

O paradoxo do jogo português: a omnipresença do futebol e a ausência de espectadores dos estádios

Estavam aqui ontem a dizer que a Noruega lidera o ranking do desenvolvimento humano... [...] Que é um país fantástico e mais isto e mais aquilo [...] Pois não ficam sem resposta. Portugal lidera o seu grupo e basta-lhe um simples empate para garantir a presença no Mundial, enquanto os noruegueses estão a 5 pontos do primeiro do grupo deles! [...] Ah! Ah! Ah! Ah!

Cartoon «bartoon» do jornal *Público*, 9-9-2005, p. 4

Embora o futebol português seja razoavelmente conhecido dos adeptos do futebol internacional, pelo menos, desde os tempos do Benfica e da selecção nacional de Eusébio & C.^a, é bem mais recente (Euro 2004) a ideia generalizada, fora de portas, de que Portugal é um «país de futebol».

Parece mesmo que hoje o país é conhecido no estrangeiro especialmente pelo futebol e respectivas celebridades¹. No entanto, quem vive em Portugal, mesmo que não partilhe o interesse e gosto por esta modalidade desportiva, desde há muito que conhece por experiência pessoal a importância social de que o futebol desfruta no país. Os números das audiências televisivas, da

* Escola Superior Artística do Porto.

** Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa.

¹ Com destaque óbvio para o nome de Luís Figo, mas não só: «A cerimónia dos MTV Awards deste ano aconteceu em Lisboa, capital portuguesa [...] Os jogadores Nuno Gomes e Luís Figo, apresentados como ‘heróis de Portugal’, entregaram o prémio de melhor grupo de *rock* aos Green Day» (notícia do *site* brasileiro «música.uol», 3-11-2005, <http://musica.uol.com.br/ultnot/efe/2005/11/03/ult1819u472.jhtm>).

circulação dos jornais desportivos, ou a omnipresença do tema nas conversas quotidianas, não deixam qualquer dúvida sobre o impacto social do futebol na sociedade portuguesa.

Apesar de este fenómeno de popularidade remontar a meados do século XX, nos anos mais recentes a tendência de «futebolização» da sociedade portuguesa parece agravar-se (Coelho, 2004). O futebol consegue permanentemente congrega as atenções públicas, muito por acção dos *media*, que, obviamente, pretendem explorar o poder comercial daquele. Os futebolistas e outros protagonistas do universo do jogo, como treinadores e dirigentes, contam-se entre as principais celebridades da nação. Simultaneamente, não faltam exemplos de uma invulgar ligação entre o futebol e os poderes instituídos (a nível do poder local, mas também central) nos discursos que promovem a identificação entre a representação nacional/local e o jogo, mas igualmente a nível da gestão dos clubes, da construção de estádios, da própria relação dos clubes com as instituições estatais e os responsáveis políticos.

Particularmente significativa desta «futebolização» do país é a generalização da utilização de palavras e expressões típicas do universo do futebol — a que muitos chamam «futebolês», uma espécie de tradição oral que se desenvolveu também por acção do jornalismo desportivo, escrito e falado — na linguagem quotidiana, nos discursos políticos, nos *media*, nas dimensões mais diversas da vida social, incluindo os universos de carácter pessoal, vivencial, em referência a diferentes estados de espírito, emoções e sentimentos².

O futebol parece estar em todo o lado na sociedade portuguesa. Exactamente por isso, torna-se relevante e premente a investigação sobre uma realidade aparentemente paradoxal que caracteriza o futebol luso: o número muito reduzido de espectadores que se deslocam aos estádios, tendo em consideração tal centralidade e omnipresença do mesmo na sociedade.

Este artigo debruça-se exactamente sobre esta situação paradoxal, ao mesmo tempo que pretende desenvolver um esboço sociológico da própria formação social do futebol luso. Para isso partimos de alguns dos dados e traços fundamentais que corporizam e caracterizam a referida realidade contraditória, com a posterior reflexão sobre os motivos que poderão estar na sua origem.

² Expressões hoje comuns no discurso quotidiano, como «ver um cartão amarelo/vermelho», «fazer antijogo», «jogar à defesa», «chutar a bola para canto», «suar a camisola», «amor à camisola», «dar o litro», «chicotada psicológica», «entrar a matar», «grupo de trabalho», «jogar de olhos fechados», «fazer marcação em cima», «o pontapé de saída», «entrar com tudo», «levar um nó cego», «estar fora de jogo», «falhar um *penalty*», «chutar ao lado», entre muitas outras.

A PAIXÃO E O PARADOXO

Em Portugal, o futebol é desporto nacional e paixão partilhada por muitos milhões. Entre a generalidade dos portugueses parece apresentar-se como muito mais estranho não gostar ou dizer que não se «liga» ao futebol — o que habitualmente surge como uma expressão de rebeldia, uma fuga à norma, uma recusa de pertença à maioria sociológica — do que fazer dele uma questão central na vida. É um dos principais tópicos de conversa — toda a gente parece ter opinião sobre o assunto — e o que mais vende jornais e programas de televisão em Portugal. Não é por acaso que existem três jornais desportivos diários, sendo que 90% das suas páginas são dedicadas ao desporto-rei. Acresce dizer que num país marcado por reduzidos índices de leitura estes três jornais diários, *A Bola*, *O Record* e *O Jogo*, vendem, no seu conjunto, entre 200 000 e 300 000 exemplares por dia, ocupando qualquer deles o *top 5* dos jornais mais vendidos³. Por ocasião das grandes competições internacionais com participação portuguesa, *A Bola* já conseguiu tiragens na casa dos 250 000 exemplares diários⁴, esgotando essas edições.

Em termos televisivos, os números são também significativos e é raro o ano que não feche com as transmissões de jogos de futebol na liderança das audiências televisivas em Portugal. Em 2002, por exemplo, os seis programas mais vistos na televisão portuguesa foram jogos de futebol. O caso do Portugal-Brasil realizado antes do Campeonato do Mundo de 2002 foi notável, atingindo uma audiência de quase 4 milhões de espectadores em Portugal, sendo que os jogos disputados pela selecção nacional no Mundial-2002 não lhe ficaram muito atrás, apesar de serem transmitidos durante a manhã⁵.

Quanto aos clubes, a nível do futebol de clube, os números são também impressionantes e, por exemplo, em 2003 encontramos nove transmissões de jogos de futebol de clube entre os dez programas mais vistos⁶. Os jogos entre os ditos «grandes», Porto, Benfica e Sporting, bem como os encontros disputados por qualquer destes emblemas nas competições europeias, conseguem, invariavelmente, posições de liderança incontestada nas audiências televisivas nacionais⁷.

³ Dados relativos ao 1.º semestre de 2005 — percentagens de audiência dos principais jornais generalistas e desportivos: *Jornal de Notícias*, 12%; *Correio da Manhã*, 10,6%; *A Bola*, 9,1%; *Record*, 8,1%; *O Jogo*, 6%; *Público*, 5,1%; *Diário de Notícias*, 3,8%; *24 Horas*, 2,4% (dados da marktest: www.marktest.com).

⁴ Foi o caso do período correspondente à realização do Euro-2000 (Coelho, 2001, p. 181).

⁵ Dados da Marktest: www.marktest.com.

⁶ *Público*, 3-1-2004.

⁷ Por exemplo, entre 8 e 14 de Março de 2004 os encontros Benfica-Inter de Milão e Manchester United-FC Porto ocuparam os dois primeiros lugares do *top* de programas mais vistos na televisão portuguesa, com audiências na casa dos 60% (<http://www.mediamonitor.pt/newsletter/ver.php?id=429>).

Um indicador precioso desta importância social e mediática do futebol é dado pelo destaque conferido à modalidade nos telejornais generalistas dos três canais portugueses «abertos». Segundo um estudo de Nuno Brandão (2002), que analisa «os telejornais da televisão generalista portuguesa como importantes encontros quotidianos com a actualidade e para a construção social da realidade», o futebol apresenta-se como um dos principais temas tratados nestes programas, logo a seguir à política nacional⁸.

De uma forma abrangente, de acordo com este estudo, à volta de uma em cada dez notícias destes telejornais é dedicada ao futebol. Este é utilizado na captação dos espectadores, segundo a tal lógica comercial das audiências que determina os alinhamentos dos telejornais⁹.

No entanto, a importância do futebol em Portugal não pode ser compreendida apenas pela dimensão objectiva, estatística, do espaço que ocupa nos *media* ou nas conversas quotidianas. Este impacto social profundo do futebol tem também uma crucial dimensão simbólica, dado que a maioria dos portugueses parece ver e sentir o futebol — designadamente os seus resultados, envolvendo as equipas de clube e a selecção nacional — como um indicador seguro da «qualidade» e «competência» do país e seus habitantes. Tal ideia apresenta-se de forma óbvia no tratamento da informação futebolística pela imprensa desportiva: qualquer análise superficial de conteúdo de *A Bola*, de *O Jogo* ou do *Record*, ou das transmissões de jogos/programas de análise de futebol nas televisões e rádios, nos possibilitará perceber que é permanentemente referida uma entidade denominada «futebol português». Uma entidade de contornos mais ou menos vastos que engloba tudo o que esteja relacionado com as actividades, competições e instituições ligadas ao futebol em Portugal. Esta entidade é uma espécie de equivalente funcional do «teatro português», do «cinema português», da «agricultura portuguesa», etc., mas que parece estar mais clara e mediaticamente em competição com outros países e, talvez por isso, o futebol português é «produzido» como algo de extremamente significativo e representativo do valor de Portugal no mundo. Pelo mesmo motivo, é frequentemente repetida a ideia de que é

⁸ Partindo da importância das audiências alcançadas por estes programas televisivos — com uma média diária de 3 milhões de espectadores para os jornais da RTP1, SIC e TVI —, neste estudo analisa-se o alinhamento destes blocos informativos, ou seja, a organização e disposição das notícias, concluindo-se que o mesmo é tendencialmente submetido à lógica comercial das audiências. Dos resultados da observação realizada, o futebol (seria mais correcto dizer «desporto», mas mais de 90% das notícias de desporto foram sobre futebol...) é o segundo tema mais abordado nestes noticiários, com 10,75% das notícias, logo a seguir à «política nacional» (14,55%), à frente de temas como «Política internacional», «Sociedade», «Arte e cultura», «Educação» ou «Ambiente» (Brandão, 2002).

⁹ Segundo este princípio, o intervalo será o ponto crucial dos telejornais, pelo que o facto de o futebol ser habitualmente utilizado (22,2% das vezes) para abrir as segundas partes dos telejornais é um importante dado a reter (Brandão, 2002).

fundamental «defender e desenvolver a qualidade e o prestígio do ‘futebol português’» (Coelho, 2001, pp. 63-64)

Não é apenas em Portugal que o futebol tem um papel importante na construção/reprodução/imaginação da chamada identidade nacional; e não é fácil lembrar outros locais e momentos em que actualmente se cante o hino nacional em coro fora dos estádios de futebol. Este começa a ter um papel muito importante em termos de produção e celebração da nação um pouco por todo o planeta e as competições internacionais de futebol detêm todos os recordes de audiências televisivas a nível mundial¹⁰. Apesar disso, o caso português é muito significativo neste particular porque faz parte do conjunto daqueles em que a produção da chamada identidade nacional está eminentemente concentrada no futebol, como foi possível perceber durante o Campeonato da Europa de 2004, organizado em Portugal.

