

«Anjos de todos nós?» Os treinadores de futebol, a globalização e as políticas de celebridade

A decisão é vossa, cavalheiros...

SVEN-GORAN ERIKSSON, treinador da selecção inglesa, respondendo aos jornalistas que lhe perguntaram, após a vitória da Irlanda do Norte sobre a Inglaterra num jogo de qualificação do Campeonato do Mundo disputado em Belfast a 7 de Setembro de 2005, se esperava manter o seu emprego

Os fãs odeiam os músicos. Os amantes de cinema odeiam as estrelas de cinema. Os caçadores de autógrafos odeiam as celebridades. Nós amamos os nossos deuses. Mas não amamos a nossa sujeição.

ZADIE SMITH

A 25 de Julho de 2005, com a polícia metropolitana de Londres em alerta máximo após os diversos atentados bombistas do início do mês, agentes armados perseguiram um homem até à estação de metro de Stockwell, no Sudoeste da cidade, e mataram-no a tiro. Quando se soube que a vítima era um inofensivo electricista brasileiro — Jean Charles de Menezes —, surgiu rapidamente no exterior da estação um memorial improvisado em sua honra. Entre as habituais coroas de flores, cartões manuscritos, velas e brinquedos de peluche, via-se um grande cartaz com a seguinte mensagem escrita a caneta de feltro: «A verdade é como o azeite — acaba sempre por vir à superfície.» Sob estas palavras identificava-se o autor do aforismo — José Mourinho, o treinador português do Chelsea, a equipa campeã da Premiership¹. Esta ima-

* Roehampton University (Londres).

¹ 1.ª Divisão do campeonato da Liga inglesa.

gem pode ser interpretada de diferentes modos. Muitos dos apoiantes do Chelsea vivem na zona de Stockwell, que fica a uma curta viagem de metro da sede do clube, em Fulham Road. Stockwell é também um enclave português. Quando Portugal derrotou a Inglaterra no Euro 2004, em Lisboa, Stockwell Road foi invadida por uma multidão de expatriados em celebração, e a língua materna de muitos dos habitantes locais, como a do próprio Jean Charles de Menezes, é o português. Mas o meu principal propósito ao citar a mensagem do cartaz é mostrar que as pessoas, agora talvez mais do que nunca, vêem os treinadores de futebol como heróis, recorrendo a eles como repositórios de sabedoria e virtude. O facto de diversos treinadores — sobretudo aqueles que dirigem as equipas da muito publicitada Premiership ou outras equipas nacionais igualmente populares — se terem tornado celebridades globais é o ponto de partida do presente ensaio.

No meu livro *Giving the Game Away* (Wagg, 1995) procurei defender que, ao contrário do mito popular, a Inglaterra raramente foi, na sua história, o centro mundial do futebol. Nos últimos anos, a Inglaterra também não tem tido necessariamente a melhor liga de futebol do mundo: a Série A italiana e a Liga espanhola (La Liga) são candidatas mais fortes a tal posição. Porém, graças à estação de televisão por satélite BSkyB e a numerosos outros meios de comunicação, a Inglaterra tem, na sua Premiership, a mais famosa — a mais conhecida — liga de futebol do mundo. Isto significa que os *managers* das equipas — ou os «treinadores», para adoptar um termo mais caro ao discurso contemporâneo —, tendo adquirido o estatuto de celebridades nacionais durante a década de 60, são hoje celebridades à escala global. Similarmente, a selecção nacional inglesa, embora se encontre muito longe do primeiro lugar à escala mundial, tem sido objecto de um contínuo fascínio popular. Reconhecidamente, muito deste fascínio tem sido inspirado pelo célebre capitão de equipa David Beckham e também, nos tempos mais recentes, pelo treinador da selecção, o sueco Sven-Goran Eriksson.

Em menos de um segundo, o *Google*, um motor de busca da Internet, revela 510 000 referências a Eriksson, que dirige a selecção inglesa desde 2001, e um esmagador total de 729 000 referências ao vistoso Mourinho (pesquisa realizada em 7 de Setembro de 2005).

No presente ensaio explorarei as políticas de celebridade no futebol contemporâneo global com referência específica a Eriksson e Mourinho, procurando analisar os significados que encerram e as conclusões a que nos permitem chegar relativamente à cultura futebolística contemporânea e às políticas culturais da globalização capitalista. Mais especificamente, tentarei actualizar o argumento que defendi pela primeira vez em *The Football World* (Wagg, 1984) e que revisei numa publicação mais recente (Wagg, 2005).

348 Este argumento defende essencialmente que o treino de futebol constitui

sobretudo um paradigma para explicar os resultados dos jogos de futebol de importância comercial e/ou política. A cultura futebolística criou o mito do treinador de futebol porque este serve os interesses de todas as partes envolvidas: administradores, proprietários dos clubes, meios de comunicação, jogadores, ex-jogadores e aspirantes a tecnocratas. E este paradigma é útil porque, em qualquer momento da vida de uma equipa importante, a explicação do desempenho dessa equipa pode ser reduzida a um único factor determinante: o trabalho do seu treinador. Todos os restantes factores e *nuances* estruturais, ainda que não sejam inteiramente ignorados, serão minimizados. O papel do treinador de futebol como paradigma remonta pelo menos à década de 30 e encontra-se hoje profundamente enraizado na cultura futebolística de todo o mundo. No que diz respeito ao futebol, o mito do treinador colonizou o nosso senso comum, e daí que seja tão importante analisá-lo e desafiá-lo. Apresso-me a acrescentar que *não* pretendo afirmar que os treinadores não possuem conhecimentos técnicos especializados ou qualidades admiráveis ou que o seu trabalho não tem qualquer influência sobre os resultados dos jogos de futebol. Contudo, acredito que, em última instância, não são essas qualidades que definem um treinador: o discurso futebolístico é, em geral, guiado apenas pelos resultados e, quando se pretendem analisar as razões da vitória ou derrota de uma determinada equipa, o treinador torna-se o único *locus* de explicação — um actor social fora de qualquer contexto. Parte do poder do desporto e da cultura popular consiste no facto de conseguir frequentemente persuadir-nos a abandonarmos as nossas faculdades críticas — por exemplo, ouvi muitas vezes dizer a amigos de esquerda que «podemos discutir todos os aspectos do capitalismo empresarial —, excepto no que toca ao futebol. Quanto ao futebol, somos todos iguais — odiamos esta ou aquela equipa, etc. A verdade é que, para parafrasear Marx, os treinadores de futebol poderão traçar a sua própria história, mas não escolhem as circunstâncias em que o fazem.

O presente capítulo apresenta dois estudos de caso do papel do treinador de futebol contemporâneo e da sua criação como celebridade global pelos meios de comunicação de massas. Começarei por analisar o caso de José Mourinho. No momento em que escrevo, Mourinho é, provavelmente, o mais celebrado treinador de futebol do mundo e o seu carisma, em parte cultivado por si próprio, de profissional elegante, informal e expedito tem sido prontamente utilizado em anúncios publicitários de grandes marcas — das quais se destacam a American Express e, mais recentemente, a Samsung. José Mourinho é um homem talentoso, mas, até certo ponto, contrário ao mito que actualmente encarna. Assim, a análise do caso Mourinho implicará fatalmente uma análise da aquisição do Chelsea pelo bilionário russo Roman Abramovich e as suas óbvias consequências para o modo como vemos não apenas os treinadores de futebol, mas também o

conceito de competição justa no desporto e não só. Defenderei que, não obstante a evidência esmagadora de que os resultados da sua equipa são determinados por factores *estruturais*, Mourinho (e outros, particularmente nos meios de comunicação) reconstruiu e reafirmou o mito do papel supremo do treinador de futebol: Abramovich pode ter aberto os cordões à bolsa, mas, em última instância, é a *ação* do treinador que conta.

O segundo estudo de caso incide sobre Sven-Goran Eriksson, um treinador muito conceituado em Portugal, Itália e Inglaterra, bem como na sua Suécia natal. Enquanto o caso de Mourinho, que até ao momento se encontra em permanente ascensão, mostra que o mito do treinador se constrói por meio de um coro de afirmações mediáticas que se reforçam mutuamente, a experiência de Eriksson no Verão de 2004 ajuda a ilustrar o modo como as mesmas forças sociais podem deitar por terra a reputação de um dado treinador.

