instituições ou comunidades que representam.

Todavia, as mudanças de significado não são rápidas nem simples, mas são mais constantes sob a lógica do futebol amador, no qual as imagens são fundamentais para a constituição de comunidades afetuais, sendo que tais imagens só assumem significados fortes o bastante para provocar o orgiasmo, o sentimento trágico-dionisíaco se forem apropriadas como símbolos (DURAND, 2002; MAFFESOLI, 1998).

Inseridos no pensamento simbólico encontram-se, também, os mitos que possuem diferentes formas de construção e apropriação nos futebolis amador e profissional. Enquanto neste podemos denominar os mitos como modernos, naquele os mitos fazem parte de uma montagem mitológica fundada no sentimento trágico.

No futebol profissional os mitos são as referências do passado do esporte e das instituições (clubes, seleções). Eles são construídos através da mitificação de jogadores, treinadores, dirigentes, jornalistas, entre outros atores do espaço de representação do futebol profissional. Estes mitos carregam as características dos mitos modernos por se fundamentarem no culto ao herói ou à raça (CASSIRER, 2003).

Os mitos modernos são uma espécie de referência ou parâmetro aos quais os atuais atores do espaço de representação do futebol profissional devem se reportar e seguir como exemplo. Eles afloram em épocas em que o clube (ou instituição em questão) está encontrando dificuldades ou até mesmo quando grandes resultados no fato futebolístico fazem com que os atores socioespaciais se remetam ao passado.

No futebol amador os mitos possuem outra dinâmica, sendo tão ou mais importantes. Eles são evocados a fim de aglutinar as pessoas em tribos, por possuírem forte caráter imagético. Entretanto, não se fundamentam em uma grande referência, mas em várias pequenas mitologias, o que propicia o sentimento tribal.

A montagem mitológica do futebol amador, de origem arcaica, se desenrola a partir do sentimento trágico simbolizado pela figura de Dioniso (MAFFESOLI, 2003). Assim, os mitos do futebol amador se baseiam no presenteísmo, no cíclico, no lúdico e nos excessos permitidos nas aglomerações. Os mitos não são evocados para se chegar a um desfecho, mas para potencializar o orgiasmo. Associados aos mitos estão os ritos, que, podem ser vistos como o próprio fato futebolístico ou alguns dos demais encontros – como em bares, churrascos, etc. – promovidos pela prática social do futebol. Esta teatralização tem dimensão duradoura e cíclica de modo a propiciar a criação de novas imagens comunais, bem como a evocação de antigas, facilitando a construção de territorialidades (MAFFESOLI, 2003; HAESBAERT, 2004).

O discurso é outro importante elemento simbólico, pois além de produzir representações sociais, é produzido também a partir delas. Ele não deve ser encarado como transmissão de

informações, mas sim, como produtor de efeitos de sentidos.

Portanto, o que quer se dizer é menos importante do que é entendido, sendo que “o discurso não é definido como transmissão de informação, mas como efeito de sentidos entre locutores (M. Pêcheux, 1969)” (ORLANDI, 1983, p. 149). A autora continua chamando atenção também às condições de produção, o que, justamente, vai marcar as diferenças entre os discursos do espaço de representação do futebol amador e do profissional: “Se já considerada, de partida, que o contexto, as condições de produção são constitutivas de sentido, a *variação é inerente ao próprio conceito de sentido*” (ORLANDI, 1983, p. 149).

Se o discurso é um signo de algo *para* alguém *em* um determinado contexto, suas condições de produção estão ligadas aos seguintes fatores: lugar e cena (os papéis ou as funções do sujeito no espaço de representação do futebol, bem como em que contexto espacial, temporal e social fala); gêneros de discurso (coerções institucionais e de ritos enunciativos); autoridade (reconhecimento do discurso como legítimo); cenografia e *déixis* (coordenadas espaço-temporais implicadas na enunciação, ou seja, a relação do enunciador e enunciatário, bem como suas topografias e cronografia); e o *ethos* (valores que são expressos sem se dizer, ou seja, através do tom do discurso, que está ligado a traços psicológicos e com a corporalidade) (MAINGUENEAU, 1989).

Portanto, os diferentes discursos produzidos no espaço de representação do futebol se darão como manifestação do poder ou da potência, a partir de um universo simbólico partilhado por enunciadores e enunciatários. Não variar de acordo com a posição do sujeito no espaço de representação, bem como sob que paradigma organizacional se encontra mais próximo do *ethos* futebolístico pautado na socialidade ou no social.

5 CONCLUSÕES

Compreender o espaço social no Brasil (ou em um determinado estado, cidade ou mesmo bairro) passa pela apreensão do espaço de representação do futebol, pois seus elementos dizem muito sobre a cultura, bem como a organização social e espacial em geral. Desta forma, este conceito visa contribuir para o avanço de estudos geográficos acerca do futebol.