Em referência ao estilo de jogo, aos resultados e classificações obtidos, às peripécias que envolvem a selecção nacional e os clubes portugueses nas competições internacionais, deduzem-se traços do carácter ou personalidade colectiva, promovem-se determinadas versões da história do país, representa-se o valor e a capacidade do país, estabelecendo-se a sua posição no quadro das nações.

Contudo, é a nível da competição e rivalidade interclubista que o futebol conhece maior popularidade e centralidade social em Portugal. Designadamente através do «poder simbólico» dos três principais clubes, FC Porto, Benfica e Sporting, historicamente os «três grandes» do futebol luso. Os adeptos (e os não adeptos também) dividem-se quase todos por estes clubes, tornando-se mesmo difícil manter alguma neutralidade nesta questão, com muitas crianças a aprenderem a distinguir o azul, o vermelho e o verde a partir da correspondência com as cores dos «três grandes». Qualquer vitória retumbante ou situação de crise nestes clubes leva habitualmente a um grande destaque informativo nos *media* e domina as conversas quotidianas — tal o peso destas instituições sociais centenárias, que gozam de uma popularidade incomparável na sociedade portuguesa, corporizando significados sociais vastíssimos que se estendem aos espaços mais recônditos das sociabilidades e interacções sociais.

Intensamente vivido na sociedade portuguesa, o futebol desperta paixões e anima sociabilidades em quase todas as áreas e espaços sociais, menos onde seria suposto conseguir fazê-lo com maior facilidade e impacto: nos estádios. O futebol provoca reacções emocionais visíveis e um forte empenhamento e dedicação numa parte importante dos portugueses, mas não consegue levar regularmente os seus adeptos aos estádios. Estes, em geral, preferem viver a

¹⁰ Entre os dez eventos televisionados à escala planetária com maiores audiências, mais de metade são encontros de futebol de competições internacionais de selecções (Coelho, 2001, p. 35).

sua paixão pelo jogo de forma indirecta, através da mediatização, televisiva ou outra, ou através de outras formas de sociabilidade à volta do tema. Apesar de muitos proclamarem a sua paixão (e conhecimentos) pelo jogo e pelos seus clubes, de afirmarem passar muito tempo a ver, ouvir e discutir futebol, paradoxalmente a maior parte não participa activamente enquanto adepto no espaço do estádio, não põe em prática o proclamado envolvimento.

AS ASSISTÊNCIAS NOS ESTÁDIOS PORTUGUESES APÓS O 25 DE ABRIL DE 1974

Por que é que, se gostam tanto de futebol e lhe atribuem tanta importância, os adeptos portugueses «fogem» dos estádios, supostamente o local por excelência do futebol?

Comecemos por olhar para os números. A nossa análise recai essencialmente sobre os anos 1990 e os primeiros anos do novo século, mas é importante termos a possibilidade de comparação com realidades anteriores e internacionais. Numa perspectiva abrangente, parece ser possível afirmar que os números relativos às assistências aos jogos de futebol da 1.^a Divisão em Portugal após a revolução de 25 de Abril de 1974 registaram uma forte diminuição desde o início dos anos 1990, depois de no final dos anos 1970 e na década de 1980 se manterem médias gerais na casa dos 20 000 espectadores por jogo.

ANOS 70 E 80, «OS BONS VELHOS TEMPOS»

Embora não possuindo dados sistemáticos e rigorosos sobre o número médio de espectadores nas décadas de 1970 e 1980 — a Federação Portuguesa de Futebol, responsável pela organização dos campeonatos profissionais de futebol nesse período, diz não dispor dos referidos dados —, foi-nos possível recolher informações bastante exaustivas nos jornais desportivos da época¹¹ sobre as tendências gerais em termos de número de espectadores aos jogos da 1.^a Divisão.

Nos jornais desportivos em causa são habituais as fotografias de campos cheios — principalmente nos «peões», zona atrás das balizas, onde o preço dos bilhetes era mais acessível — e as referências a lotações esgotadas nos jogos entre os «três grandes» ou nas visitas destes a outros campos, assim como a assistências boas ou razoáveis nos restantes encontros¹².

¹¹ Jornais *A Bola e Record*.

¹² Tome-se por exemplo um Vitória de Setúbal-Sporting realizado no início de 1977 em que se verificaram incidentes (vedações rebentadas) por excesso de espectadores presentes no estádio ou ainda um encontro efectuado a 7 de Janeiro de 1977 entre Portimonense e Varzim acerca do qual no jornal *A Bola* se diz ter apresentado lotação quase esgotada, apesar de se disputar numa tarde de meio da semana, dia de trabalho.

Durante toda a década de 1980 manteve-se esta tendência, sendo possível perceber — pela análise sistemática da informação veiculada, nomeadamente, pelo jornal *Record*, que apresentava sempre na crónica de cada jogo uma estimativa relativa ao número de adeptos presentes — que a média de espectadores nos encontros da 1.^a Divisão não andaria longe dos 20 000 por jogo: com base nas referidas estimativas do jornal *Record*, e tomando como exemplo aleatório o 1.^o trimestre de 1986, chegamos a uma média de 20 900 espectadores por encontro (quadro n.º 1). Alguns aspectos saltam à vista quando olhamos para as assistências aos jogos da 1.^a Divisão nesta altura.

**Comparação das assistências médias por jogo
(e respectivo peso dos jogos em «casa» dos três «grandes»)
na 1.^a Divisão nas épocas 1985-1986, 1995-1996 e 2003-2004**

[QUADRO N.º 1]

Temporada	Assistências médias (cerca de)	Peso dos jogos em casa dos «grandes»
1985-1986 (a)	20000	Ligeiramente inferior a 50%.
1995-1996 (b)	6 566	Ligeiramente superior a 50%.
2003-2004 (c)	9 558	82%.

(a) Resultados obtidos por estimativa (a partir de *A Bola* e *Record*).

(b) Dados do jornal *Público*, 4-2-1997.

(c) Dados da Delloite & Touche/LPFP (*As Finanças do Futebol Português*, anuário da época de 2003-2004, ed. Delloite & Touche, *A Bola* e LPFP).

Primeiro, os «três grandes» são claramente os principais responsáveis pela atracção massiva de espectadores aos estádios. Dificilmente um encontro envolvendo outros clubes consegue atingir os 20 000 adeptos presentes. Os «grandes» conseguiam com regularidade assistências caseiras acima dos 50 000 e «chamavam» milhares de adeptos aos seus jogos «fora»: quase sempre mais de 10 000, atingindo muitas vezes os 20 000 ou 30 000. Segundo, o Benfica era o clube com maior assistência «caseira», chegando a contribuir com mais de 100 000 espectadores num encontro apenas (contra Sporting ou Porto) para as estatísticas em questão. Terceiro, nem por uma vez surge na nossa pesquisa uma assistência a um jogo abaixo dos 5000 espectadores, o que na década de 1990 se tornaria realidade habitual, com a maioria dos clubes a apresentarem médias por jogo abaixo desse número. Finalmente, este facto conduzia a que, apesar da preponderância dos «grandes» nos números apresentados, a situação fosse muito mais equilibrada nos anos 1980 do que sucederia depois, já que nesta fase as equipas médias e pequenas, mesmo quando jogavam entre si, atraíam assistências muito superiores às

registadas nos anos 90 e na actualidade. De uma média de 10 000 por jogo nos estádios dos clubes «não grandes» no período temporal em questão passou-se, por exemplo, para 3700 em 2003-2004 e 2330 em 2002-2003. Ainda em referência aos dados recolhidos relativamente às assistências em meados da década de 1980, podemos facilmente identificar casos de encontros entre determinados clubes cuja dimensão das assistências registadas seria irrepetível nos dias de hoje¹³, a não ser em situações excepcionais que envolvam jogos decisivos ou disputados sob condições especiais.

A DÉCADA DE 1990 — DESPOVOAMENTO DOS ESTÁDIOS E CRISE

Já os números recolhidos relativamente a meados da década de 1990 mostram uma realidade bem diferente da vivida na década anterior, demonstrando uma clara quebra no número de espectadores nos estádios portugueses e estabelecendo uma tendência geral de crise.

Comparação das assistências médias por jogo (e respectivo peso dos jogos em «casa» dos três «grandes») na 1.ª Divisão nos anos 1990 (épocas de 1994-1995, 1995-1996, 1996-1997, 1997-1998 e 1999-2000) (a)

[QUADRO N.º 2]

Temporada	Assistências médias	Peso dos jogos em casa dos «grandes»
1994-1995	9 490	Ligeiramente inferior a 50%.
1995-1996	6 566	Ligeiramente superior a 50%.
1996-1997	7 434	Ligeiramente superior a 50%.
1997-1998	7 060	Ligeiramente superior a 50%.
1999-2000	4 639	Ligeiramente superior a 50%.

(a) Dados do jornal *Público*, 4-2-1997 e 13-2-2000.

No período referente ao 1.º trimestre do ano de 1996, a média de assistência aos jogos da 1.ª Divisão rondaria os 6500 espectadores, sendo que

¹³ Apenas a título de exemplo: em 1985-1986 o Belenenses conseguiu reunir 18 000 espectadores no seu estádio perante o Boavista e 15 000 frente ao Desportivo de Chaves. Já em 2003-2004 o Belenenses apresentou a média geral de 4433 espectadores no seu estádio. Por seu turno, o Boavista de 1985-1986 atraiu 20 000 adeptos ao receber o Sp. Braga e 15 000 frente ao Desportivo de Chaves. No entanto, a sua média em 2003-2004 foi de 6541 espectadores por jogo. Para terminar, o caso do Penafiel, que em 1985-1986 alcançava, por exemplo, os 10 000 espectadores na recepção ao Desportivo das Aves e os 15 000 perante o Vitória de Guimarães, não passando de uma assistência média de 500 espectadores por partida na época de 2002-2003 (actuando na 2.ª Liga).

durante toda a década de 1990 este valor nunca terá ultrapassado os 10 000, o que é claramente inferior (cerca de metade) ao registado na década anterior. Em comparação com os dados de 1986, alguns aspectos saltam à vista nesta análise referente a 1996. Primeiro, eram já muitos os jogos com assistências abaixo dos 5000 espectadores, o que não sucedia em igual período de 1986. Clubes importantes que disputaram a 1.^a Divisão nesta fase, como o Estoril, Chaves, Paços de Ferreira, Tirsense, Estrela da Amadora, U. Leiria, etc., apenas atingiram ou ultrapassaram os 5000 espectadores nos jogos em casa com os «grandes», apresentando, em geral, valores à volta dos 2000/3000. Segundo, são poucos os casos de jogos que não envolvam os grandes a chegarem aos 10 000 espectadores, o que era prática comum na década anterior. Finalmente, os «grandes» deixaram de ter «enchentes» regulares nos seus estádios. «Casas» de 50 000 no caso de Porto e Sporting ou de 100 000 no do Benfica, como era comum na década de 1980, tornam-se muito esporádicas ou quase inexistentes.