O material de que me sirvo para apoiar os meus argumentos provém em grande medida da imprensa britânica (principalmente do jornal liberal *The Guardian* e do *Daily Mail*, geralmente percebido como o jornal de uma certa direita suburbana) e da Internet. É claro que, na era da globalização, isto é muito menos etnocêntrico do que pode parecer: a imprensa britânica alimenta a Internet, que, por seu turno, alimenta o mundo — e vice-versa. Como se sabe, a linguagem da celebridade, não obstante as *nuances* culturais, é universal.

DESPORTO, CELEBRIDADE E CULTURA GLOBAL

Nos últimos vinte anos, o desporto, a celebridade e a cultura global, bem como a sua intersecção, têm gerado um volume considerável de literatura académica, pelo que espero não repetir aqui demasiados argumentos já conhecidos.

Actualmente, o desporto moderno é, num certo sentido, culturalmente universal — é praticado e consumido, sob uma forma ou outra, em todo o mundo. Neste contexto, o futebol ocupa indubitavelmente a linha da frente tanto na prática como no consumo do jogo (Giulianotti, 2005, p. xi). Em termos de globalização, o futebol só tem um rival à altura nos Jogos Olímpicos (Hargreaves, 2002, p. 33).

O mundo social e político do futebol tem as suas figuras de proa (sobretudo jogadores e treinadores) e os meios de comunicação social (principalmente a televisão por satélite e a Internet) conferiram a muitas dessas figuras um elevado grau de celebridade. A partir dos anos 60, a própria celebridade, enquanto fenómeno social, tornou-se um objecto de estudo cada vez mais frequente. Diversos autores, pelo menos há uma geração, começaram a reconhecer um grupo de pessoas que eram famosas sobretudo pelo

facto de *serem famosas*. Neste contexto, vale a pena citar Daniel Boorstin, que no início dos anos 60 se referiu ao «nosso novo poder de tornar os homens famosos» e à correspondente tendência para converter o heroísmo em celebridade (Boorstin, 1963, p. 55). Também Edmund Carpenter fez notar, de modo eloquente, que «a electricidade fez de todos nós anjos. Não no sentido religioso de seres virtuosos e alados, mas no sentido de espíritos libertos da carne, capazes de viajar instantaneamente para qualquer lado. No momento em que levantamos o auscultador do telefone estamos fora do espaço — estamos em espírito em toda a parte. [O presidente Richard] Nixon, através da televisão, está em todo o lado ao mesmo tempo. É esta a definição neoplatónica de Deus: um ser ilimitado, cujo centro está em toda a parte e cujas fronteiras estão em parte nenhuma» (Carpenter, 1976, p. 11).

O desporto tem a sua quota-parte de «anjos», evidentemente, e em 1956 o sociólogo radical americano C. Wright Mills exprimia já desalento pelo facto de o *star system* «ser levado ao ponto em que um homem capaz de introduzir uma pequena bola branca numa série de buracos com mais perícia do que todos os outros consegue por isso acesso social ao presidente dos Estados Unidos» (Mills, 1956, p. 74).

Rojek distingue entre celebridade e outras formas de eminência social — por exemplo, o *renome*. Este designa uma distinção atribuída dentro de uma determinada rede social (como o futebol profissional); a celebridade, na sua raiz latina, relaciona-se simplesmente com a fama e a capacidade de «atrair multidões» (Rojek, 2001, pp. 9-10). De acordo com o mesmo autor, as celebridades, na sua forma moderna, são o resultado de três processos inter-relacionados: o desenvolvimento da democracia (e o correspondente declínio da autoridade tradicional, usualmente monárquica); o declínio da religião organizada; a mercantilização da vida quotidiana (id., *ibid.*, p. 13). Rojek defende também, tal como a maioria dos autores, que as celebridades não emergem espontaneamente de entre as pessoas comuns; pelo contrário, elas são, até certo ponto, uma «fabricação cultural», criadas por uma série de agentes de relações públicas, pelo mundo da moda e por outros profissionais especializados na «gestão da imagem» (id., *ibid.*, p. 10). Estes profissionais são o motor daquilo a que Rojek chama «um sistema difuso de comunicação de massas [através do qual] a cultura se torna *mediagénica*» (id., *ibid.*, p. 16). Como muito bem sabemos, este sistema é de dimensão global e dentro dele as estrelas do futebol têm uma proeminência especial. Como principais praticantes, ou treinadores, do desporto preferido e mais televisionado do mundo, essas figuras são globalmente reconhecidas e, como tal, tornam-se celebridades *de facto* — consideradas e noticiadas independentemente do próprio desporto. Em termos jornalísticos, o seu «valor de notícia» passa da secção do desporto para as primeiras páginas ou para qualquer outra secção do jornal. Neste contexto, David Beckham é claramente o exemplo mais significativo (Whannel, 2001; Cashmore, 2004).

A obra de referência sobre a celebridade no mundo do desporto é a de David Andrews, Steven Jackson e seus colaboradores (Andrews e Jackson, 2001). Estes autores corroboram a perspectiva de Marshall de que as celebridades dão corpo aos discursos gémeos da democracia neoliberal e do capitalismo consumista (Marshall, 1997), pelo que, neste contexto, elas são simultaneamente *produto* e *processo*. Ou seja, o público consome uma quantidade cada vez maior de informação sobre as celebridades e, ao mesmo tempo, é este o processo por meio do qual são entendidos os mundos sociais habitados por essas celebridades. Neste contexto, as celebridades do desporto, bem como as outras, são unanimemente interpretadas como figuras *ideológicas* (Rojek, 2001, p. 35; Andrews e Jackson, 2001, pp. 7-8), e o propósito do presente artigo é explorar a natureza ideológica dos discursos contemporâneos sobre o treinador de futebol tornado celebridade. Parto do pressuposto de que tais discursos são importantes por aquilo que dizem sobre as celebridades do desporto em geral, mas também por aquilo que transmitem sobre a actividade específica do treino de futebol — que actualmente rivaliza com a actividade política como uma das formas de liderança mais visíveis do mundo.

Estes argumentos serão apresentados a partir das habituais premissas da actual sociologia do desporto. Como defenderam recentemente Sugden e Tomlinson, não obstante a procura de teorias do poder suficientemente abrangentes, seria «uma tolice abandonar a noção de hegemonia, já que esta ilumina a natureza da competição e da luta pelos recursos [e] as condições pelas quais o dominador obtém consentimento [...]» (Sugden e Tomlinson, 2002, p. 9). Haverá sempre resistência às leituras hegemónicas do mundo e a consciência desta resistência tem sido frequentemente reiterada, tanto em relação ao desporto e à globalização (v., por exemplo, Bairner, 2001, pp. 11-17, e Miller *et al.*, 2001, pp. 27-30) como em relação à questão da celebridade no mundo do desporto: como observam Andrews e Jackson, a celebridade não pode ser construída para além de um certo limite (Andrews e Jackson, 2001, p. 5). Não obstante, as celebridades representam actualmente um meio fundamental através do qual uma proporção significativa da população mundial compreende os assuntos sociais e políticos: de facto, um estudioso britânico referiu-se recentemente à «crescente *substituição* da democracia pela celebridade» (Jardine, 2005, *itálico* meu).

