

When Saturday Comes

Números 212-225, October 2004 – November2005

<http://www.wsc.co.uk/>

Antonio Holzmeister

A revista *When Saturday Comes* (doravante WSC) surgiu na Inglaterra em março de 1986. Seu primeiro número, com doze páginas datilografadas e grampeadas à mão, teve uma tiragem de 200 exemplares fotocopiados e custava 20 *pence*. Os números subseqüentes obedeciam a uma periodicidade bimestral. Dois anos após seu lançamento, em 1988, este fanzine sobre futebol passou a ser mensal e a ser distribuído nacionalmente. Atualmente, WSC possui uma tiragem acima de 40.000, custando £2,20 o exemplar, é totalmente a cores e tem 48 páginas, possuindo sistema de assinaturas internacionais e anunciantes. Voltaremos nossa atenção nesta resenha para os quatorze números publicados entre outubro de 2004 e novembro de 2005. Para apreciarmos melhor seu conteúdo, porém, será de bom proveito analisarmos o fenômeno do surgimento dos fanzines na Grã-Bretanha na década de 1970.

Os primeiros fanzines na Grã-Bretanha surgiram em meados da década de 1970 e não versavam sobre futebol, mas sobre música, no ambiente cultural do movimento *punk* inglês, com sua valorização do ideal do *do it yourself* (DIY), ou “faça você mesmo”. Editados não por jornalistas de profissão ou especialistas em música, mas sim por jovens universitários ou até mesmo desocupados, os fanzines, vieram, assim, oferecer novas possibilidades gráficas, lingüísticas e tipográficas, homólogas ao estilo anárquico e *underground* próprio do *punk*. O acesso mais facilitado a meios de impressão rápidos e baratos possibilitou à juventude *punk* britânica meios de exprimir seus próprios pontos de vista em relação às suas preferências musicais e estilísticas, em reação à cobertura tradicional e comportada, isto é, jornalística, da cena musical inglesa.

O protótipo do fanzine sobre futebol na Inglaterra surgiu em 1972, com a revista *Foul*, que durou até 1976 e contabilizou 36 números. Seu conteúdo irreverente, produzido por profissionais do jornalismo, atacava de forma inclemente o *establishment* do futebol bretão, desde o tratamento raso e sensacionalista da imprensa tradicional, até a estrutura profissional do futebol inglês, passando pelo estilo de jogo moroso e desinteressante da maioria dos times ingleses e pelos estereótipos formados acerca do torcedor de futebol.

Impulsionados pela (sub)cultura já estabelecida dos fanzines punks, pela experiência primordial da revista *Foul* e pelo sucesso dos clubes ingleses em âmbito internacional (Liverpool campeão da Copa dos Campeões em 1977-88, 81, 84 e vice em 1985, além de ser campeão da Copa da UEFA em 1973 e 1976; Nottingham Forest campeão da Copa dos Campeões em 1979 e 1980; Arsenal campeão da Copa da UEFA em 1970, assim como o Leeds United em 1971 e o Tottenham, campeão em 1972 e 1984 e vice em 1974), torcedores comuns começaram a se organizar de forma independente e a publicar um sem número de fanzines de seus respectivos clubes.

Por outro lado, os editores destas revistas encontraram um ambiente propício para seus artigos ácidos, em função dos problemas inerentes à estrutura do futebol inglês: a queda marcante da média de torcedores em partidas do campeonato nacional, a partir da década de 1970, relacionada à brigas e mortes de torcedores ocorridas em confronto de *hooligans*, a péssima condição dos estádios britânicos de uma forma geral, além dos distúrbios ocorridos no estádio de Heysel, em Bruxelas, na partida entre Juventus e Liverpool, após a qual os clubes ingleses foram proibidos de participar de competições internacionais, e o desastre de Hillsborough, em 1989.

Adotando a linguagem irônica e iconoclasta herdada do movimento *punk*, estes fanzines criticavam a forma como o futebol bretão era gerenciado, tanto em relação às

federações quanto às direções de seus clubes, atacando jornalistas considerados situacionistas e membros da direção da *Football Association* e “cartolas” dos clubes. Os fanzines adotavam um tom irônico e de humor satírico, muitas vezes declarado já em seus próprios nomes: *No One Likes Us e Someone Likes Us* – Millwall; *There’s Only One F In Fulham* – Fulham; *Liverpool Are On The Tele Again* – Norwich City; *Mission Impossible* – Torquay United; *Never Mind The Boleyn* – West Ham United, este em alusão direta ao disco *Never Mind the Bollocks* da banda punk Sex Pistols, e referindo-se ao seu próprio estádio *Boley Ground*, entre centenas outras.

Estas publicações possibilitaram a uma parcela até então excluída, a oportunidade de produzir matérias, opinar, e fazer sua voz ser sentida nas reuniões de diretorias dos clubes, através de críticas nem sempre construtivas, uma vez que tanto técnicos e jogadores quanto cartolas liam estas revistas. Deste modo, o movimento de edição dos fanzines ingleses ocupou um lugar análogo ao movimento das *torcidas organizadas*, surgidas no Brasil em fins da década de 1960 e começo da década de 1970, no sentido de permitir aos torcedores um meio através do qual pudessem tornar públicas suas insatisfações em relação à condução dos negócios de seus clubes.