Baseando-nos nos dados do jornal *Público*¹⁴ (dados não oficiais, visto que, segundo o mesmo jornal, não existiam registos oficiais), a grande quebra no número médio de espectadores nos jogos da 1.^a Divisão aconteceu na época de 1995-1996 (apenas 6556), já que, ainda segundo o *Público*, na época de 1994-1995 a assistência média aos jogos da 1.^a Divisão fora de 9490 espectadores. Ou seja, uma perda de 35% dos espectadores.

Apesar de no resto da década de 1990 se registarem algumas variações, sempre pouco importantes, nas médias de assistência aos jogos do campeonato nacional da 1.^a Divisão, os valores andaram à volta dos 7000 adeptos por jogo. Estabeleceram-se, assim, os contornos de uma realidade de «baixa» em termos de presença de espectadores nos estádios portugueses, a um nível de que não havia memória na história da modalidade em Portugal.

Estas (pequenas) variações no final dos anos 90 (que se prolongariam ao início do século XXI) podem ser explicadas por factores conjunturais, como era o caso das más épocas desportivas de um (ou dois) dos «grandes»¹⁵, que, no seu conjunto, continuavam a ser responsáveis por mais de metade dos bilhetes vendidos, com destaque para o Benfica, então verdadeiro «campeão de bilheteira».

A partir de 1999-2000 dispomos já de dados oficiais (da empresa Deloitte & Touche, por encomenda da Liga Portuguesa de Futebol Profissional — LPFP¹⁶). Esta época é marcada pelo que arriscámos ser um mínimo de

¹⁴ *Público*, 4-2-1997.

¹⁵ Designadamente, o Sporting e o Benfica conheceram algumas épocas marcadas por resultados desportivos pouco habituais na sua história: Sporting, 4.º classificado em 1998 e 1999; Benfica, 6.º classificado em 2001 e 4.º em 2002.

¹⁶ *As Finanças do Futebol Português*, anuários das épocas de 1999-2000, 2000-2001, 2001-2002, 2002-2003 e 2003-2004, ed. Deloitte & Touche, *A Bola* e LPFP.

«sempre» da 1.^a Divisão em termos de assistências — média por jogo de cerca de 5000 espectadores. Os «grandes» não conseguiram chegar a médias de 20 000 espectadores e isso reflectiu-se na média final, já que aqueles continuavam a ser responsáveis por mais de 50% dos bilhetes vendidos. Alguns casos são significativos: um clube está abaixo dos 1000 espectadores pagantes de média por jogo: o Campomaiorense, com 442; dos 18 clubes da 1.^a Divisão, uma grande maioria (11) não chega à média de 3000 espectadores; apenas os três «grandes» passam os 10 000, sendo que, para além daqueles, unicamente Braga e Guimarães superam os 5000 de assistência média aos jogos desta época.

PRIMEIROS ANOS DO SÉCULO XXI — O EFEITO DE ATRACÇÃO (DE ALGUNS) DOS NOVOS ESTÁDIOS

Depois de o futebol «ao vivo» em Portugal ter «tocado no fundo» em termos de número de espectadores «ao vivo» no fim da década de 1990, as coisas apenas poderiam melhorar.

Assistências médias, peso dos jogos em «casa» dos três «grandes» e taxa de ocupação dos estádios na 1.^a Divisão nas quatro primeiras temporadas do século XXI — 2000-2001, 2001-2002, 2002-2003 e 2003-2004*

[QUADRO N.º 3]

Temporada	Assistências média	Peso dos jogos em casa dos «grandes»	Taxa de ocupação dos estádios
2000-2001	5 273	52%	27%
2001-2002	6 765	64%	33%
2002-2003	6 137	62%	34%
2003-2004	9 588	82%	40%

* Dados da Delloite & Touche/LPFP/A Bola (*As Finanças do Futebol Português*, anuários das épocas de 1999-2000, 2000-2001, 2001-2002, 2002-2003 e 2003-2004, ed. Delloite & Touche, A Bola e LPFP).

Essa melhoria não foi imediata, sendo que os números relativos à época de 2000-2001 são muito semelhantes aos de 1999-2000. No entanto, em 2001-2002 regista-se um ligeiro crescimento (média por jogo de 6765 espectadores), mas da total responsabilidade dos «grandes», que conseguem, todos eles, ultrapassar a barreira dos 20 000 espectadores de média, aumentando a sua quota-parte no total de bilhetes vendidos (64%). Nesta época foram três os clubes que não chegaram a vender 1000 bilhetes em média por

jogo (Santa Clara, Beira-Mar e U. Leiria), sendo que apenas 8 dos 18 clubes da 1.^a Divisão superaram os 3000 bilhetes e só 6 ultrapassaram os 5000 (os três «grandes» e ainda Guimarães, Boavista e Marítimo). Os dados relativos a 2002-2003 mantiveram a tendência da época anterior, apesar das dificuldades acrescidas na venda de bilhetes sucedidas pelas obras em muitos dos estádios do Euro 2004, que obrigaram vários clubes a jogar em «casa emprestada» durante parte, ou totalidade, da época. Todos os clubes venderam menos bilhetes do que na época anterior, com a excepção do FC Porto, que superou a barreira dos 30 000 bilhetes, algo que já não sucedia em Portugal havia mais de uma década. Para tal terá também contribuído o sucesso desportivo, nacional e internacional, do clube (vencedor do campeonato nacional, Taça de Portugal e Taça UEFA). Finalmente, nos números relativos a 2003-2004 registe-se uma importante subida em termos de número médio de bilhetes vendidos por jogo (9558), o que significa um acréscimo de cerca de 30% relativamente à época anterior (sendo que há que ter em consideração as já referidas limitações impostas pela construção dos estádios do Euro 2004 durante a época de 2002-2003). Há, no entanto, que salvaguardar o facto de este aumento de espectadores se dever praticamente a quatro clubes: o Vitória de Guimarães (que depois de uma média de 643 espectadores por jogo em 2002-2003, devido às obras de reconstrução do seu estádio, subiu para 10 650) e os três «grandes», com médias muito elevadas por jogo, como há muito tempo não se via no futebol português, em grande parte devido ao entusiasmo provocado pelos seus novos estádios (42 827, Porto; 38 234, Sporting; 35 430, Benfica). Escusado será dizer que ficou assim ainda mais acentuada a dependência relativamente aos «grandes», que são responsáveis por mais de dois terços dos bilhetes vendidos.

Assim, em termos globais, os números de assistências aos jogos em 2003-2004 e 2004-2005 apontam para um incremento importante das assistências médias (perto dos 10 000 espectadores pagantes por jogo), um número que já não se verificava há cerca de dez anos (uma década durante a qual as médias andaram habitualmente entre os 5000 e os 7000 espectadores pagantes por jogo), mas a verdade é que tal realidade está completamente dependente da capacidade de atracção dos três «grandes» nos seus jogos em «casa» (com mais de 80% dos espectadores totais), já que os outros clubes continuam a não ver aumentadas as suas médias de assistência aos jogos (pelo menos de forma significativa), mesmo aqueles que possuem estádios novos (casos da Académica de Coimbra, Beira-Mar e principalmente União de Leiria). Ao mesmo tempo podemos dizer com segurança que os números actuais continuam a estar muito longe dos alcançados pelo futebol português nas décadas de 1970 e 1980 e muito distantes daquilo que se suporia possível, tendo em conta a importância social e mediática atribuída

ao futebol em Portugal. Os exemplos de outros países, como a França (média de cerca de 21 000 espectadores por encontro), a Itália (à volta de 25 000), a Espanha (mais de 28 000), a Inglaterra (perto dos 34 000) e a Alemanha (quase 38 000), todos eles relativos à época de 2004-2005¹⁷, apresentam realidades completamente diversas, designadamente porque reflectem taxas de ocupação dos estádios muito superiores à portuguesa, cujos recintos apenas chegam aos 40% de ocupação e mesmo assim porque os «três grandes» contribuem com mais de 80% dos espectadores.

AS RAZÕES POR DETRÁS DO PARADOXO

Como poderemos explicar esta evolução das assistências do futebol «ao vivo» em Portugal, que nos leva a falar de um paradoxo na relação dos adeptos portugueses com o jogo que tantas paixões desperta? Quais serão os diferentes motivos que, em conjunto, poderão contribuir para explicar o diminuto número de espectadores nos estádios portugueses, apesar da crescente importância social do futebol no país?

Utilizando como referência alguns dos discursos dominantes acerca desta questão, ao mesmo tempo que equacionamos o peso relativo de determinados traços característicos do futebol e da sociedade portuguesa nesta situação, identificaremos seis ordens de razões para explicar o paradoxo que originou este trabalho.

Para tal, servimo-nos de material recolhido na imprensa desportiva, na Internet (designadamente na emergente e fervilhante «blogosfera» sobre futebol) e num conjunto de entrevistas informais realizadas em locais diversos (estádios, cafés, transportes públicos, etc.) com indivíduos que se identificam como adeptos de futebol¹⁸.

Para já, voltamos a viajar ao passado mais ou menos recente do futebol português, recorrendo a um texto do reputado jornalista Carlos Miranda nas páginas de *A Bola*¹⁹ em 1985, para lançar esta análise. Baseando-se em dados da Federação Portuguesa de Futebol (FPF), Carlos Miranda referia que entre as épocas de 1979-1980 e 1983-1984 haviam duplicado as receitas

¹⁷ Dados retirados de «Desporto do povo?», publicado em 10-3-2006 por Gonçalo Lopes em <http://www.jornaldeleiria.pt/>

¹⁸ O único critério de selecção dos entrevistados para aplicação de entrevista foi os mesmos estarem a falar de futebol ou a ler um jornal desportivo. As entrevistas foram realizadas entre Junho e Outubro de 2005, num total de 50. As únicas três questões previamente estruturadas foram: «É adepto de futebol?»; «Quando foi a última vez que foi a um estádio?»; «Quais são as razões para não ir (ou para ir) ao estádio regularmente?» Aqui fica o nosso sincero agradecimento a quem connosco colaborou.

¹⁹ *Jornal A Bola*, 12-1-1985

da 1.^a Divisão, acrescentando que «isso representa menos do que o que parece porque há que ter em conta os efeitos da elevada inflação. Ou seja, o preço dos bilhetes aumentou de forma considerável.» Segundo o jornalista, era inegável um tendência de perda de espectadores no período em questão, explicável por razões de ordem económica e social geral do país:

Mesmo assim, de uma 1.^a inspecção dos números poderá ainda colher-se a optimista sensação de que o futebol, a popularidade do futebol, ainda não está verdadeiramente em causa. Certo é que terá sido bastante atacada, antes de mais, pela democratização do automóvel, pelo aparecer do respeito do homem pela sua mulher, pela família, concedendo-lhe o tempo de lazer que, ainda há bem pouco tempo, despendia sozinho. Tudo isto, bem como a diversificação dos entretenimentos, o instalar da televisão, foram fortes ataques ao mundo do futebol, que no entanto conseguiram ser superados, no sentido de uma manutenção da sua popularidade e interesse²⁰.