JOSÉ MOURINHO: É TUDO OBRA MINHA

O jornal liberal britânico *The Guardian* publicou recentemente uma entrevista a um grupo de gestores de *hedge fund* («futuros») londrinos. Os gestores de «futuros» são financeiros que fazem previsões de mercado mais arriscadas, mas potencialmente mais lucrativas, do que os outros profissionais da City. Como tal, são normalmente indivíduos extremamente

prósperos. Um deles comentou: «[...] por qualquer razão, as pessoas não acham mal que se pague uma fortuna a David Beckham, mas acham mal que se pague uma fortuna a um gestor de «futuros» (Jenkins, 2005). Claramente, o entrevistado vê-se a si próprio como o equivalente de Beckham no mundo financeiro, mas sem as honras sociais concedidas a Beckham, a Ronaldo e a outros futebolistas. Como o comentário ilustra, o futebol, actualmente alvo do interesse do público global, constitui uma área da vida social na qual são forjadas hegemonias de importância crucial. As consequências sociais e políticas do capitalismo contemporâneo recebem uma ampla aceitação quando encarnadas por profissionais do futebol, mas não quando representadas pelos próprios capitalistas. Neste contexto, não existe actualmente uma figura mais significativa do que José Mourinho. Os discursos mediáticos que o circunscrevem — a ele e ao seu mundo — estão carregados de afirmações ideológicas implícitas sobre a vida nas sociedades capitalistas desde 1945 e, mais especificamente, sobre a desregulação da vida económica que marcou as duas últimas décadas do século XX. Há que sublinhar que Mourinho é um participante voluntário na formulação destes discursos. Altamente competente na apresentação da sua pessoa — como os treinadores de futebol muitas vezes aprendem a ser —, Mourinho mostra-se inteiramente à vontade durante as suas frequentes conferências de imprensa, discorrendo em inglês fluente sobre as suas vitórias, enquanto os repórteres escrevinham nos seus cadernos de notas ou seguram gravadores junto à sua boca. A crónica do sucesso de Mourinho e do Chelsea comporta essencialmente três narrativas interligadas. A primeira é a de um indivíduo atraente e frontal que alcança o sucesso por meio dos seus próprios méritos. A segunda diz respeito a um homem muito rico — o benfeitor do Chelsea, Roman Abramovich —, de temperamento discreto e modesto, que decidiu usar a sua fortuna em benefício do «desporto do povo» e com a simples intenção de realizar um sonho. O terceiro discurso relaciona-se com a Premiership, que é hoje, provavelmente, a liga de futebol mais famosa do mundo, mas que, à semelhança do que se passa com as ligas de outros países, carece cada vez mais de credibilidade em termos de competição, já que os vencedores se tornaram demasiado previsíveis. A segunda e a terceira histórias estão, de facto, subordinadas à primeira: a do próprio Mourinho.

Como já observei, não é difícil encontrar referências a Mourinho na Internet. Escreve-se muito sobre ele, e uma grande parte desses escritos contribui para a criação de uma espécie de figura mítica. O seguinte excerto de um artigo de Mark Zeigler, redactor do *San Diego Union-Tribune*, é ilustrativo:

Há doze anos ele era professor de Educação Física na cidade portuguesa de Setúbal. Há onze anos era o tradutor de um treinador britânico

do Sporting de Lisboa. Há quatro anos não tinha ainda chegado a treinador principal. Há três anos era treinador de um clube do interior de Portugal chamado União de Leiria. E ontem José Mourinho tornou-se um dos treinadores mais bem pagos da história do futebol. Alegadamente, o seu contrato com o Chelsea, da Inglaterra, estipula o pagamento de 29,4 milhões de dólares durante um período de quatro anos, ou seja, cerca de 141 000 dólares por semana. E isto para um homem que nunca foi jogador de futebol profissional. Mas é difícil argumentar que Mourinho não o merece — aos 41 anos, com apenas quatro anos de experiência como treinador principal. Em duas temporadas no FC Porto, com apenas uma fracção do orçamento de um Real Madrid, de um Manchester United ou de um AC Milão, Mourinho conquistou nada mais nada menos do que cinco títulos — dois campeonatos da Liga, uma Taça de Portugal, a Taça UEFA de 2003 e, na semana passada, a Liga dos Campeões da UEFA com uma vitória de 3-0 sobre o AS Mónaco [Zeigler, 2004].

O texto encerra diversas noções importantes, todas elas centrais ao mito de Mourinho e aos mitos mais gerais sobre o treinador de futebol contemporâneo. Em primeiro lugar, Mourinho é natural de Portugal, uma nação do Sul da Europa menos próspera do que os países do Norte da Europa ocidental e, desse modo, com menos probabilidades do que estes (particularmente a Alemanha, a Holanda, a Inglaterra e a França) de produzir equipas de futebol vencedoras. Do mesmo modo, ao contrário desses países do Norte da Europa (aos quais podemos acrescentar a Escócia), Portugal não é geralmente associado a grandes treinadores de futebol e também não tem estado próximo do centro de poder da FIFA ou da UEFA. Neste sentido, Mourinho provém da periferia.

Em segundo lugar, José Mourinho nunca foi jogador de futebol profissional. Na Grã-Bretanha, durante a maior parte do século XX, este facto desqualificaria um aspirante a treinador de uma equipa profissional de topo. Apenas dois ou três treinadores sem experiência profissional como jogadores (dos quais se destaca George Allison, que foi treinador do Arsenal entre 1934 e 1947) puderam ascender a semelhante posição e na década de 70 os futebolistas profissionais britânicos tendiam a menosprezar aqueles que «não tinham jogado» (Wagg, 1984). Hoje em dia a situação é diferente. O mundo futebolístico moderno, preocupado em explorar todos os meios para a vitória, adopta a ciência, a estratégia e a técnica, independentemente de quem as propaga. A ligação mística entre o futebol e a cultura da classe trabalhadora começa a desvanecer-se de modo lento mas inexorável. Reservar os mais altos cargos do treino futebolístico para ex-jogadores profissionais seria hoje considerado uma prática limitativa. Em termos futebolísticos, Mourinho, à semelhança de Arsene Wenger, Eriksson, Gerard Houllier e outros, parece

ter vindo do nada. Estes homens são essencialmente figuras professorais e empresariais, aparentemente fortalecidas pela ambição e pela inteligência. Em contraste, Sir Alex Ferguson, que trabalhou nos estaleiros de Glasgow, que foi jogador da importante equipa escocesa dos Glasgow Rangers e cujo Manchester United venceu por oito vezes o campeonato da Premiership, parece hoje pertencer a uma cultura em vias de extinção. A 26 de Setembro de 2005, quando o Manchester United estava já com 10 pontos de desvantagem em relação ao Chelsea, Ferguson deu uma conferência de imprensa para promover o jogo seguinte do United contra o Benfica para a Liga dos Campeões. Nessa ocasião, Ferguson, irado, recusou-se a responder às perguntas dos jornalistas relativas ao aparente declínio do United. Na sua atitude parecia estar implícita a convicção de que o futebol profissional continua a ser a coutada exclusiva de homens duros e reservados que foram outrora jogadores. Por detrás dele, os logótipos dos patrocinadores — Heineken, PlayStation, Ford e Mastercard — sugeriam o contrário (Taylor, 2005, p. 1). Assim, Mourinho representa uma nova ordem baseada na ciência, na tecnocracia, no mérito e no livre acesso aos meios de comunicação comerciais. Mourinho, tal como outros treinadores dos nossos dias, é sobretudo uma figura cerebral, um homem contratado (e principescamente remunerado) pela sua inteligência, e não por qualquer credencial cultural que possa trazer consigo. Aparentemente, o treinador português está totalmente à vontade neste novo mundo. De facto, surgiu recentemente num anúncio televisivo da American Express. José Mourinho, um autopublicista de talento, ajudou a escrever o próprio roteiro do anúncio, no qual é descrito como um homem «que está sempre um passo à frente dos acontecimentos», enquanto o vemos em casa «a servir o pequeno-almoço à filha e a abrir um guarda-chuva antes de começar a chover» (Brook, 2005). Vemo-lo também a instruir a sua equipa numa qualquer manobra de jogo e depois a afastar-se a passos largos, possivelmente para gastar parte do seu enorme salário, plenamente merecedor do prestigioso cartão de crédito que leva no bolso.

No caso de Mourinho, contudo, esta história de um tecnocrata competente e seguro de si tem sido apresentada em circunstâncias pouco propícias. O mito de José Mourinho foi especificamente construído para servir de *contraponto* ao contexto político e económico da sua contratação pelo Chelsea, cuja ascensão tem sido financiada pelo bilionário russo Roman Abramovich. De acordo com estimativas recentes, Abramovich é o 22.º homem mais rico do mundo e fez a sua fortuna graças à desregulação da economia da URSS na década de 90. Após o colapso da União Soviética, a Rússia, sob a presidência de Boris Ieltsine (1991-99), passou a ser uma espécie de sociedade anónima na qual os cidadãos eram detentores de acções, principalmente das indústrias nas quais trabalhavam. Para facilitar este processo foram emitidos certificados de acções no valor de 10 000 rublos cada um. Con-

tudo, Abramovich e outros empresários em breve estavam a comprar grandes quantidades destas acções a preços reduzidos, muitas vezes através de empresas de fachada. A compra destas e de outras acções emitidas pelo governo russo sob condições aparentemente privilegiadas enriqueceu enormemente Abramovich e um punhado de outros homens de negócios como ele: estimou-se que, em 2004, 60% da economia russa estava nas mãos de vinte e três oligarcas. Em contrapartida, o produto interno bruto da Rússia era inferior ao da Costa Rica (Levy e Scott-Clark, 2004).