Epistemologicamente, o conceito de espaço de representação do futebol é capaz de abarcar tanto o futebol profissional quanto o amador, justamente porque admite diversidade de apropriações de seus elementos, tornando-se um conceito dinâmico e capaz de operacionalizar estudos que admitem o futebol como fenômeno da espacialidade.

As diferentes apropriações dos elementos do espaço de representação e as matizes destes entre o espaço de representação ideal do futebol profissional e o espaço de representação ideal do futebol amador oferecem possibilidades de estudar o futebol em diferentes escalas (local, nacional global), considerando suas diferentes manifestações – desde a matriz espetacularizada até a matriz bricolada (DAMO, 2007). Além disso, este conceito privilegia elementos simbólicos, mas não desconsidera aspectos esportivos, econômicos ou de qualquer outra ordem.

NOTAS

¹ O “*l’espace*” de Lefebvre é um termo que sempre pede complementação: “o espaço” da vida cotidiana; de conceitos geométricos; da cidade. Cada um é completamente diferente do outro. Ao se referir ao seu terceiro aspecto como “*espaços* de representação” Lefebvre cria uma aparente tautologia: um aspecto do “espaço” são estes “*espaços...*”. Isto é como dizer que espaço é feito de espaço. Se isto for tomado como uma afirmação lógica, então a lógica de Lefebvre é confusa desde o princípio, mas como ele opera com uma noção metafórica de *l’espace*, ou “o espaço”, é bem possível que o seu *l’espace* integral esteja em um plano completamente diferente de “*les espaces de représentation*”. Isto é muito mais facilmente entendido como a qualidade reflexiva de uma espacialização que pesa sobre uma ação social subsequente, sonhos e percepções do mundo como um

espaço de distância e diferença. Lefebvre tenta elucidar que o sistema de espaço não é apenas prática espacial, no sentido de sua construção social, mas igualmente as representações dele e discursos a respeito dele, e é também igualmente seus efeitos reflexivos, promovendo aqui, limitando ali (tradução nossa).

REFERÊNCIAS

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1999. 248p.

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1997.

CASSIRER, E. **O mito do estado**. Resumo. São Paulo: Códex, 2003, p. 217-221.

CHEVALIER, J.; GHEERBRANT, A. **Dicionário de símbolos**: mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números. Rio de Janeiro: J. Olympio, 2007.

DAMO, A. S. **Do dom à profissão**: formação de futebolistas no Brasil e na França. São Paulo: Aderaldo & Rothschild Ed., Anpocs, 2007, 359 p.

DURAND, G. **As estruturas antropológicas do imaginário**: introdução à arquetipologia geral. São Paulo: M. Fontes, 2002.

FOUCAULT, M. **Arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

_____. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Graal, 1998.

GIL FILHO, S. F. **Espaço de representação**: epistemologia e método. ANPEGE, Florianópolis, 2003a.

_____. **Espaço de representação**: uma categoria chave para a análise cultural em geografia. In: I - Encontro Sul-Brasileiro de Geografia, 2003, Curitiba. I – Encontro Sul-Brasileiro de Geografia Mudanças Políticas e a Superação da Crise. Curitiba: AGB, 2003b.

HAESBAERT, R. **O mito da desterritorialização**: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004, 396p.

HALL, S. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HUIZINGA, J. **Homo ludens**: o jogo como elemento da cultura. São Paulo: Perspectiva, 2007.

MAFFESOLI, M. **Elogio da razão sensível**. Petrópolis: Vozes, 1998.

_____. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 2005.

_____. **O instante eterno**: o retorno do trágico nas sociedades pós-modernas. São Paulo: Zouk, 2003.

_____. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

MAINGUENEAU, D. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes, 1989, 102p.

MASCARENHAS, G. **À Geografia dos Esportes: uma introdução**. Scripta Nova – Revista Eletrônica de Geografia y Ciencias Sociales, Barcelona, v. 3, 1999.

_____. **Um jogo decisivo, mas que não termina: a disputa pelo sentido da cidade nos estádios de futebol**. *Cidades*, v. 10, n. 17, p. 142-170, 2013.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis: Vozes, 2003, 395p.

ORLANDI, E. L. P. **A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso**. São Paulo: Brasiliense, 1983, 237p.

RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993, 136p.

SHIELDS, R. **Lefebvre, love and struggle: spatial dialectics**. London: Routledge, 1999, 240p.

TOLEDO, L. H. **Lógicas no futebol**. São Paulo: Hucitec/Fapesp, 2002, 342p.

Data de submissão: 24.09.2015

Data de aceite: 21.03.2018

License information: This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.