No referido artigo de Carlos Miranda destaca-se ainda a importância da tendência do aumento do preço dos bilhetes para esta diminuição da presença de espectadores nos estádios: de acordo com alguns adeptos e responsáveis de clubes e associações regionais entrevistados pelo jornalista, um dos grandes problemas passaria pela «ganância» dos clubes, que cada vez mais praticavam preços elevados por bilhetes para jogos de interesse reduzido, privilegiando a opção pelo escalão máximo permitido pela FPF para os preços dos bilhetes.

O ARGUMENTO «ECONÓMICO»: O ELEVADO PREÇO DOS BILHETES

Tendo em conta os discursos dominantes acerca das razões que explicam a ausência de mais público no futebol em Portugal nos dias de hoje, torna-se inevitável iniciar esta análise pelo factor «preço dos bilhetes». Esta é a razão mais popular para explicar a falta de espectadores nos estádios: os ingressos para o futebol são, em geral, considerados muito caros para o nível de vida português, a que se acrescenta a difícil situação económica dos portugueses, cada vez mais endividados perante as instituições de crédito, num país onde recentemente a taxa de desemprego tem vindo a aumentar. A confirmar esta ideia, temos diversos casos de clubes (por exemplo, União de Leiria, Belenenses, Beira-Mar) que nos últimos anos experimentaram abrir as portas dos seus estádios, de forma gratuita, em certos encontros, como forma de atrair espectadores: a resposta foi quase sempre inequívoca, com recintos habitualmente desertos a encherem.

²⁰ *Ibid.*, p. 4.

Os adeptos e os chamados «homens do futebol» (que não os dirigentes), principalmente jornalistas e treinadores, acusam frequentemente os dirigentes de estarem a afastar os verdadeiros adeptos dos estádios portugueses ao praticarem bilhetes de acesso tão caros. É o caso de Carlos Carvalho, treinador do Belenenses no início da época de 2004-2005: «O futebol tem menos gente devido ao preço dos bilhetes. Está-se a tornar o futebol um jogo elitista. Tirou-se o futebol ao povo²¹.»

Esta posição do treinador foi muito difundida nas páginas dos jornais e teve ainda direito a apoio explícito e visível em alguns estádios portugueses, com algumas claques a apresentarem tarjas dando razão a Carvalho e exigindo bilhetes mais baratos. Desde a Inglaterra, José Mourinho também concordou com Carvalho e considerou que em Portugal o futebol é um «desporto de ricos [...] Um adepto que queira assistir a um jogo ao vivo mais a sua família vai pagar mais de 100 euros. Se isto não é um luxo, o que é? [...] A razão dos estádios vazios parece estar, em parte, explicada: é que para muitos 100 euros é demasiado²².» Na mesma altura, o jornalista e articulista José Manuel Delgado²³ classificava como «um autêntico assalto» os preços dos bilhetes praticados no futebol português.

Mas será que na realidade os preços dos bilhetes na 1.^a Divisão portuguesa são realmente mais caros do que, por exemplo, em algumas das principais ligas de futebol europeias?

Principais ligas europeias — assistências médias e preços dos bilhetes na temporada de 2005-2006

[QUADRO N.º 4]

Liga	Assistências médias	Preço médio dos bilhetes (em euros)
Alemanha	37 314	18,71
Inglaterra	33 900	44
Espanha	27 800	25
Portugal (a)	10 000	20

(a) Estimativa.

Fonte: *Record*, 25-1-2006 (com base em números divulgados pela Federação Alemã de Futebol).

²¹ *Diário de Notícias*, 23-9-2005.

²² Cit. em «Desporto do povo?», artigo publicado em 10-3-2006 por Gonçalo Lopes — <http://www.jornaldeleiria.pt/index.php?article=3075&visual=1>.

²³ Cit. em «Preço dos bilhetes despe estádios», artigo publicado em 2-12-2005 no *blog* «Terceiro Anel» — www.terceiroanel.weblog.com.pt, por Bruno Ribeiro.

A partir de uma pesquisa nos *sites*²⁴ dos clubes portugueses da 1.ª Divisão foi possível chegar a uma estimativa do preço médio praticado na 1.ª Divisão em Portugal para espectadores «não sócios»: ainda que falte rigor estatístico a este valor, o mesmo anda à volta dos 20 euros. Se tomarmos em conta dados que nos permitem comparar o nível de salários médios em Portugal com os dos países referidos no quadro anterior, percebemos que o valor médio dos bilhetes de futebol na 1.ª Divisão portuguesa é realmente elevado, pelo menos se comparado com os casos alemão e espanhol, nos quais os preços dos ingressos não andam longe dos praticados em Portugal.

**Comparação dos salários médios praticados
em vários países europeus no ano de 2002
com o salário médio em Portugal no
mesmo ano**

[QUADRO N.º 5]

Países	Comparação com o salário médio em Portugal
Alemanha	281% superior
Inglaterra	240 % superior
Espanha	167 % superior

Fonte: <http://europa.eu.int/commm/eurostat>.

Sabendo que na época de 1983-1984 o preço médio dos bilhetes praticado na 1.ª Divisão portuguesa²⁵ era de 322 escudos (correspondente hoje a pouco mais de 1,5 euros), percebemos que em cerca de vinte anos se registou um aumento verdadeiramente exponencial (à volta de 1600%), o que, segundo certos autores (Neves e Rodrigues, 2004), pode também passar por um sinal de «qualificação do produto» através do qual as entidades que gerem o futebol (designadamente os responsáveis dos clubes) pretendem apresentar o futebol como um espectáculo cultural (veja-se, por exemplo, a obrigatoriedade de estádios com cadeiras numeradas na 1.ª Divisão):

Eu gosto de ir ver jogar o clube da minha terra, o Rio Ave, embora não viva em Vila do Conde e só possa ver poucos jogos por época. Mas quando chego à bilheteira e me pedem 20 euros para ver o jogo, num estádio vazio, com lugares desconfortáveis, e eu sei à partida que o mais provável é que o jogo seja fraco, ainda para mais contra uma equipa também ela fraca, quase

²⁴ Com *links* a partir do *site* da Liga Portuguesa de Futebol Profissional: www.lfp.pt.

²⁵ Jornal *A Bola*, 12-1-1985.

sempre desisto. Raramente vou ao futebol porque é muito caro [Mário, 45 anos, adepto do Rio Ave e do Sporting].

O que parece também apresentar-se como extremamente problemático é o facto de a entidade organizadora dos dois principais campeonatos de futebol profissional em Portugal, a Liga Portuguesa de Futebol Profissional, não estabelecer critérios para a aplicação de preços por parte dos clubes em função do grau de importância dos jogos em disputa. Ao contrário do que acontecia antes, por exemplo, na década de 1980, em que a Federação Portuguesa de Futebol (então responsável pela organização do campeonato da 1.^a Divisão) estabelecia um valor máximo de 950 escudos (correspondente hoje a cerca de 3 euros) para os bilhetes mais caros²⁶, não existe qualquer «tecto» para os preços mais altos, pelo que muitas vezes os clubes aplicam preços de bilhetes desmedidamente elevados para afastarem os adeptos das equipas adversárias, para infligirem uma represália sobre a direcção de um outro clube ou simplesmente para tirarem partido de uma dada situação desportiva particular²⁷.

Parece, portanto, confirmar-se uma situação de profunda inadequação dos preços praticados pelos clubes de futebol (com a cumplicidade da organização que gere o futebol profissional em Portugal) às condições sociais dos próprios espectadores potenciais, que contribui decisivamente para o actual estado de coisas. Neste sentido, adiantamos mesmo a hipótese de que, mais do que a procura de «qualificação do produto», exista a incapacidade de os dirigentes desenvolverem uma prática realista, no que diz respeito aos preços dos bilhetes, por estarem em muitos casos aparentemente «intoxicados» pela tão propalada popularidade social do futebol em Portugal, que os coloca numa posição de poder, pelo menos aos seus próprios olhos.

O ARGUMENTO «FUTEBOL NA TELEVISÃO»: O OUTRO JOGO

Este segundo motivo — que está directamente interligado com o primeiro, tal como com os subsequentes — é igualmente um dos mais difundidos para explicar os estádios vazios em Portugal: a grande quantidade de jogos de futebol televisionados da própria 1.^a Divisão, mas também de outras provas internacionais, supostamente afastará milhares de adeptos dos estádios.

²⁶ *Ibid.*

²⁷ Por exemplo, no último e decisivo jogo da temporada de 1999-2000, em que se decidia o título nacional, o SC Salgueiros recebia o Sporting CP, então líder da classificação, e a direcção do clube do Porto colocou os preços dos bilhetes para não sócio entre 100 e 150 euros.

É inegável que a grande quebra no número de espectadores dos jogos «ao vivo» no início/meados dos anos 1990 coincidiu com a generalização das transmissões televisivas dos jogos da 1.^a Divisão. De um cenário de grande irregularidade na cobertura televisiva em «directo» do futebol em Portugal — raramente era possível assistir a um encontro da 1.^a Divisão pela televisão nos anos 1980 — passamos a uma cobertura regular, primeiro, com a transmissão de pelo menos um jogo do campeonato nacional por semana, e depois exaustiva, a partir do final dos anos 1990, com o advento — em 1998 — da SportTV. Este canal português por cabo, dedicado ao desporto, principalmente ao futebol, que no final de 2004 possuía cerca de 500 000 assinantes, entre casas particulares e estabelecimentos comerciais²⁸, assegurou desde logo a transmissão de três ou quatro jogos da 1.^a Divisão por jornada, além de todo um conjunto de encontros de outros campeonatos nacionais e de competições internacionais. Hoje em dia quem tiver acesso à SportTV (pagando cerca de 20 euros por mês por este serviço) tem acesso a quatro dos nove encontros de cada jornada da 1.^a Divisão (a que se junta um quinto encontro transmitido em canal aberto), além de um extenso número de jogos internacionais, incluindo a Liga dos Campeões, as Ligas espanhola, inglesa e italiana, os jogos de selecção, etc.²⁹. O impacto deste tipo de cobertura intensiva do futebol é inquestionável: dados recentes apontam para o facto de em diversos países crescerem os números das audiências televisivas do futebol ao mesmo tempo que diminuem as assistências nos estádios, incluindo casos tão diferentes como o inglês e o brasileiro³⁰.

**Inglaterra — número total de espectadores
nos estádios na 1.^a Divisão***

[QUADRO N.º 6]

Época	Número total de espectadores	Varição em relação à época anterior
2003-2004	19,9 milhões	—
2004-2005	13,3 milhões	— 6,6 milhões
2005-2006 (previsão) . . .	12,3 milhões	— 1 milhão

Fonte: *Record*, 23 de Outubro de 2005.

²⁸ Dados retirados de www.sporttv.pt.

²⁹ Durante a temporada há muitas semanas em que é transmitido pelo menos um jogo de futebol em directo por dia, já que cada jornada da 1.^a Divisão se estende habitualmente de sexta-feira a segunda-feira, exactamente para servir os interesses televisivos. Se a isto acrescentarmos as competições europeias de clubes que ocupam a terça-feira, a quarta-feira e a quinta-feira, percebe-se a cobertura absolutamente exaustiva do futebol por parte da televisão. Isto para já não falar do número alargado de programas sobre futebol que existem nos diversos canais, nos quais se privilegia a discussão e análise dos jogos e acontecimentos de alguma forma relacionados com o universo futebolístico.