Para os propósitos do presente artigo, os discursos em torno de Mourinho são importantes de dois modos interligados. Em primeiro lugar, se bem que o financiamento do Chelsea por Abramovich (num montante que é já muito superior a 330 milhões de libras), bem como a extrema riqueza dos grandes clubes de futebol em geral, sejam reconhecidos pelos comentadores desportivos, o discurso que impera no futebol desde a década de 60 é o que diz respeito aos *treinadores* (Wagg, 1984). Assim, de acordo com o discurso dominante, o Chelsea ganhou a Premiership graças ao talento de Mourinho e não à fortuna de Abramovich. Afirmar o contrário equivaleria a contestar um elemento fundamental da ideologia prevalecente das sociedades capitalistas do pós-guerra, claramente encarnado pela Premiership e por centenas de outras ligas desportivas: a noção de que em tais sociedades existe *igualdade de oportunidades* e de que *o dinheiro não pode comprar o sucesso*. Estas convicções estão em conformidade com o discurso popular de líderes políticos da Europa ocidental, como Tony Blair, segundo o qual devem existir oportunidades «para a maioria, e não apenas para a minoria». Mourinho corroborou habilidosamente esta já bem estabelecida definição da situação. «Se eu quisesse um emprego fácil», afirmou, «teria ficado no Porto.» Numa outra ocasião comentou: «Se hoje estamos à frente, isso não se deve ao poder financeiro do clube. É graças ao meu trabalho duro que estamos a competir por uma série de troféus.» E noutra ocasião declarou também: «Se Roman Abramovich interferisse nos treinos da equipa, estaríamos no último lugar da Liga e, se eu me metesse nos negócios dele, estaríamos na bancarrota!» Escusado será dizer que estes comentários se encontram actualmente entre as muitas citações coligidas num *website* expressamente dedicado à sabedoria de Mourinho (http://www.saidwhat.co.uk/quotes/j/jose_mourinho_3967.php — página acedida a 29 de Setembro de 2005).

Além disso, Mourinho exprimiu a sua autoconfiança em diversas entrevistas sobre a Premiership e as perspectivas dos rivais do Chelsea (se é que de facto existem rivais). A 16 de Setembro de 2005, cerca de um mês após o início da temporada, Mourinho disse à imprensa que o concorrente mais sério, o Arsenal, que tinha já perdido dois jogos, só podia perder mais um. «Podes esquecer o título, Arsene», foi o cabeçalho subsequente na última página do *Daily Mirror*, de Londres, onde se lia também que «Mourinho risca os Gunners da corrida ao título após *quatro* jogos apenas». «A tendên-

cia é para que as grandes equipas não percam muitos jogos», observou Mourinho (Cross e Lewis, 2005, p. 76). Uma vez mais, este tipo de comentários isola a Premiership do seu contexto social e económico. Os níveis de assistência aos jogos da Liga estão em queda e a atenção dos estudiosos e dos jornalistas começa a centrar-se na diminuição da competitividade no futebol de primeira linha (v., por exemplo, Michie e Oughton, 2005). Mas, se existe a convicção geral, três semanas após o início da temporada, de que uma determinada equipa ganhará o título, tal não se deve a acordos económicos pouco claros, mas simplesmente à habilidade e ousadia do treinador dessa equipa.

Em segundo lugar, o discurso convencional das reportagens futebolísticas, ao apresentar o treinador Mourinho como o principal determinante da história de sucesso do Chelsea, despolitiza Abramovich e, por extensão, os dispositivos sociais e políticos neoliberais que começaram a proliferar em todo o mundo. No mundo da *produção*, Abramovich tem participado na redistribuição maciça de grande parte da riqueza de uma nação por entre um punhado de indivíduos — um processo por meio do qual a Rússia moderna se converteu numa cleptocracia (governo de ladrões). Contudo, na história do Chelsea, Mourinho é visto como o *produtor* e Abramovich apresentado sobretudo como *consumidor*: as câmaras de televisão mostram-no frequentemente nas bancadas, sorrindo timidamente ou socando o ar quando o Chelsea marca um golo. Na sua imagem informal — os *jeans*, a camisa de colarinho desabotoado —, Abramovich é exactamente igual a nós: um adepto, um homem comum que tem a paixão do futebol, que apoia a sua equipa e gosta de celebrar os seus sucessos. Embora a tese da necessidade de separação entre a política e o desporto tenha cada vez menos apoiantes, o jornalismo futebolístico de maior audiência não tem dedicado particular atenção à influência determinante da política sobre o desporto. A análise desta influência tem sido relegada para um sector mediático comparativamente «menor»: o «jornalismo de investigação». Assim, nas descrições de Abramovich, os meios de comunicação têm sobretudo optado pela ironia — por exemplo, depois da doação de Abramovich, o clube passou a ser frequentemente apelidado de «Chelski» e na capa da *fanzine*² de futebol *When Saturday Comes* surgiu recentemente uma fotografia de Abramovich de braço dado com o defesa John Terry sob o cabeçalho «Chelsea quebra as regras»; junto à boca de Abramovich há um balão onde se lê: «O que são as ‘regras’, John?» (*When Saturday Comes*, Agosto de 2005). Têm surgido também muitas reportagens de «interesse humano» sobre a história pessoal de Abramovich — órfão/de origem judaica/criado numa região próxima do gelado círculo ártico, etc. «Iniciou a sua carreira a vender patos de plástico

² Revista produzida por *fans* (*fan* + *zine*).

a partir de um lúgubre apartamento de Moscovo [...]» (Frost, 2003). Assim, por meio do Chelsea e das convenções dos meios de comunicação desportivos internacionais, Abramovich adquiriu renome global como adepto e benfeitor do futebol, e não como o problemático detentor de grande parte dos recursos naturais do seu país. O Chelsea estava a transformar-se num clube global, mas falar do Chelsea significava invariavelmente falar de Mourinho e não do seu proprietário, Abramovich. Em Setembro de 2005, Abramovich vendeu as acções que detinha (estimadas em 97%) na companhia petrolífera russa Sibneft por 7,4 mil milhões de libras. Correram rumores de que, em consequência do negócio, a sua fortuna pessoal rondava os 10 mil milhões de libras e de que Abramovich se preparava para abandonar a Rússia (*The Guardian*, 29 de Setembro de 2005, p. 1).

E, entretanto, começaram a surgir nas livrarias as inevitáveis biografias de Mourinho, entre as quais se destaca a de um respeitado jornalista do futebol, Patrick Barclay, sob o título igualmente inevitável de *Mourinho: Anatomy of a Winner (Mourinho: Anatomia de Um Vencedor)* (Barclay, 2005).

De que modo tem sido consumida pelo público global esta imagem de José Mourinho? Sabemos que é uma figura popular em determinados «espaços lusófonos» — particularmente entre as comunidades de expatriados portugueses, que são vistos como «estrangeiros» nos seus países de acolhimento. Para além disso, graças aos meios de comunicação globais da televisão e da Internet, Mourinho tornou-se o centro de uma continuada campanha para fazer do Chelsea uma marca mundial — para persuadir as pessoas a pensarem no Chelsea como «nosso». Este processo tem envolvido, como ocorre com frequência entre as comunidades de adeptos do futebol, a promoção de um particularismo — um desenvolvimento em total consonância com as tendências culturais da globalização. De facto, Maguire, citando Robertson, fala da «particularização do universalismo e da universalização do particularismo» em relação ao desporto global(izado) (Maguire, 1999, p. 22). Este particularismo será principalmente veiculado por uma cibertribo global que adoptará as cores do clube e assistirá aos seus jogos através da televisão em bares e cafés de todo o mundo, comunicando com outros adeptos por meio da Internet. À semelhança de qualquer outro particularismo, pode revelar-se rancoroso: em Fevereiro de 2005, o Chelsea perdeu um jogo da Liga dos Campeões contra o Barcelona no Estádio de Camp Nou. Mourinho acusou o árbitro sueco Andrea Frisk de favoritismo e de conluio com o treinador do Barcelona, Frank Rijkaard. Frisk recebeu ameaças de morte e anunciou a sua reforma imediata. O incidente levou a que Mourinho fosse repreendido pela UEFA, mas, para muitos dos admiradores do Chelsea no supermercado global do futebol, Mourinho constitui uma abundante fonte de orgulho por interposta pessoa. O treinador português é um homem bem-parecido, audacioso, um vencedor — e é «deles».