Em 1990, o número de revistas publicadas já se aproximava de 200 títulos, em um universo de 94 clubes filiados à liga inglesa de futebol. Tendo em vista que muitos deles experimentaram vida efêmera, durando poucos meses, a longevidade de WSC (dezenove anos completos em 2005 e 225 números publicados) ressalta seu sucesso e boa aceitação por parte do público. Isto se dá, nos parece, pelo fato de WSC ser um fanzine sobre o futebol britânico em geral, não estando sujeito ao envolvimento em relação a um clube específico, podendo atingir assim um número de leitores mais vasto. Por outro lado, a dedicação de seu editor (Andy Lyons, desde sua primeira edição) e de seus colaboradores fixos, reflete as preocupações correntes dos torcedores ingleses,

mantendo-a independente em relação à mídia estabelecida, mesmo após a revista aceitar imprimir propagandas e anúncios voltados para o “mundo” do futebol. Passemos os olhos agora ao conteúdo da revista.

Atualmente, WSC conta com dez sessões fixas. No *Editorial* é exposto o ponto de vista dos editores em relação aos mais variados temas, que concernem não só ao futebol inglês mas também mundial, como o racismo no futebol inglês e no futebol espanhol (n.215); os salários exorbitantes dos jogadores (n.222); a falta de competitividade na *Premiership* inglesa (n.221); o uso de vídeo para ajudar árbitros em lances duvidosos (n.216) e a desigualdade financeira entre os clubes europeus (n.213). Na seção *Diary*, a revista acompanha, dia a dia, os principais acontecimentos futebolísticos no Reino Unido e no mundo do mês anterior. A seção *Sidelines*, que ocupa de quatro a cinco páginas, está reservada a artigos os mais variados, escritos por leitores/colaboradores (a revista possui um número de colaboradores regulares, mas grande parte dos artigos é enviada por leitores comuns).

Uma abordagem mais jornalística poderia estar presente na seção *Match of the Month*, mas não é o que acontece. Nela, um leitor resenha uma partida à qual que tenha comparecido no mês anterior. Ao contrário do jornalismo tradicional, que privilegiaria aspectos táticos e técnicos, preocupando-se com o que aconteceu em campo durante os 90 minutos da partida, encontramos aqui um relato centrado muito mais na experiência de se comparecer a uma partida de um dado time. Em *As Good As It Got*, encontramos uma abordagem semelhante em resenhas sobre partidas não tão recentes, novamente escritas e enviadas por leitores.

O fotojornalismo também imprime sua marca na revista, nas seções *Shot!*, com fotos pitorescas e de ângulos inusitados, focando em geral momentos expressivos e

dramáticos de partidas de futebol, e *Shot Archive*, em conjunção com uma agência de notícias, trazendo ao leitor marcantes fotos de arquivo.

Duas páginas estão reservadas para a seção *Book Reviews*, contendo resenhas sobre os inúmeros livros sobre futebol e biografias de jogadores e técnicos editados pelo enorme mercado editorial futebolístico bretão. Nunca deixando de lado a postura crítica em relação ao que é produzido pela grande mídia, poucos livros recebem apreciações favoráveis. Também aqui o espaço é aberto à contribuição de leitores. Em *Web Review*, Ian Plenderleith resenha *sites* e *blogs* na internet que tenham futebol como sua preocupação principal.

Na seção *Letters*, com nada menos do que três páginas, os leitores podem exprimir suas opiniões de forma mais direta, tanto em relação a assuntos futebolísticos quanto em relação a artigos publicados pela revista.

Por fim, na última página da revista, temos a deliciosa seção *Season In Brief*, onde é revista alguma temporada passada do futebol britânico, seja ela do campeonato inglês, escocês, galês ou irlandês, de qualquer divisão. Aqui está impressa a colocação final do campeonato, um resumo do campeonato com seus artilheiros, equipes que se destacaram positivamente ou negativamente e jogadores que se sobressaíram em anos seguintes ou, por outro lado, caíram no esquecimento. No último número considerado para esta resenha, está revista a primeira temporada da *Football League* (ou primeira divisão) inglesa, disputada por doze equipes entre 1888 e 1889 e vencida pelo *Preston North End*.

Em suas outras páginas, encontramos artigos dos escritores regulares da revista e também de leitores, cartuns humorísticos e satíricos, além das propagandas dos anunciantes que ajudam a manter financeiramente a revista.

Decorrente sua posição sólida no cenário dos fanzines ingleses, WSC por vezes tem sido acusado de ter se estabelecido “demais”. Críticos argumentam que a revista, que se auto proclama, desde seu primeiro número em 1986, como “*The Half Decent Football Magazine*”, tornou-se respeitável demais, decente demais. WSC certamente destoa de outros fanzines ao aceitar anunciantes em suas páginas, como a empresa de material desportivo *Nike*, por exemplo. O fato de a revista ter se engajado na produção e venda de outros materiais que não a revista, como livros e a confecção de camisas com o logo da revista, também reforçam o argumento de que WSC, ideologicamente, não faria mais parte do universo dos fanzines.