³⁰ V. artigo de Marcos Alvito neste volume.

Para esta situação contribuí também o facto de os próprios calendários e horários dos jogos serem definidos pelos canais televisivos, muitas vezes impondo decisões que contrariam claramente os interesses dos adeptos que vão (ou desejariam ir) ao estádio:

Como é que querem que eu vá a jogos ao domingo à noite, às 21.30? Tenho que vir de Valongo, se arranjar boleia de um amigo, temos que deixar o carro longe do «Dragão», e caminhar até ao estádio. Depois do jogo acabar, às 23.30, andar imenso a pé até ao carro, fazer a viagem de volta, quando chego a casa à 1 da manhã e depois é pôr a pé às 7 da manhã. Por isso mesmo às vezes prefiro ficar a ver os jogos em casa, na TV, e olha que tenho Bilhete de Época desde 1999 [Nuno, 23 anos, adepto e sócio do FC Porto].

Devido às imposições televisivas, os jogos mais apetecíveis são sempre realizados à noite, alguns deles ao domingo, outros à sexta-feira ou à segunda-feira, o que também implica, durante uma boa parte do ano, condições meteorológicas pouco agradáveis para quem se desloca ao estádio, além de outro tipo de dificuldades logísticas, designadamente para os espectadores que pretendem acompanhar a sua equipa aos encontros realizados fora de «casa». Não surpreende por isso que seja bastante óbvia para quem habitualmente vê futebol ao vivo a diminuição profunda do número de adeptos «forasteiros» presentes nos estádios:

Que saudade dos jogos às três da tarde, com sol, com aquele ambiente de festa e de domingo à tarde. Há quantos anos não tenho hipóteses de ver um jogo ao domingo à tarde, em «casa» ou fora? Já nem lembro! Como dantes, quando ia com a minha família, e íamos a Penafiel, ou Vila do Conde, ou Guimarães, e íamos todos almoçar fora, e depois ia à bola com o meu pai. Era uma festa e estavam os campos cheios. Agora o futebol é sempre à noite, já não me puxa tanto [Rui, 28 anos, adepto e sócio do FC Porto].

Uma das tendências do futebol globalizado é a opção clara pela mediatização, em detrimento do espectáculo ao vivo — sacrificam-se tradições, calendários, horários, em nome das transmissões televisivas. Vende-se o jogo como espectáculo televisivo, procurando-se conquistar audiências, em vez de espectadores. Ao ponto de vermos estádios novos cujas cadeiras multicolores também servem o propósito de fazer parecer as bancadas cheias, mesmo que o recinto esteja vazio — o espectáculo televisivo está acima de tudo. A propósito, podia ler-se num artigo de opinião do cronista e escritor Álvaro Magalhães³¹:

Já se sabia que a televisão, que deu mais vida ao jogo, acabaria por cobrar a sua alma [...] Os adeptos convertem-se gradualmente em espectadores,

delegando nos poucos que ainda se dispõem a pagar por algo que lhes entra gratuitamente em casa e ainda têm de arrostar com as agruras do clima, longas deslocações, filas, revistas e encontrões.

Sinais recentes sugerem que a dependência dos clubes das receitas das transmissões televisivas pode ter consequências dramáticas a médio prazo para a própria indústria do futebol. Até porque, depois de um período de alguma euforia, os valores pagos pelas transmissões têm vindo a decrescer. No caso do futebol português, limitado à partida por um mercado muito reduzido, parece que a generalidade dos dirigentes ainda não compreendeu que o «pote de ouro» das transmissões televisivas que pagava os seus exageros e desvarios na compra de atletas não poderia durar para sempre e agora pode ser demasiado tarde para inverter o perigoso rumo dos acontecimentos³². Esta sujeição quase absoluta do futebol aos interesses televisivos apresenta-se como uma prática que visa resultados imediatos, mas que não se preocupa com a manutenção ou criação de espectadores ao vivo.

Simultaneamente, a mediação televisiva trouxe toda uma nova forma de viver e sentir o futebol — o futebol de sofá, como foi baptizado pelos ingleses. A própria relação do adepto com o jogo transformou-se e em muitos casos os espectadores que se deslocam ao estádio pela primeira vez (ou que a ele voltam após muito tempo sem verem futebol ao vivo) têm dificuldades de adaptação a essa outra maneira (a tradicional) de ver futebol:

Agora quando, uma vez de tempos a tempos, vou a futebol não tenho mesmo prazer de antigamente, nem gosto tanto como de ver na televisão. Não consigo ver bem o que se passa no outro lado do campo, sinto a falta das repetições, de ver os pormenores do que se passa, as reacções dos jogadores. Além disso, chateiam-me os palavrões, a falta de educação das pessoas, o estarem sempre a insultar o árbitro, os adversários, até os jogadores da própria equipa quando as coisas correm mal. E ainda por cima, há quem fume um cigarro atrás do outro, tenha pouco respeito por quem está ao lado. Por isso, prefiro ficar em casa, no conforto do meu sofá, mais relaxado a ver o jogo. Se não desse na televisão ainda era capaz de ir, mas assim, estou muito mais confortável em casa, e gosto mais de ver na TV, e

³² No futebol luso as receitas televisivas são o «abono de família» dos clubes, já que num cenário de reduzidas assistências aos jogos os clubes ficam cada vez mais «refêns» dos dinheiros da televisão: por exemplo, na época de 2001-2002 os quatro maiores clubes (os «três grandes», mais o Boavista) obtiveram uma receita agregada superior a 102 milhões de euros (dois terços do total da 1.ª Liga), sendo que o valor proveniente da venda de direitos televisivos tinha um peso superior a 30% (38 milhões de euros). Apenas depois surgiam as receitas de ordem desportiva (35 milhões), as mais-valias com jogadores (24), a publicidade (21) e, finalmente, as quotizações dos sócios, com apenas 14 milhões de euros (*As Finanças do Futebol Português*, anuário da época de 2001-2002, ed. Deloitte & Touche, *A Bola*, LPFP).

se chover ou estiver frio então nem se fala [Francisco, 62 anos, adepto do FC Porto].

Nestas palavras fica bem patente a importância atribuída ao elemento «conforto» na versão televisonada de assistir a um jogo de futebol — uma experiência mais individualista, se tivermos em conta que cada espectador define alguns dos parâmetros dessa mesma experiência (relativamente às condições envolventes, à companhia, à audição ou não de comentários, etc.), mas ao mesmo tempo muito mais massificada, já que o espectador apenas pode ver o encontro a partir da perspectiva da transmissão, perdendo, por exemplo, a possibilidade de abranger todo o relvado com a vista. Na realidade, o formato televisonado do futebol encerra toda uma outra linguagem visual, uma outra forma de ver e estar, a que os telespectadores se habituam, tornando muitas vezes desconfortável ou pelo menos estranha e nem sempre agradável a experiência «real», a de assistirem ao futebol *in loco*, no estádio.

Este «outro jogo», o televisonado, já o único para muitos adeptos, implica formas de percepção e compreensão específicas por parte dos espectadores do que acontece no terreno de jogo, extremamente dependentes do processo mecânico, tecnológico, de transmissão. Implica toda uma forma radicalmente diferente de ver futebol³³, além de ter contribuído para reconfigurar o mapa das preferências clubísticas (como veremos à frente) e para «revolucionar o espectro de audiências do jogo e os interesses económicos que envolvem a competição» (Kumar, 2004, p. 255).

O ARGUMENTO DA «QUALIDADE DO FUTEBOL»: A FALTA DO «JOGO BONITO»

Um terceiro argumento habitualmente utilizado para explicar a falta de espectadores nos estádios portugueses recorre a razões identificáveis com o «diagnóstico da crise» realizado pelo treinador holandês do FC Porto, Co Adriaanse:

Os jogos são muito maçadores, e precisamos de jogos emotivos, como o FC Porto com o Glasgow Rangers, para que os adeptos se satisfaçam e apareçam nos estádios [...] Custa muito ver tantos estádios vazios [...] Isso é inadmissível³⁴.

³³ Segundo Kumar (2004, p. 256), «duas das marcas mais fundamentais do futebol televisonado são a suspensão do tempo e a ubiquidade, proporcionadas pelo *zapping* e pela possibilidade de ver o mesmo lance a partir de diferentes ângulos, através da repetição e da câmara lenta [...] a relação do adepto de futebol televisivo com o jogo é caracterizada pelo seu carácter fragmentado e dependente, por oposição a um envolvimento concentrado e participativo que define os adeptos de bancada».

³⁴ www.record.pt, 16-9-2005.

Co Adriaanse considera que a falta de qualidade dos jogos em Portugal, a incapacidade de as equipas entreterem os espectadores, o futebol pouco espectacular, com demasiadas faltas e paragens, são os grandes responsáveis pela ausência de público³⁵.

Aos aspectos negativos apontados poderíamos acrescentar a ausência dos relvados portugueses da generalidade dos melhores jogadores lusos, quase todos eles a actuarem fora do país, em campeonatos mais mediáticos e onde os salários pagos aos jogadores são mais elevados. Também neste particular existe uma coincidência entre um dos períodos de grande quebra nas assistências médias aos jogos «ao vivo» com a primeira vaga de emigração massiva do futebol luso, com nomes importantes do Porto, Sporting e Benfica, como Fernando Couto, Figo, Paulo Sousa e Rui Costa, a partirem para Itália e Espanha em 1994, numa tendência que se acentuaria nos anos seguintes de forma massiva e irreversível. No presente, a selecção nacional portuguesa é constituída por uma vasta maioria de jogadores «estrangeirados»³⁶. Ora quem quiser ver actuar as «estrelas» de referência do futebol português com regularidade apenas o pode fazer pela televisão, sendo que naturalmente a sua ausência dos relvados portugueses corresponde a uma óbvia perda de qualidade do futebol praticado e do poder de atracção do próprio espectáculo.

No entanto, por muito que seja razoável afirmar que os «bons artistas fazem o bom espectáculo», será que é um bom espectáculo aquilo que os adeptos querem ver no estádio do seu clube? Esta é uma velha discussão, que raramente produz conclusões, desde logo pela dificuldade de definição do que é um bom espectáculo de futebol: será um «jogo bonito» em termos estéticos? Um encontro emotivo? Uma profusão de golos? Uma «batalha tática» apreciável? Ou, pura e simplesmente, a nossa equipa ganhar?

Num artigo de opinião que já abordámos anteriormente, Álvaro Magalhães³⁷ discorda liminarmente da argumentação de Co Adriaanse:

Esses, os irredutíveis que a televisão ainda não conquistou, não vão ao estádio para serem entretidos, mas por causa da porção de vida anímica,

³⁵ Esta é uma discussão que tem dominado também o futebol inglês em tempos recentes, com os treinadores Arsène Wenger (Arsenal) e José Mourinho (Chelsea) em pólos opostos, com o primeiro a considerar ser função prioritária de um treinador assegurar um bom espectáculo aos espectadores, enquanto o segundo recusa essa missão, considerando apenas interessar a vitória final do seu clube.