É claro que isto o torna um alvo potencial do ódio das outras tribos. Em 2004, um *blogger* adepto do Chelsea publicou, sob o pseudónimo de «Blingo Starr», um artigo ironicamente intitulado «José Mourinho: Anticristo». Seguindo o *blogger*, o modo como Mourinho alardeou o seu sucesso no Chelsea enfureceu muitas pessoas do meio futebolístico:

Normalmente, este tipo de ira é reservado para os «campeões» (o Arsenal parece ser intocável devido ao modo como joga) ou para o Manchester United (que, pela primeira vez, dá sinais de ser mortal). Mas agora, neste vazio, surge o Chelsea, habilidosamente personificado por Mourinho. Somos ricos, temos um chefe destemido e não temos grande tradição futebolística, além dos enxertos de porrada que demos a algumas pessoas nas décadas de 70 e 80. Adoro isto. Podem estrebuchar à vontade, seus campónios! [Starr, 2004].

Como se depreenderá pelos argumentos que aqui defendo, estou plenamente convencido de que, se as circunstâncias futebolísticas mudassem, a reputação de Mourinho, a percepção pública dos seus talentos, etc., mudariam também. Quando uma equipa sofre uma derrota, o mito do poder de um dado treinador é rapidamente afectado, pelo que Mourinho poderá vir a conhecer por experiência própria a volatilidade das políticas de celebridade. O caso de Sven-Goran Eriksson em 2004 ilustra algumas das possíveis dimensões deste processo.

SVEN-GORAN ERIKSSON: O SUECO, A SECRETÁRIA E O VÓRTICE

O resto deste ensaio diz respeito aos discursos mediáticos sobre Sven-Goran Eriksson, treinador da selecção inglesa desde Janeiro de 2001, e, em particular, ao «frenesim» da cobertura jornalística do caso amoroso de Eriksson com uma secretária da Associação de Futebol da Inglaterra (FA) em 2004. Garry Whannel designou este tipo de episódios — nos quais os *media* mundiais se fixam num indivíduo ou acontecimento, alimentando-se das reportagens uns dos outros e tornando «temporariamente difícil aos colunistas e comentadores discutirem qualquer outro assunto» — como momentos de «vortextualidade» (Whannel, 2002, pp. 206-207). O vórtice mediático que por momentos engoliu Eriksson envolveu necessariamente uma série de discursos por vezes contraditórios. Estas contradições espelham, de um modo geral, diferentes aspectos do mercado mediático, mas, tomadas em conjunto, lançam luz sobre o fenómeno do treinador de futebol enquanto celebridade global.

Eriksson firmou a sua reputação como treinador de futebol no seu país de origem, a Suécia, nas décadas de 70 e 80, antes de se estabelecer em Portugal como treinador do Benfica. Sob a sua direcção, o Benfica venceu uma série de troféus. Estas vitórias tornaram-no muito popular em Portugal — diz-se que

ao entrar na loja lisboeta do IKEA para comprar um novo armário para os trofeus se viu rodeado por uma multidão de adeptos portugueses. Depois, o sueco foi treinador da Lazio, da Série A italiana, antes de aceitar o cargo de seleccionador da Inglaterra, em 2000. No seguimento da contratação de Eriksson, o porta-voz da FA, Brian Nutmeg, disse aos muitos jornalistas que enchiam a sala de imprensa: «Ele é mais experiente do que Kevin Keegan, mais diplomático do que Glenn Hoddle, mais barato do que Terry Venables, e fala melhor inglês do que Graham Taylor» (<http://www.gdm93.dial.pipex.com/eriksson.htm>; página acedida em 2 de Outubro de 2005.)

De seguida, Eriksson e a sua companheira italiana Nancy Dell'Olio compraram uma grande casa em Londres e tornaram-se ambos celebridades mediáticas. Em inícios de Agosto de 2004 tornou-se público, por via de um tablóide, que Faria Alam, secretária da sede da FA, tinha tido casos amorosos com Eriksson e com o chefe executivo da associação, Mark Palios. Os comentários de Miss Alam sobre estas relações foram publicados pouco depois em dois importantes tablóides de domingo: o *Mail on Sunday*, com um público suburbano de classe média, e o *News of the World*, o mais antigo e mais bem sucedido jornal de circulação maciça, actualmente propriedade da News Corporation, de Rupert Murdoch. Nestes jornais, Faria Alam elogiou o amor terno de Eriksson e declarou-se disposta a casar com ele. A secretária deixou a FA e acusou a organização de despedimento sem justa causa, mas perdeu o caso em tribunal. Palios e o director de comunicação da FA, Colin Gibson, ex-repórter desportivo, também deixaram a FA. O material mediático gerado por estes acontecimentos foi distribuído pelos meios de comunicação de todo o mundo.

Ainda que claramente sobrepostos numa série de aspectos, podemos identificar um conjunto de diferentes discursos mediáticos ou de pontos de inferência no episódio Eriksson/Alam. Estes incluem:

«SEXY» SVEN: ERIKSSON, DE TREINADOR A AMANTE

A vida sexual das pessoas famosas é um elemento básico dos meios de comunicação e, em particular, da imprensa tablóide de diversos países, pelo que não existe aqui, em princípio, nada que seja específico a Eriksson ou ao futebol. A cobertura deste tipo de assuntos pelos meios de comunicação populares/populistas é ilegitimamente representada de dois modos diferentes como um instrumento democrático. Em primeiro lugar, porque reduz pessoas de fama, riqueza e poder variáveis aos seus corpos, colocando-as simbolicamente ao nível das pessoas comuns e revelando que possuem os mesmos desejos e susceptibilidades que todos nós. Em segundo lugar, estas histórias são frequentemente apresentadas pelas pessoas que as publicam como o produto da vigilância da imprensa em benefício das pessoas comuns

e, desse modo, representam o dever democrático de informar o público. Este é o elemento central do vórtice Eriksson/Alam, mas alimenta diversas outras dimensões das políticas de celebridade futebolística.

A cobertura do caso Alam minou o estatuto de Eriksson enquanto tecnocrata. Aquando da sua chegada a Inglaterra, os meios de comunicação alardearam a sua aura de intelectual. A testa alta, os óculos, as respostas pacientes e cautelosas às perguntas que lhe eram colocadas, tudo isto sugeria um homem essencialmente professoral, capaz de conduzir, por fim, o futebol inglês à modernidade. As câmaras de televisão faziam *close-ups* frequentes, filmando apenas os olhos de Eriksson e denotando desse modo a dimensão cerebral do homem. Porém, em 2004, devido ao caso Alam, os meios de comunicação começaram a difundir uma nova definição de Eriksson. Sven, o treinador, tornou-se Sven, o amante. Vários aspectos da sua vida doméstica foram devassados: Sven carregava a máquina da louça antes do sexo, usava pijamas de algodão, tinha três outras amantes, além de Alam e Nancy... (v. *News of the World*, 1 de Agosto de 2004, p. 4, e 8 de Agosto de 2004, p. 2). O perito de olhos sábios passou a ser visto como um homem incapaz de resistir aos seus impulsos sexuais. Um ano mais tarde, o treinador caído em desgraça continuava a ser perseguido pelos tablóides. Em finais do Verão de 2005, o *News of the World* insinuou que Eriksson estava envolvido com uma apresentadora de um canal porno. A história foi exportada para, entre outros locais, a Suécia natal de Eriksson, onde surgiu na primeira página do tablóide de domingo *Aftonbladet* com o cabeçalho «Svennis nya karleks-skandal» («O novo escândalo sexual de Sven») (28 de Agosto).

Contudo, uma vez abordada, a sexualização de Eriksson podia ser levada em diferentes direcções, algumas condenatórias, outras não.