Por outro lado, suas matérias críticas e a atenção sempre voltada ao torcedor/leitor/escritor mantém o espírito de fanzine nestes quatorze anos, que continua a ser “*The half-decent defender of those long-suffering supporters*”, frente aos mandos e desmandos da *Football Association* e seus 94 clubes filiados, em relação à qualidade técnica do futebol inglês, seus estádios decadentes (à época do lançamento da revista) e, atualmente, muitas vezes acessíveis somente à parcela com maior poder aquisitivo da torcida.

Do mesmo modo, a *FA* e seus clubes são duramente criticados, como o foram quando propuseram meios para lidar com o problema da violência entre torcidas nos estádios, que inevitavelmente criminalizavam de forma indiscriminada os torcedores, através de medidas como a criação de cartões magnéticos com a identidade dos torcedores, que deveriam possuí-los e apresentá-los nas entradas dos estádios, proposta prontamente rechaçada não somente por toda comunidade dos fanzines como pelo próprio Parlamento inglês.

Qual seria então, o valor da leitura de WSC para um público fora da Grã-Bretanha, que não vivencia os problemas enfrentados por seus torcedores de futebol e

que não possui esta “cultura” de fanzines? Em primeiro lugar, WSC proporciona ao leitor brasileiro uma massa inestimável de informações sobre o futebol britânico, que não se resume a resultados, estatísticas ou trivialidades factuais. Seus artigos são críticos e examinam a fundo os problemas inerentes ao futebol britânico e, em alguns casos, mundial.

É o caso do senso-comum criado acerca da gestão dita “moderna” do futebol, ou seja, a gestão empresarial dos clubes de futebol. Na Inglaterra, os clubes já se constituem como empresas desde o século XIX. Recentemente, porém, clubes tradicionais que adotaram uma gestão empresarial mais agressiva, como o *Leeds United*, se encontram em problemas financeiros e esportivos (está atualmente na segunda divisão). Da mesma forma, o *Manchester United*, outrora o clube mais rico da Inglaterra, está atolado em dívidas desde que foi comprado pelo mega-investidor americano Malcolm Glazer. Clubes das divisões inferiores estão abandonando o modelo de gestão empresarial e estão revertendo para o controle de seus torcedores, que compram ações de seus clubes através de doações e fundos mútuos criados especialmente para arrecadação de dinheiro para a compra destas ações.

Na Itália, clubes tradicionais como a *Lazio*, que possui ações negociadas na bolsa italiana, encontra-se há anos em dificuldades financeiras. No Brasil, os clubes Bahia e Vitória, de Salvador, foram rebaixados à terceira divisão, após campanhas desastrosas. Ambos formaram sociedades anônimas para gerir seus negócios futebolísticos.

Desta forma, há um questionamento acerca da “modernidade” do futebol e tudo que vem a ela associado: criação de campanhas de *marketing* para atrair novos torcedores e vender mais camisas oficiais, com excursões longuíssimas e extenuantes para os jogadores de alguns clubes europeus; construção de modernos estádios multi-

uso, mais parecidos com *shopping-centers*, com preços de ingresso elevadíssimos e a priorização de setores “executivos”, destinados a empresas que desejam fazer “marketing corporativo”, em detrimento de setores populares mais acessíveis aos torcedores comuns...

Por outro lado, o campeonato inglês é, atualmente, de forma indiscutível, o principal campeonato nacional de clubes, atraindo investimentos bilionários de empresas e arrematando torcedores para fora de suas fronteiras, e não só nacionais, mas transcontinentais. As experiências lá postas em prática, como a forma de se policiar e garantir a segurança dos torcedores em dias de jogos e a nova concepção dos estádios de futebol, de uma forma ou de outra são absorvidas por outras federações e clubes, como verificamos, agora, no Brasil, após a morte de três torcedores em confrontos entre torcidas em São Paulo, quando alguns dos principais formadores de opinião no âmbito futebolístico advogaram a adoção de medidas que foram, algumas, adotadas e outras, rechaçadas, na Inglaterra como a já mencionada proposta de cartões de identificação de torcedores, ou a identificação eletrônica por meio de câmeras de vigilância nos estádios de torcedores “problemáticos” e a sua exclusão de campos de futebol.

Sendo assim, WSC nos oferece um valioso material comparativo a partir do qual podemos pensar propostas e soluções para alguns dos problemas que mais afligem nosso combalido, porém pentacampeão, futebol.

Antonio Holzmeister
Mestre em Antropologia Social
Doutorando Museu Nacional/PPGAS/UFRJ
End. Rua Candido Mendes 215 ap.606 Glória CEP 20241-220 Rio de Janeiro/RJ
Tel. 25076641 antoniohoc@ig.com.br