³⁶ A equipa base da selecção portuguesa em Setembro de 2005 era constituída por Ricardo (Sporting), Paulo Ferreira (Chelsea), Ricardo Carvalho (Chelsea), Jorge Andrade (Deportivo da Corunha), Nuno Valente (Everton), Costinha (Dinamo de Moscovo), Maniche (Dinamo de Moscovo), Deco (Barcelona), Cristiano Ronaldo (Manchester United), Figo (Inter de Milão), Pauleta (Paris SG). Apenas um futebolista a actuar em Portugal, portanto.

³⁷ Jornal de Notícias, 25-9-2005.

irracional e inconsciente que o futebol proporciona. E, claro, apenas querem que a sua equipa ganhe.

A generalidade dos adeptos realmente empenhados dos clubes parece comportar-se de acordo com a visão apresentada por Magalhães. Num episódio que ainda hoje é por muitos lembrado, o actor e realizador português Artur Semedo, fervoroso adepto do Benfica, foi abordado antes de um jogo importante por um repórter que lhe perguntou se esperava ver um bom espectáculo. O actor respondeu prontamente: «Espectáculo? Mas qual espectáculo? O que eu quero é que o Benfica ganhe!» (Coelho, 1995).

Quando interpelados sobre esta questão, a esmagadora maioria dos adeptos empenhados responde de forma semelhante a um dos nossos inquiridos:

Se for possível ganhar jogando bem, melhor, óptimo! Mas antes de tudo está a vitória, os três pontos! De que adianta jogar bem, se perdermos? Nada. Acho que ainda é pior do que se jogarmos mal, porque ficamos a pensar que merecíamos ganhar... [Rui, 28 anos, adepto e sócio do FC Porto].

Atendendo a exemplos retirados da nossa análise estatística relativamente aos números das assistências médias dos «três grandes» clubes do futebol português nas últimas temporadas, parece clara a tendência para que os clubes que apresentam maus resultados desportivos sofram imediatamente uma redução de assistência nos seus estádios, independentemente da sua qualidade de jogo. Veja-se o caso do Benfica, tradicional líder português de bilheteira no seu estádio, que nos últimos anos por várias vezes viu diminuir substancialmente as taxas de ocupação do seu recinto (para números muitas vezes confrangedores, tendo em conta a dimensão do mesmo) devido a fracos comportamentos desportivos, que conduziram a dez anos de «abstinência» em termos de títulos nacionais.

Apesar disso, será difícil negar que a 1.^a Divisão portuguesa não está entre as mais cotadas do panorama internacional, ao mesmo tempo que dificilmente consegue atrair jogadores de craveira em termos mundiais. Concomitantemente, é público o facto de que no principal escalão nacional se registam médias muito elevadas de faltas cometidas por jogo, com implicações inegáveis sobre a qualidade das partidas e sobre o próprio tempo médio útil de jogo.

O ARGUMENTO DA «CONCENTRAÇÃO DE PODER» : A HEGEMONIA SOCIAL E DESPORTIVA DOS «TRÊS GRANDES»

Um quarto argumento explicativo dos estádios vazios centra-se na ideia de que existe uma espécie de ditadura dos clubes «grandes» em Portugal que impede o desenvolvimento dos outros clubes e do próprio futebol. Esta ideia

é muitas vezes defendida por aqueles que afirmam que os adeptos portugueses gostam muito é dos seus clubes (quase sempre os «três grandes») e das discussões de café sobre «a bola», mas gostam pouco de futebol *per si*:

Mais de 80% dos adeptos são dos três grandes e, seguramente, nem metade habitam as cidades de onde esses clubes são. Perde-se o bairrismo, massifica-se o gosto por um símbolo normalizador dos gostos e dos modos de viver a «bola». Começa-se desde cedo a aglomerar os adeptos num circuito fechado de 3 emblemas. Um processo insustentável, a meu ver. Com excepção a Guimarães e Coimbra, embora em menor grau, as restantes cidades têm clubes que apenas são apoiados por umas centenas de adeptos (como eu) que vivem e apoiam cores do seu clube em exclusivo. Que me desculpem os seus adeptos, mas eles são, fundamentalmente, o principal problema do futebol português e desta desertificação. O fosso é imenso e o «sistema» está talhado a que o figurino não se altere... Com ou sem culpa própria dessas três importantes instituições [«João C.», adepto do Rio Ave, *in blog* «Terceiro Anel»³⁸].

Neste sentido, o facto de quase todos os adeptos dirigirem as suas lealdades clubísticas para um dos «três grandes» conduz a uma hegemonia desportiva e social destes clubes, que torna a vida muito difícil, em todos os aspectos, aos outros emblemas. Incluindo, claro, aspectos relacionados com o mercado. Revejam-se os números das assistências médias do futebol de 1.ª Divisão em 2003-2004 e percebe-se porquê: mais de 82% dos espectadores concentrados em três estádios, os do FC Porto, Benfica e Sporting. Nesse sentido, e como atrás referimos, a própria ligeira melhoria registada nas duas últimas temporadas em termos de assistências médias aos jogos da 1.ª Divisão acaba por ser em parte «falsa», já que se concentra praticamente nos estádios dos «três grandes». Ou seja, cada vez mais parece não existir futebol ao vivo fora do quadro dos três clubes de topo e, pior ainda, fora do litoral e das maiores cidades portuguesas. A verdade é que, se retirarmos destas contas as cidades do Porto, Lisboa, Braga e Guimarães, são muito reduzidos os milhares de adeptos que assistem ao vivo aos jogos de futebol da 1.ª Divisão em Portugal.

Num país em que praticamente só os «três grandes» possuem uma base de apoio social realmente forte³⁹, sendo que a base associativa tem efeitos directos nos orçamentos de exploração, nos recursos disponíveis para a

³⁸ www.terceiroanel.weblog.com.pt em 2-12-2005.

³⁹ Analisando-se o número de sócios dos clubes portugueses, conclui-se que os «três grandes» concentram dois terços dos sócios das equipas da 1.ª Liga (em 2003-2004) — dados retirados de *As Finanças do Futebol Português*, anuário da época de 2001-2002, ed. Deloitte & Touche, *A Bola*, LPFP.

competição desportiva e na dinamização do mercado do futebol em Portugal, o protagonismo destes três clubes tem vindo a aumentar na capacidade de gerarem receitas, investimento, adeptos e sócios, cavando um fosso irreversível para os outros clubes, incapazes de atraírem público. Cada vez mais as desigualdades entre os clubes aumentam — até porque o bolo das receitas das transmissões televisivas é dividido com base nestas diferenças abissais — e, por todos estes motivos, a crise tomou conta do universo do futebol português, com muitos emblemas a chegarem a situações de falência técnica ou perto disso, não conseguindo respostas eficazes para as quebras de receitas e para os aumentos dos ordenados dos jogadores.

A importância e o peso do elemento «televisão» nesta crescente desigualdade de poder entre clubes, a que Domingos e Neves (2004, p. 174) chamam «afunilamento competitivo», podem explicar também a concentração das fidelidades futebolísticas dos adeptos nos clubes mais poderosos. Designadamente entre os jovens adeptos, a tendência é cada vez mais para «torcerem» pelos clubes mais conhecidos e bem sucedidos, que melhores executantes possuem nas suas fileiras — ou seja, os emblemas que habitualmente vêm na televisão, que desfrutam de maior exposição mediática —, e já não pelo «clubes da terra», com o qual apenas podem relacionar-se de forma directa, deslocando-se aos campos de jogo. Esta é também uma das razões para a referida concentração de poder crescente nos clubes mais poderosos, mesmo que em muitos casos estes sejam emblemas de outros países, cheios de «estrelas» e títulos, num processo típico do futebol globalizado.

Os próprios resultados desportivos estão na origem desta situação, acabando por ser alimentados pela mesma, num processo circular. Na história da mais importante competição do futebol português — o Campeonato Nacional da 1.^a Divisão, que leva já mais de setenta anos de vida — apenas por duas vezes o triunfo final não foi para um dos «três grandes»: o Belenenses, em 1946, e o Boavista, em 2001, protagonizaram as excepções à regra. Nota ainda mais «preocupante» é o facto de os campeões, incluindo os dois *outsiders*, serem todos do Porto e de Lisboa, o que mostra uma enorme concentração geográfica do poder futebolístico⁴⁰.

⁴⁰ Essa hegemonia do FC Porto, Benfica e Sporting corresponde a um claro domínio das equipas das duas maiores cidades do país, mas também a uma profunda litoralização do futebol em Portugal, que se tem agravado nos últimos anos. Segundo Jorge Gaspar, em *Transformações Recentes na Geografia do Futebol em Portugal* (1989), já em 1970-1971 os clubes da 1.^a Divisão concentravam-se à volta do Porto e de Lisboa. Num raio de 50 km das duas cidades podíamos encontrar 86% de todos os participantes no escalão maior, enquanto na 2.^a Divisão eram 60%. E não havia um único representante do interior do país — hoje, passados mais de trinta anos, a situação é igual, não existindo um único clube da 1.^a Divisão a mais de 40 km da costa. Neste período de mais de trinta anos contaram-se pelos dedos as excepções a esta «desertificação interior», que tem no futebol apenas mais um exemplo: Desportivo de Chaves, Académico de Viseu, Covilhã, Elvas e Campomaiorense (quase todos com passagens mais ou menos fugazes pela 1.^a Divisão).

Comparando o panorama histórico do campeonato português com o de outros campeonatos nacionais europeus⁴¹, percebemos que o primeiro apresenta um dos registos mais pobres em termos de competitividade e equilíbrio desportivo interno, com um dos mais reduzidos naipes de campeões diferentes, sendo que em número de campeonatos ganhos pelos três clubes mais «titulados» é mesmo aquele que apresenta valores percentuais mais elevados (97%). Em termos europeus, a hegemonia desportiva dos três grandes em Portugal apenas tem paralelo nas «ligas» da Grécia e Turquia, que apresentam resultados semelhantes⁴². Os dados relativos aos vencedores da Taça de Portugal também não mentem — apesar de se poder pensar que a história de uma competição deste tipo podia ser muito diferente em termos de competitividade. Há naturalmente maior variedade de vencedores — em 65 edições houve 11 vencedores —, mas mesmo assim os três grandes levaram 48 trofeus (ou seja, 75% do total), conquistados por Benfica, 24, Sporting, 13, e Porto, 12, restando apenas 17 (25%) para dividir por oito clubes⁴³.

O ARGUMENTO DA «MÁ GESTÃO» — A PROBLEMÁTICA ORGANIZAÇÃO DO FUTEBOL EM PORTUGAL

Permanentemente envolvida em conflitos e polémicas, as estruturas e os agentes responsáveis pela organização do futebol em Portugal — incluindo os clubes — são vistos pela generalidade dos adeptos e especialistas como grandes culpados pela situação de despovoamento generalizado dos estádios.

⁴¹ Dados retirados de www.rsssf.com.