A SEDE DA FA COMO UM ANTRO DE VÍCIOS

Uma das tradições da imprensa popular britânica é a apresentação de histórias picantes de sexo ilícito em tom de reprovação moral. É razoável presumir que este estilo de jornalismo entrou em declínio nos últimos anos, à medida que as sociedades se tornaram mais hedonistas e, conseqüentemente, as fronteiras do comportamento sexual lícito se tornaram mais amplas e difusas. Assim, no caso Eriksson/Alam, enquanto a imprensa popular se concentrou no tema da «ternura» de Sven na cama, o tom de condenação moral encontrou mais espaço na imprensa de classe média. O repórter desportivo do *Guardian* Michael Walker, por exemplo, assinou um artigo sobre a «sordidez à moda do Soho» da FA — sendo o Soho o bairro do centro de Londres onde se concentra o comércio sexual da cidade. Walker escreveu: «Se a certa altura, como se ouve dizer, Alam se envolveu de facto com um terceiro dirigente da FA, a associação no seu todo começa realmente a parecer-se muito com o Soho» (27 de Julho de 2004, p. 28). Uma semana

mais tarde, em *The Observer*, Tim Adams emprega também o vocabulário da decadência para descrever «A fossa céptica do futebol». Neste caso, contudo, os «perigosos disparates» das ligações sexuais na sede da FA tornam-se uma metáfora para um jogo corrompido pelo dinheiro:

O dinheiro da Sky, de Rupert Murdoch, inflacionou o preço do futebol, tornando-o inacessível para a maioria de nós, mas também lhe concedeu uma pompa... que dificilmente merece. Os milhões de Roman Abramovich perverteram ainda mais a realidade das altas esferas do desporto. O russo concedeu ao futebol o impulso pornográfico da extrema riqueza [8 de Agosto de 2004, p. 28].

Assim, de acordo com este ponto de vista, o sexo não é o verdadeiro agente de contaminação — esse papel cabe antes ao dinheiro.

ERIKSSON E A NATUREZA DO DESEJO

O desejo é agora um elemento central e tomado por certo na política da celebridade. Assim, enquanto decorriam acesos debates sobre o futuro da FA e de alguns dos seus principais dirigentes, certos autores passaram a ocupar-se de Eriksson enquanto objecto de desejo e a discutir a questão mais ampla do sexo para os homens da sua idade (ou seja, de meia-idade).

Uma parte desta discussão assumiu um tom abertamente hostil, adoptando firmemente o paradigma do «mulherengo» actualmente favorecido pela imprensa popular britânica. Isto deu pretexto a artigos de tom vagamente feminista (e, desse modo, modernos) que exploraram todo o potencial do tema da traição da mulher pelo homem. No *Daily Mail*, sob o cabeçalho «Que diabo vêm as mulheres em Sven?», Amanda Platell, ex-secretária de imprensa do líder do Partido Conservador britânico, devaneou:

Nancy poderá não ser a mulher mais vulnerável da cidade, mas pôs fim ao seu casamento para estar com Sven e passou seis anos a desempenhar o papel da companheira perfeita do treinador. Era suficientemente boa para acompanhar Sven a Downing Street [a residência oficial do primeiro-ministro] e para apaziguar todas aquelas lamurientas esposas dos futebolistas em Portugal, mas não era suficientemente boa para saber a verdade — a de que era apenas uma mulher entre muitas [4 de Agosto de 2004, p. 4].

Outros comentadores mostraram-se mais curiosos quanto ao poder de atracção do treinador. Por exemplo, apesar de criticar o carácter mulherengo de Eriksson, a jornalista desportiva Clare Balding escreveu:

Tendo sido reduzida a uma idiota corada incapaz de uma conversa coerente pelo olhar firme de Eriksson, posso testemunhar o seu charme.

Eriksson pode parecer um enfadonho homem de negócios num fato cinzento, com o *sex appeal* de um prato de leite-creme frio, mas a sua intensidade e os seus modos sugerem que há surpresas escondidas para quem tiver a oportunidade de o conhecer melhor [*The Observer*, 1 de Agosto de 2004, p. 14].

Outros jornalistas escolheram a idade, e não o sexo, como o tema central dos seus comentários. Por exemplo, rejeitando todas as outras definições da situação Eriksson/Alam, o colunista do *Guardian* David Aaronovitch insistiu:

Não se trata de nenhuma dessas coisas. Trata-se do puro terror de se ser apanhado, na Grã-Bretanha, a ter sexo na meia-idade [*The Guardian*, 3 de Agosto de 2004, G2 Section, p. 7].

SVEN COMO TRABALHADOR ESTRANGEIRO

É hoje comum as selecções nacionais serem treinadas por indivíduos de outras nacionalidades. Contudo, este simples facto da cultura desportiva globalizada teve talvez uma aceitação tardia e parcial no mundo social do futebol inglês, que é ainda parcialmente definido pela crença de que o futebol moderno foi uma invenção da Inglaterra e a sua dádiva ao mundo (Wagg, 1995). Eriksson foi o primeiro estrangeiro a treinar a selecção inglesa e a sua nacionalidade sueca tornou-se um dos elementos identificáveis durante o escândalo mediático em torno do seu caso amoroso com Faria Alam. Parte da censura de Amanda Platell, por exemplo, incluiu significativamente a asserção de que a conduta de Eriksson «pode passar por comportamento cavalheiresco na tua terra, Sven, mas aqui faz de ti um patife sem vergonha» (*Daily Mail*, 4 de Agosto de 2004, p. 4). No dia seguinte, no mesmo jornal, o estatuto de estrangeiro de Eriksson é novamente enfatizado: o cabeçalho do artigo de Jeff Powell é «Os patrões da FA não devem deixar escapar o traiçoeiro sueco» (*Daily Mail*, 5 de Agosto de 2004, pp. 84-85). Um ano mais tarde, quando a selecção inglesa foi derrotada pela Irlanda do Norte num jogo de qualificação para o Campeonato Mundial, uma multidão de adeptos descontentes cercou o autocarro da equipa inglesa, gritando: «Despeçam o sueco, despeçam o sueco...» (BBC News, 8 de Setembro de 2005).

UM FRACASSO DE GESTÃO DE IMAGEM: «UM AUTOGOLO DE RELAÇÕES PÚBLICAS»

No discurso dos meios de comunicação contemporâneos, a linguagem das notícias é muitas vezes também a linguagem da *gestão* das notícias. O facto demonstra que, com frequência, os jornalistas e os consultores de publicidade se vêem a si mesmos como pertencendo ao mesmo negócio (de

gestão de imagem), o que é ilustrado pelas relações frequentes e pelo fluxo de pessoal entre os sectores das relações públicas e da recolha de notícias. Muitos ex-jornalistas arranjam emprego como consultores de relações públicas, sendo o exemplo mais famoso Alistair Campbell, um ex-jornalista do tablóide britânico *Daily Mirror* que entre 1994 e 2003 foi porta-voz oficial e subsequentemente «chefe do gabinete de comunicação» do primeiro-ministro britânico Tony Blair. Trata-se, pois, de uma paisagem social que inclui muitos caçadores furtivos convertidos em couteiros — ou, talvez mais apropriadamente, em porteiros.

Assim, previsivelmente, o discurso de «relações públicas» sobre o caso Eriksson/Alam evitou os julgamentos morais e concentrou-se nos aspectos pragmáticos da controvérsia, reconhecendo deste modo a natureza *fabricada* da celebridade e da reputação pública. No *The Guardian*, Roy Greenslade, ex-editor do *Daily Mirror*, analisou a conduta de Colin Gibson, o director de comunicações da FA, que se demitiu em consequência do escândalo. A análise é desapassionada, mas Greenslade, se bem que reconheça «a natureza absolutamente intrusiva dos tablóides» e, consequentemente, os «acordos frequentes entre relações públicas e jornalistas», declara com toda a firmeza que o caso em questão foi «abjecto», pelo que a subsequente demissão de Gibson «não constituiu surpresa» (Greenslade, 2004). Anteriormente, o *Daily Mail* (onde Gibson ocupara o cargo de editor de desporto) publicara um artigo de duas páginas em continuação da história impressa na primeira página, cujo cabeçalho dizia «Um espantoso autogolo da FA». Este artigo incluía uma longa transcrição da negociação entre Gibson e os representantes do *News of the World* (publicada pela primeira vez na edição de 1 de Agosto de 2004, p. 3). Durante estas negociações, o objectivo de Gibson era proteger a privacidade de Palios, que na altura tentava reconciliar-se com a mãe das suas cinco filhas e esperava poder evitar aquele tipo de publicidade. A determinada altura, Gibson tentou comprar o silêncio dos jornalistas sobre Palios a troco de «mais informações sobre ela [Faria Alam] e Sven». No artigo jornalístico, Gibson é criticado, não exactamente por ter proposto tal acordo, mas antes por não ter conseguido concretizá-lo. Como informa Greenslade, Gibson não terá conseguido garantir «o acordo de silêncio antes de ceder material comprometedor sobre Eriksson» (Greenslade, 2004, p. 5).

TRABALHO SIM, SEXO NÃO: O MITO DO TREINO DE FUTEBOL

Para muitas pessoas, a principal questão levantada pelo caso de Gibson era saber por que razão o «director de comunicações» da FA se mostrara tão disponível para fornecer informações sobre a vida sexual do treinador da selecção inglesa, ou, por outras palavras, para ver Eriksson, o tecnocrata frio, simbolicamente reduzido ao seu corpo — um corpo que, de acordo com o que agora corria na imprensa, se encontrava num estado semi-

permanente de excitação sexual. Uma série de comentadores optou por explorar os factos visíveis do caso e, citando o testemunho de um *insider* (informador) anónimo, sugeriu que a FA estava descontente com o trabalho de Eriksson como treinador da selecção inglesa e que as histórias sobre a sua vida sexual eram simplesmente um pretexto para se ver livre dele. No *Observer*, Denis Campbell e David Smith relataram que «algumas figuras de influência do futebol inglês descrevem Eriksson como um treinador indolente, ganancioso, desleal e desmotivado, cujos defeitos profissionais levaram à derrota da selecção inglesa nas competições mais importantes [...]»

Para os seus críticos, o mau desempenho da Inglaterra em Portugal [no Euro 2004] e as justificações avançadas por Eriksson após a eliminação da selecção, no desempate por *penalties*, pela equipa anfitriã nos quartos de final, mostram também que ele não é o treinador adequado para realizar a ambição da FA de vencer um trofeu importante até 2006 com aquele que é unanimemente considerado o mais talentoso grupo de jogadores da nova geração [Campbell e Smith, 2004, p. 13].

«Sven fica», lia-se noutra cabeçalho, «mas os manda-chuvas da FA continuam a querer afastá-lo» (*Daily Mail*, 5 de Agosto de 2004, p. 88).

Uma vez mais, estes testemunhos atingem directamente o cerne do mito histórico do treino de futebol, indicando a sua natureza de construção social e denunciando o seu carácter essencialmente hegemónico e paradoxal. Desde a década de 60 que a cultura futebolística global tem vindo a impor a noção de que o sucesso ou fracasso das equipas de futebol são causados pelos homens que as «dirigem» ou «treinam», de acordo com a terminologia preferida. Frequentemente, esta convicção é mantida não obstante a existência de fortes provas em contrário — é o caso dos que sustentam que a ascensão do Chelsea se deve a José Mourinho, continuando a menosprezar o facto de que as enormes somas de dinheiro injectadas no clube constituíram um pré-requisito para esse mesmo sucesso. Esta crença na habilidade dos treinadores exprime-se no pagamento de salários colossais: Eriksson, por exemplo, recebe anualmente 4 milhões de libras da FA, um montante que, para os padrões do futebol internacional, não é invulgar nem mesmo particularmente elevado. Contudo, em diversos pontos do mundo, alguns maus resultados de uma equipa de futebol são muitas vezes razão suficiente para persuadir os leigos de que o treinador é incompetente e deve ser demitido. Na Inglaterra, o refrão «não sabes o que estás a fazer» é hoje frequentemente dirigido aos treinadores, e não aos árbitros. Isto constitui um desafio implícito e contínuo à hegemonia do mito do treino de futebol. Os treinadores de futebol tão depressa são peritos como idiotas: *nós*, as pessoas comuns, fariamos melhor trabalho. Esta vulnerabilidade aos caprichos da opinião dos leigos coloca os treinadores de futebol numa posição mais próxima

da política de celebridade do que da política do profissionalismo: idealmente, as carreiras dos profissionais são governadas pela opinião dos seus pares.

MODERNIZAÇÃO OU MORTE: A COMISSÃO DA FA COMO ANACRONISMO

Contudo, outro, muito diferente, subtexto político era visível na cobertura jornalística deste caso e, de acordo com esta leitura, tanto Eriksson como Palios eram figuras meramente incidentais. Alguns autores preferiram falar de uma crise na própria FA — crise essa que resultava de uma inépcia administrativa, da qual a má gestão do caso Eriksson/Alam constituía um mero sintoma.

No início de Agosto de 2004, os jornais noticiaram com alguma satisfação as demissões de Palios e Gibson, especulando, por vezes com entusiasmo, sobre outras possíveis demissões. A FA, com a imprensa acampada à porta, estava aparentemente mergulhada no caos. No *Guardian*, Paul Kelso escreveu:

[...] as nove horas de conversações entre altos executivos, membros do conselho de administração e advogados terminaram [na noite passada] sem que a FA definisse a sua posição depois de um fim de semana que assistiu à demissão do chefe executivo, Mark Palios, e lançou dúvidas sobre o futuro do presidente, Geoff Thompson [Kelso, 2004].

O *Independent* descreveu a FA como estando mergulhada «em total desordem» (29 de Julho de 2004, p. 64) e na semana seguinte o *Guardian* publicou o cabeçalho «Thompson à beira do abismo» (6 de Agosto de 2004, p. 36). Três dias depois, no *Sunday Mirror*, Richard Stott apelidou os líderes da FA de «nulidades desmioladas, letalmente incompetentes» (cit. in *The Guardian*, 9 de Agosto de 2004, p. 14).

Para alguns observadores, contudo, este retrato extravagante de uma organização em aparente processo de dissolução era uma descrição mais ou menos forjada com o intuito de reforçar a campanha em prol da «modernização» da FA — que exigia, especificamente, a reforma do seu conselho de administração, de modo que pudesse responder às «necessidades» comerciais do futebol globalizado. Neste contexto, os aparentes ataques à FA pareciam visar as suas estruturas arcaicas (se bem que, para alguns, mais democráticas). Steve Curry escreveu no *Daily Mail*:

O conselho da FA tem 92 membros, representantes eleitos das partes constituintes do jogo, incluindo a 1.^a Liga, a Liga de Futebol, 43 associações regionais, as universidades, as escolas e as forças armadas [...]

Durante anos, os membros do conselho da FA governaram o futebol sob a direcção de um secretário-geral, assistindo a reuniões que lembra-

vam convenções geriátricas e onde quase sempre se guardavam alguns minutos de silêncio em memória de um membro falecido [...]

Só em Dezembro de 1999 [...] se estabeleceu que as principais decisões administrativas, estratégicas e comerciais seriam tomadas por uma comissão directiva mais restrita [...]

Contudo, apesar deste conselho não executivo mais eficaz, tem havido manifestações de preocupação por parte do governo e apelos a uma revisão completa da estrutura da FA [...]

Os tempos em que os membros da comissão tratavam os jogadores como miúdos de escola, pelos apelidos, podem ter passado, mas infelizmente os membros ainda resistem. Chegou a hora de mudar [Curry, 2004].

A comissão que Curry descreve inclui seis membros do «jogo profissional» e seis do «jogo nacional», a que costumava chamar-se «jogo amador» até à abolição desta distinção em 1974. Quatro dos seis membros profissionais pertencem à 1.^a Liga. O alarido em torno do caso Eriksson/Alam foi interpretado por alguns como parte de uma campanha de propaganda para que o poder executivo da FA passasse a favorecer a 1.^a Liga e os imensos interesses comerciais a ela associados. De acordo com Curry, isto já aconteceu em países como a Alemanha, onde «aqueles que geram a riqueza detêm todo o poder». Esta concepção de criação de riqueza constitui, evidentemente, um exemplo histórico, simples e absoluto de ideologia capitalista (Curry, 2004).