⁴² Tendo em conta os dados analisados, designadamente em relação a Portugal, à Grécia e à Turquia, parece plausível afirmar que o poder concentrado num número reduzido de clubes tem mais a ver com os contextos sociais do que propriamente com a tradição e a qualidade futebolística. Portugal, a Grécia e a Turquia partilham muito mais do que simplesmente as lealdades concentradas em três ou quatro clubes. São países mais atrasados do que a média europeia, com grandes dificuldades de desenvolvimento económico e desportivo, que viveram muito tempo em ditadura, com modelos políticos e sociais extremamente centralistas e caracterizados por enormes desigualdades sociais. E, pormenor importante, são ainda países onde o futebol tem uma popularidade enorme, assumindo foros de «paixão nacional».

⁴³ Em 65 finais da Taça de Portugal disputadas apenas por sete vezes o jogo decisivo não envolveu um dos três grandes (que estiveram, portanto, em mais de 90% das finais), sendo que em 22 ocasiões (mais de 30% do total) a final foi disputada entre dois deles

De entre os outros clubes vencedores da Taça de Portugal, os dois *outsiders* ou «clubes médios», Boavista (5 vitórias) e Belenenses (3), voltam a destacar-se, tal como V. Setúbal (4), seguidos da Académica, Beira-Mar, Estrela da Amadora, Leixões e Sporting de Braga, todos com uma vitória.

Note-se, portanto, que apenas setubalenses, conimbricenses, aveirenses e bracarenses (num total de 9 edições) levaram a Taça para fora da Grande Lisboa e do Grande Porto. Mais significativo ainda é o dado que nos diz que não se regista um único triunfo de clubes do interior nesta competição, tal como, aliás, acontece relativamente ao campeonato nacional.

Na verdade, a maior parte dos dirigentes dos clubes e instituições organizativas não conseguiu ainda dar o salto para estratégias racionais, designadamente na atracção de públicos. Apesar de algumas «boas intenções», muito há a fazer neste particular, como promoções para acompanhantes dos sócios, bilhetes de grupo, lugares para famílias, protocolos com instituições de ensino, formas de atracção do público feminino, etc.

Ao mesmo tempo que demonstram grandes dificuldades em chamar novos espectadores, os clubes portugueses parecem não valorizar adequadamente os seus adeptos mais «leais», mantendo uma grande distância e impessoalidade no tratamento com os mesmos, parecendo cada vez mais olhá-los como meros consumidores. Desta forma, renegam aspectos cruciais dos laços, eminentemente afectivos e emocionais, que os adeptos criam com o seu clube⁴⁴.

A falta de estratégias eficazes de atracção de adeptos demonstrada por muitos clubes — designadamente aqueles que têm regularmente os seus estádios vazios — poderá contribuir, a médio prazo, para a dificuldade de desenvolvimento de uma verdadeira fidelização dos jovens adeptos e espectadores, que, provavelmente, encontrarão outras formas de entretenimento ou se limitarão a assistir aos jogos pela televisão. Voltando à opinião do treinador Carlos Carvalhal⁴⁵:

Eu ganhei o hábito de ir ao estádio, quando o meu pai me levava pela mão. Tinha quatro, cinco anos [...] Agora isto está a tornar-se um problema acrescido, porque está a perder-se o hábito de levar os filhos ao futebol porque é obrigatório comprar um bilhete de adulto, integral. E não é quando esses miúdos tiverem 14 ou 15 anos que vão começar a ganhar o hábito de frequentar os estádios [...] Há alguém que pense o futebol neste momento?

Os dirigentes são ainda muitas vezes acusados de demonstrarem pouco respeito e consideração pelos adeptos mais fiéis (quase sempre os menos favorecidos socialmente), no que diz respeito aos preços dos bilhetes, aos horários dos jogos, à forma como privilegiam outro tipo de «actores» na vida do clube, por exemplo, reservando os melhores lugares dos estádios para

⁴⁴ Veja-se um simples exemplo, mas que nos surge como extremamente significativo: actualmente — e desde o início da fase de maior mercantilização do futebol português, nos anos 1990 (coincidindo, aliás, com as grande quebras de assistências nos estádios...) — os clubes obrigam as crianças a pagar bilhete para entrarem nos estádios, o que não acontecia antes. Quantos de nós, adeptos com mais de 30 anos, não começámos a ir ao futebol de forma gratuita pela mão dos nossos pais ou pedindo um «pai emprestado» à porta do estádio (esta foi sempre uma prática comum nos estádios portugueses até à década de 1990: dezenas de crianças e jovens sensivelmente até aos 14 anos a interpelarem homens que se dirigiam ao estádio: «Ó senhor, deixe-me entrar consigo... Diga ao porteiro que é meu pai!»)

⁴⁵ *Diário de Notícias*, 23-9-2005

camarotes de luxo, onde têm lugar os seus convidados, os convidados dos patrocinadores, os chamados VIP⁴⁶.

Gerir o futebol como se este fosse apenas negócio, a que se devem aplicar os princípios neoliberais de total mercantilização e racionalização comercial, utilizando (ou melhor explorando) até à exaustão a profunda e intensa relação afectiva e emocional desenvolvida muitas vezes durante décadas a fio entre o adepto e o seu clube, tem conduzido em muitos casos ao abandono do respectivo lugar nos estádios por parte de milhares de aficionados «de primeira» (ou seja, os mais fiéis e empenhados na sua lealdade), fartos de serem tratados como meros consumidores, ainda por cima «de segunda». De acordo com Kumar (2004, p. 249), uma das mais democráticas tradições do associativismo desportivo prendia-se com uma política igualitária de acesso aos jogos para os sócios dos clubes: em troca de um quota mensal, aqueles tinham acesso livre à maior parte dos encontros. Ora, com a generalização de novas formas de gestão dita profissional e racional dos clubes, «o preço dos bilhetes de sócio passa a variar em função do lugar (anual), o que impossibilita a muitos adeptos de origens mais baixas o acesso aos melhores lugares, introduzindo uma endogamia social nas bancadas» (Kumar, 2004, p. 250). Esta alteração, que se engloba num conjunto de diversos processos de «elitização» do acesso, mas também de participação, dos adeptos relativamente ao futebol e à vida dos clubes, que se aprofundou durante os anos 1990 devido aos novos imperativos mercantis (que redundaria mais tarde na generalização das sociedades anónimas desportivas e na concentração de poder de decisão nas mãos dos accionistas dos clubes), tem vindo a reduzir a possibilidade de os adeptos comuns terem uma voz na gestão dos seus clubes, promovendo o afastamento gradual de muitos deles:

Sabe que o Benfica já foi um grande exemplo de democracia para este país?! No tempo do Salazar era o único sítio onde havia eleições livres, com milhares e milhares de pessoas a votarem, a defenderem as suas opiniões nas assembleias gerais. Hoje os sócios não mandam nada, o clube popular morreu, não precisam de nós para nada. Nunca vou ao estádio, para quê?, não sou necessário, não adianto nem atraso nada, não posso influenciar os destinos do clube em nada. Agora é para quem tem acções, quem tem dinheiro... [Jorge, 56 anos, adepto do Benfica].

⁴⁶ Um exemplo gritante desta falta de respeito e consideração pelos adeptos mais empenhados foi dado pela administração do FC Porto, que, a propósito das finais da Taça UEFA de 2003 e da Liga dos Campeões de 2004, colocou em venda geral apenas uma parte dos bilhetes que tinha assegurado, reservando uma fatia substancial dos ingressos para ofertas aos patrocinadores, aos convidados, incluindo inúmeras figuras públicas e políticos portugueses, a grande maioria deles sem ligação ao clube, retirando a possibilidade de acompanhar o seu clube em momentos muito altos da sua existência a milhares e milhares de adeptos de «sempre».

A nível da gestão dos clubes e das instituições que regem o futebol português existem ainda outras práticas dominantes e opções estratégicas que impedem a criação e imposição de um universo desportivo credível e atraente para o público, designadamente em termos de transparência dos processos que envolvem, por exemplo, a arbitragem e o respeito pela verdade desportiva. Ora as dúvidas e «zonas cinzentas»⁴⁷ existentes a este nível contribuem, com certeza, de forma decisiva para o despovoamento de muitos dos estádios portugueses, o mesmo acontecendo com o clima de forte conflitualidade entre muitos dos dirigentes de clubes e de outras instituições do universo futebolístico que se tem vivido nas últimas duas ou três décadas e que não raramente se estende ao ambiente que envolve os jogos, principalmente entre os «grandes».

O ARGUMENTO DA «MUDANÇA CULTURAL»: A SOCIEDADE PORTUGUESA APÓS O 25 DE ABRIL E A ADESÃO À UNIÃO EUROPEIA

O sexto e último factor explicativo da desertificação dos estádios portugueses é aquele que assume um carácter mais «extrínseco» ao próprio jogo, centrando-se na formação social portuguesa recente. Como já vimos, há mais de vinte anos, em 1985, o jornalista Carlos Miranda afirmava, em *A Bola*⁴⁸, que futebol português enquanto espectáculo pago estava a sofrer o impacto de alterações sociais importantes, designadamente a nível das relações e papéis homem/mulher: cada vez menos a mulher aceitava ficar em casa ou a «fazer tricô» no carro enquanto o marido «ia à bola»⁴⁹, mas também no que dizia respeito, por exemplo, à democratização do acesso à televisão e ao automóvel. Hoje é possível compreender melhor os efeitos sociais da profunda e intensa diversificação dos entretenimentos disponíveis, da expansão das mais variadas indústrias culturais e de lazer, das telecomunicações, dos transportes, etc.

O futebol tem hoje de competir cada vez mais com uma imensidão de formas de entretenimento e lazer, que vão desde a televisão até aos computadores (e respectivos jogos), das consolas à Internet, passando pelos centros comerciais — cuja oferta abrange não só a vertente puramente comercial (as lojas), mas também o entretenimento (por exemplo, os cinemas, os *bowlings*, etc) — e pelos mais variados pontos de encontro e de actividade.

⁴⁷ Lembre-se aqui o famoso caso «Apito Dourado», que se encontra ainda à espera de julgamento na justiça e que envolve dezenas de árbitros e dirigentes de clubes/instituições de diferentes escalões (incluindo o presidente da Liga Portuguesa de Futebol Profissional, o ex-responsável pelo Conselho de Arbitragem da mesma, o presidente do FC Porto, etc.) em acusações de corrupção.

⁴⁸ Jornal *A Bola*, 12-1-1985.

⁴⁹ Esta era uma prática dominante entre as mulheres dos espectadores de futebol nas tardes de domingo à tarde durante os anos 1970 e 1980.

Ao mesmo tempo tornam-se cada vez mais acessíveis as viagens internas e externas, as práticas de outras modalidades desportivas, o desenvolvimento de outros interesses relacionados com as diversas artes, por exemplo.