EM CONCLUSÃO

José Mourinho e Sven-Goran Eriksson são importantes personificações e *objectos* de dois mitos vitais do desporto global e da cultura popular: os mitos da *celebridade* e do *treinador de futebol*. Para ambos, a celebridade e o treino de futebol são coisas que eles *fazem* e que *lhes são feitas*. Em cada um desses estatutos, Mourinho e Eriksson são dotados pelos meios de comunicação de especial importância e de poderes incomuns e, em cada um desses estatutos, tais poderes podem, a qualquer momento, ser-lhes simbolicamente retirados. Os mitos que Mourinho e Eriksson encarnam funcionam de modo a negarem as realidades materiais da vida em sociedades cada vez mais desiguais, ao sugerirem que o sucesso não pertence aos ricos, mas aos talentosos, que enriquecem por meio do seu talento e trabalho. Os mitos da celebridade e do treino de futebol perduram, se bem que, frequentemente, as suas encarnações individuais fiquem pelo caminho. São redefinidos como tolos e como fracassos. Abandonam os seus gabinetes e os ecrãs das televisões — os anjos de Carpenter tornados carne de novo. Muitas das vozes que se fizeram ouvir durante o vórtice mediático Eriksson/Alam defenderam que a

vida sexual de um indivíduo é um assunto privado que não deve ser exposto ao olhar e julgamento do público. E isto está certo, é claro, mas a verdade é que, em última análise, o comportamento da imprensa tablóide não seria possível sem um certo grau de consentimento por parte do público. Como sugere Zadie Smith, citada no início deste ensaio, há um elemento de ódio na veneração que as pessoas comuns dedicam às celebridades, um ódio resultante da subordinação social e emocional que a cultura da celebridade implica. A natureza emocionalmente volátil da cultura da celebridade é particularmente evidente no mito do treinador de futebol. Os talentos de um treinador não podem ser conhecidos, nem mesmo pelo próprio; ou acreditamos neles, ou não. A crença num treinador de futebol pode dissipar-se muito mais rapidamente do que a crença num cirurgião que perde um paciente ou num advogado que perde uma causa. Tanto a celebridade como o treino de futebol são fenómenos socialmente construídos; ambos representam, num verdadeiro sentido, uma substituição da democracia e ambos podem ser rapidamente destruídos pela remoção, metafórica ou simbólica, dos acessórios que os envolvem.

NOTAS

A citação inicial de Sven-Goran Eriksson foi amplamente divulgada e pode ser encontrada, por exemplo, no artigo de Matt Dickinson «Eriksson feels the heat after sad England's latest debacle» («Eriksson sente a pressão depois do último triste desaire da Inglaterra»), em <http://www.timesonline.co.uk/article/0,27-1770544,00.html>

O excerto de Zadie Smith, transcrito no início deste artigo, foi originalmente publicado na secção de crítica literária do jornal britânico *The Guardian*, 3 de Setembro de 2005, p. 19.

O autor deste artigo agradece a Nina Clara Tiesler a ajuda prestada na elaboração deste artigo.

BIBLIOGRAFIA

- ANDREWS, DAVID L., e JACKSON, STEVEN J. (eds.) (2001), *Sports Stars: the Cultural Politics of Sporting Celebrity*, Londres, Routledge.
- ANDREWS, DAVID L., e JACKSON, STEVEN J. (2001), «Introdução: sport celebrities, public culture and private experience», in Andrews e Jackson (eds.), *Sport Stars*, pp. 1-19.
- BAIRNER, ALAN (2001), *Sport, Nationalism and Globalisation: European and North American Perspectives*, Albany, State University of New York Press.
- BARCLAY, PATRICK (2005), *Mourinho: Anatomy of a Winner*, Londres, Orion.
- BOORSTIN, DANIEL (1963), *The Image*, Harmondsworth, Penguin.
- BROOK, STEPHEN (2005), «Amex plays the football card with Mourinho», in *The Guardian*, «Media section», 6 de Abril.
- CAMPBELL, DENIS, e SMITH, DAVID (2004), «The end of the affair: how England feel out of love with Sven», in *The Observer*, 1 de Agosto de 2004, pp. 13-14.

- CARPENTER, EDMUND (1976), *Oh, What a Blow That Phantom Gave Me!*, St Albans, Paladin.
- CASHMORE, ELLIS (2004), *Beckham*, Cambridge, Polity.
- CROSS, JOHN, e LEWIS, DARREN (2005), «Forget the title race Arsene», in *Daily Mirror*, 17 de Setembro, pp. 75, 68.
- CURRY, STEVE (2004), «So, who really runs football in this country?», in *Daily Mail*, 3 de Agosto, p. 69.
- GREENSLADE, ROY (2004), «When dirty deal backfire», in *Media Guardian*, 9 de Agosto de 2004, pp. 4-5.
- FROST, CAROLINE (2003), «Roman Abramovich: profile BBC4TV», 28 de Dezembro, <http://www.bbc.co.uk/bbcfour/documentaries/profile/abramovich.shtml>, página acedida em 29 de Setembro.
- GIULIANOTTI, RICHARD (2005), *Sport: A Critical Sociology*, Cambridge, Polity.
- HARGREAVES, JOHN (2002), «Globalisation theory, global sport and nations and nationalism», in John Sugden e Alan Tomlinson (eds.), *Power Games: A Critical Sociology of Sport*, Londres, Routledge, pp. 25-43.
- JARDINE, MICHAEL (2005), Carta a *The Independent*, Londres, 21 de Setembro, p. 34.
- JENKINS, DAVID (2005), «The long and the short», in *The Guardian*, 24 de Setembro.
- KELSO, PAUL (2004), «Critics demand sacking of FA head», in *The Guardian*, 3 de Agosto, p. 1.
- LEVY, ADRIAN, e SCOTT-CLARK, CATHY (2004), «He won, Russia lost» (perfil de Roman Abramovich), in *The Guardian Weekend Magazine*, 8 de Maio, pp. 14-26.
- MAGUIRE, JOSEPH (1999), *Global Sport*, Cambridge, Polity.
- MARSHALL, P. DAVID (1997), *Celebrity and Power*, Londres, University of Minnesota Press.
- MICHIE, JONATHAN, e OUGHTON, CHRISTINE (2005), *Competitive Balance in Football: An Update*, www.sportsnexus.co.uk/CB-2005-Update.pdf, página acedida em 29 de Setembro de 2005.
- MILLER, TOBY, et al. (2001), *Globalization and Sport: Playing the World*, Londres, Sage.
- MILLS, C. Wright (1956), *The Power Elite*, Nova Iorque, Oxford University Press.
- ROJEK, CHRIS (2001), *Celebrity*, Londres, Reaktion Books.
- STARR, BLINGO (2004), «José Mourinho: Anti-Christ», <http://www.chelseablog.com/2004/09/24/jose-mourinho-anti-christ/>, 24 de Setembro, página acedida em 29 de Setembro de 2005.
- SUGDEN, JOHN, e TOMLINSON, ALAN (2002), «Theory and method for a critical sociology of sport», in Sugden e Tomlinson (eds.), pp. 3-21.
- TAYLOR, DANIEL (2005), «Ferguson pulls down shutters as critics circle», in *The Guardian* (secção de desporto), 27 Setembro, p. 1.
- WAGG, STEPHEN (1984), *The Football World: A Contemporary Social History*, Brighton, Harvester Press.
- WAGG, STEPHEN (1995), *Giving the Game Away: Football, Politics and Culture on Five Continents*, Londres, Leicester University Press.
- WAGG, STEPHEN (2005), «No scouse, please, we're Europeans: Liverpool F. C. and the decline of the «boot room mystique», in Jonathan Magee, Alan Bairner e Alan Toande Meyer, pp. 121-141.
- WHANNEL, GARRY (2001), «Punishment, redemption and celebration in the popular press: the case of David Beckham», in Andrews e Jackson (eds.), *Sport Stars*, pp. 138-150.
- WHANNEL, GARRY (2002), *Media Sport Stars: Masculinities and Moralities*, Londres, Routledge.
- ZEIGLER, MARK (2004), «Yes way, Jose: Jose Mourinho has been a quick study, from P.E. teacher to acclaimed coach», http://www.signonsandiego.com/uniontrib/20040602/news_lzls2socr.html, 2 de Junho, página acedida em 27 de Setembro de 2005.