Neste particular, é facilmente perceptível que após se terem reproduzido durante décadas hábitos característicos de uma sociedade fechada e estagnada — também em termos de oferta cultural e lúdica —, como foi a sociedade portuguesa até 1974 (ou mesmo até meados da década de 1980, altura da adesão à União Europeia), os últimos vinte anos têm sido marcados por todo um novo «mundo» de possibilidades de ocupação dos tempos livres, de actividades de entretenimento e lazer, de novas formas de sociabilidade e actividade individual e colectiva:

A minha opinião é a seguinte: os tempos são outros. Ou seja, quando comecei a ir «à bola» em 82/83, os Barreiros estavam à pinha e no peão não haviam lugares sentados. Nessa altura, aos domingos, as pessoas ou iam à bola, ou iam à missa ou, em alternativa, iam para a casa da sogra com a família. Pode parecer um pouco ridículo mas acho que não é assim tão descabido. Actualmente a malta tem Internet, tem a TVcabo, tem o Home Cinema, tem os shoppings, tem a palhosca de campo para onde vai para as patuscadas com os amigos, etc. O que eu quero dizer com isto é que já existem outras coisas que preenchem os tempos das pessoas e só o futebol não chega para levantar o rabinho do sofá para ir ao estádio [«Astrosapiens», adepto do Marítimo, in *site* oficial do C. S. Marítimo⁵⁰].

Além disso, como temos referido, a própria transformação do futebol num espectáculo eminentemente televisivo desde meados da década de 1990 mudou a própria relação do adepto com o jogo, com o acto de ver o jogo. Hoje o acto de «ver futebol» é quase sempre correspondente a «ver televisão», tornando-se compreensível que as pessoas prefiram outras formas de entretenimento quando não estão em frente do pequeno *écran*, designadamente as mais jovens.

CONCLUSÃO

Para compreendermos uma realidade tão complexa com aquela que aqui conceptualizámos como o paradoxo do jogo português — a omnipresença social do futebol e a ausência de espectadores dos estádios — tornou-se fundamental estabelecer conexões entre um conjunto de motivos que contribuem para explicar o referido paradoxo. Ao fazê-lo, procurámos elaborar uma espécie de retrato da formação social particular do futebol em Portugal que é, simultaneamente, causa e consequência da citada situação de ambivalência.

⁵⁰ www.maritimomadeira.com/index.php?option=com_

Assim, de forma sintética, podemos considerar que a referida formação social é antes de mais caracterizada pela enorme popularidade social que coloca o futebol no centro da vida do país, ainda que de uma forma profundamente mediatizada. O futebol desempenha um papel importante na vida de uma grande parte dos portugueses, ocupa um lugar privilegiado nas relações sociais e nas sociabilidades, mas não enquanto fenómeno de participação, «ao vivo». Para isso contribuiu decisivamente a ausência dos adeptos dos estádios, que resulta, obviamente, de uma opção consciente dos mesmos, independente da sua ligação afectiva ao jogo.

Na base dessa escolha parecem estar motivos relacionados com questões económicas e financeiras (falta de poder de compra para regularmente adquirir os bilhetes de ingresso, quase consensualmente considerados muito caros para o nível de vida português), em conjugação com a intensa cobertura televisiva do futebol, que permite acompanhar de perto uma grande parte dos encontros (designadamente os mais aguardados). A própria generalização deste «outro futebol», o televisionado, contribui para a imposição de uma experiência individual e colectiva substituta, muitas vezes preferida em detrimento da experiência «real», original. No entanto, outras características da formação social do futebol português contribuem decisivamente para a ausência dos adeptos dos estádios, como é o caso da concentração de poder e das lealdades clubísticas em apenas três clubes, retirando possibilidades de desenvolvimento aos outros emblemas, fomentando uma desigualdade competitiva crescente e agravando os efeitos da reprodução de um mapa de lealdades clubísticas «desequilibrado» e hegemónico.

Através da análise estatística das assistências aos jogos da 1.^a Divisão desde o 25 de Abril de 1974 foi-nos possível perceber que a partir dos inícios/meados dos anos 1990 os três motivos acima citados resultaram no afastamento generalizado dos adeptos dos estádios portugueses, ao mesmo tempo que a popularidade e centralidade social do futebol não parava de aumentar. O que nos leva a pensar que também um conjunto de factos sociais extrínsecas ao jogo, as tais alterações culturais profundas registadas na sociedade portuguesa após a revolução de 1974 e a adesão à União Europeia (1986), como a democratização do acesso à televisão, ao automóvel, às viagens e turismo, o surgimento e generalização de novas práticas de consumo e lazer, terão desempenhado papel de relevo no desenvolvimento do paradoxo do jogo português.

Ao contrário do que se tem passado noutros países europeus, as autoridades e os dirigentes do futebol em Portugal não têm demonstrado capacidade para gizarem estratégias eficazes para reagir a este conjunto de factores que promovem o afastamento dos adeptos dos estádios: demonstram dificuldade (ou falta de vontade) em inverter a tendência de subida de preços, em aplicar formas alternativas e criativas de atracção de públicos, em tornar mais competitivo, credível e transparente o universo futebolístico.

As autoridades e dirigentes da modalidade parecem ainda não ter assumido que ir ao futebol é um hábito que cada vez mais se perde na sociedade portuguesa, existindo uma crescente diversificação das ofertas culturais e de lazer que disputam as preferências gerais. Se não existirem políticas concertadas pelos clubes e pelas instituições que gerem o futebol em Portugal, designadamente a nível dos preços dos bilhetes, dos horários das transmissões televisivas, da qualidade do jogo praticado, de maior competitividade entre os clubes, de respeito pelos adeptos mais empenhados, corre-se o risco de esta situação se agravar.

Curiosamente, a atitude da maioria das autoridades e dirigentes do futebol português parece apontar para uma confiança excessiva, por vezes até arrogante, na popularidade e centralidade social do futebol em Portugal: demasiado seguros da dimensão e intensidade da «paixão portuguesa pelo jogo», que abordamos no início deste artigo, estes agentes não têm desenvolvido e aplicado formas de atracção (e de fidelização) de espectadores, de fomento da participação dos mesmos na vida dos clubes, de recuperação da relação privilegiada daqueles com o futebol «ao vivo», em detrimento da imposição do futebol mediatizado. Assim, muito por responsabilidade dos ditos agentes, a própria popularidade e centralidade do futebol na sociedade portuguesa acaba por constituir «motivo» indirecto para o afastamento dos adeptos dos estádios, quando devia ser a razão fundamental para que sucedesse o inverso.

Neste particular, merece destaque o esforço desenvolvido recentemente por várias entidades no futebol alemão, que, como vimos atrás — quadro n.º 4 —, apresenta hoje a melhor média de assistência ao «vivo» em termos europeus. A luta contra a desertificação dos estádios, também neste caso devido aos elevados preços dos bilhetes e à imposição das exigências televisivas quanto à calendarização dos jogos, tomou a forma de uma forte regulamentação do preço dos bilhetes (preço médio de 18 euros), das transmissões televisivas (agora muito limitadas, disputando-se a generalidade dos jogos aos sábados à tarde, pelas 16 horas), assim como a procura de maneiras de promover o envolvimento dos adeptos na gestão dos clubes e do próprio futebol⁵¹.

⁵¹ No início, nos anos 1990, este esforço visava responder aos crescentes tumultos em torno das claques organizadas germânicas, especialmente com o alarmante aumento da violência e da xenofobia. A interacção ente as instituições e as claques, câmaras municipais, clubes locais, forças de segurança, sociólogos e associações cívicas resultou numa rede de *fan projects* por toda a Alemanha. Os resultados são uma realidade impressionante de cidadania dos adeptos, conseguindo relacionar-se com adeptos rivais da mesma cidade, sem nunca se esbaterem as vibrantes e acesas rivalidades bem enraizadas por força de um fenómeno de cariz popular [...] Os *fan projects* têm ainda sido autênticas alavancas de defesa dos direitos dos adeptos [...] O caso alemão será, sem dúvida, o exemplo mais avançado de poder de cidadania dos adeptos, lutando pelos seus direitos, que são, afinal, de contas os dos seus clubes e a defesa do próprio futebol (<http://www.torcidaverde.pt/main.php?modulo=mentalidade&op=futebolnegocio>).

Este é o tipo de medidas que poderá contribuir para evitar ou atenuar o efeito de despovoamento dos estádios de futebol em Portugal, permitindo que muitos dos adeptos socialmente menos favorecidos possam voltar aos estádios, ao mesmo tempo que outros, afastados pela extrema mediatização deste desporto, ganhem ou recuperem o gosto pela presença e pela participação efectiva no jogo português.

BIBLIOGRAFIA

- BRANDÃO, N. (2002), «As categorias temáticas dominantes nos telejornais», in *Trajectos*, n.º 1, Lisboa, ISCTE/Editorial.
- COELHO, J. N. (2001), *Portugal, a Equipa de Todos Nós, Nacionalismo, Futebol e Media*, Porto, Afrontamento.
- COELHO, J. N. (1995), *Paixão FC: Identidades e Significados Sociais do Futebol*, tese de licenciatura em Sociologia, Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra (policiado).
- COELHO, J. N. (2004), «Ondulando a bandeira: futebol e identidade nacional», in *Cadernos do Rivoli*, n.º 3, «Pontapé de Saída», Porto, Culturporto.
- RODRIGUES, J., e NEVES, J., «Do amor à camisola», in N. Domingos e J. Neves (orgs.), *A Época do Futebol. O Jogo Visto pelas Ciências Sociais*, Lisboa, Assírio & Alvim.
- GASPAR, J. (1989), *Transformações Recentes na Geografia do Futebol em Portugal*, Lisboa.
- KUMAR, R. (2004), «Da bancada aos sofás da Europa», in N. Domingos e J. Neves (orgs.), *A Época do Futebol. O Jogo Visto pelas Ciências Sociais*, Lisboa, Assírio & Alvim.
- TIESLER, N. C. (2005), «The fiesta, a dictatorship, a very dry fish, the symbol and its lovers: a flag is not a flag is not a flag», in H. Marcelino, I. Moreira e V. Metello (orgs.), *Arte em Campo*, Lisboa, Instituto das Artes/Ministério da Cultura, pp. 13-19.
- As Finanças do Futebol Português*, anuários das épocas de 1999-2000, 2000-2001, 2001-2002, 2002-2003 e 2003/04, ed. Delloite & Touche/A Bola/LPFP.

IMPrensa

- Público*, 9-9-2005, 3-1-2004, 3-2-2000 e 4-2-1997.
- A Bola*, 1.º semestre de 1985, 5-1-1977, 8-1-1977 e 12-1-1985.
- Record*, 1.º semestre de 1985, 1.º trimestre de 1986 e 25-1-2006.
- Diário de Notícias*, 23-9-2005.
- Jornal de Notícias*, 25-9-2005.

INTERNET

- www.marktest.com.
- www.mediamonitor.pt/newsletter/ver.php?id=42.
- www.correiodamanha.pt/noticia.asp?id=189577&idselect=92&idCanal=92&p=94.
- <http://musica.uol.com.br/ultnot/efe/2005/11/03/ult1819u472.jhtm>.
- «Desporto do povo?», artigo publicado em 10-3-2006 por Gonçalo Lopes — <http://www.jornaldeleiria.pt/index.php?article=3075&visual=1>.
- <http://europa.eu.int/commm/eurostat>.
- «Preço dos bilhetes despe estádios», artigo publicado em 2-12-2005 no *blog* «Terceiro Anel» — www.terceiroanel.weblog.com.pt.

www.lfp.pt.
www.rsssf.com.
www.sporttv.pt.
www.record.pt, 16-9-2005.
www.torcidaverde.pt.
www.maritimomadeira.com/index.php?option=com_