

Considerações Teórico-metodológicas sobre a Difusão Espacial do Futebol

*Gilmar Mascarenhas de Jesus***

RESUMO

Antes de tornar-se a modalidade esportiva mais praticada na atualidade, o futebol vivenciou um amplo e complexo processo de difusão espacial, partindo da Inglaterra vitoriana em direção às mais diversas regiões do planeta. No sentido de colaborar na construção de uma metodologia de abordagem geográfica deste fenômeno, discutimos as especificidades do futebol como inovação,

e oferecemos elementos teórico-conceituais na perspectiva do estudo da sua difusão espacial. Pretendemos não apenas sinalizar a viabilidade de investigações desta natureza, como também contribuir para o entendimento do processo evolutivo de um importante fenômeno social do mundo contemporâneo.

PALAVRAS-CHAVE:

Modernização; Futebol; Inovação; Teoria da Difusão Espacial.

INTRODUÇÃO

O futebol desfruta incontestavelmente da privilegiada posição de esporte mais difundido e praticado no mundo. Para alcançar tal magnitude e ubiquidade, cumpriu nos últimos 130 anos uma complexa trajetória de difusão, partindo da Inglaterra industrial do final do século XIX em direção às mais diversas regiões do planeta. Um percurso muitas vezes acidentado, condicionado por fatores de resistência cultural à adoção do novo esporte, quando não a própria dificuldade em informar localidades remotas quanto à existência daquela inovação que já despertava paixão nos grandes centros urbanos.

Embora se encontre amplamente difundido e apresente pronunciado crescimento nas últimas décadas, o futebol evidentemente não desfruta do mesmo grau de prestígio e tradição em todas as regiões do planeta. Esta distribuição

desigual é o resultado do processo histórico de sua difusão espacial, e dele pouco sabemos para além de considerações genéricas, pois o processo detalhado de difusão espacial desta inovação pelo mundo e seus mecanismos específicos permanecem pouco estudados. O objetivo deste trabalho é, por conseguinte, oferecer ao debate um conjunto de proposições no sentido de se edificar uma metodologia de estudo da difusão e adoção do futebol.

O texto a seguir se divide em dois segmentos. Primeiramente, indagamos em que medida a teoria da difusão espacial de inovações pode nos auxiliar nesta empreitada. Retomamos criticamente as principais contribuições no estudo geográfico da difusão de inovações, também com intuito de recuperar e/ou superar conceitos, métodos e técnicas que podem de alguma forma servir de parâmetro para nossa reflexão. Na segunda parte, reivindicamos o tratamento do futebol como inovação. Considerando sua ausên-

cia na tradição geográfica de investigação na área de difusão espacial de inovações, apresentamos e discutimos uma forma de abordar e operacionalizar o estudo do futebol a partir de algumas de suas especificidades, bem como investigar o curso de sua difusão inserido no processo histórico e no contexto das macro estruturas sociais.

A DIFUSÃO DE INOVAÇÕES EM GEOGRAFIA: DOS ELEMENTOS DA CULTURA MATERIAL AOS MODELOS ABSTRATOS DA CIÊNCIA ESPACIAL

Segundo James Blaut (1994), a abordagem difusionista se consolida ao longo do século XIX, sobretudo entre etnógrafos, e mais tarde na nascente disciplina chamada Antropologia Cultural. Guarda intrínsecas relações com a expansão colonial europeia em direção à África e Ásia. A partir do olhar eurocêntrico do colonizador, estabelece uma concepção de mundo na qual existiriam de um lado regiões e/ou povos biologicamente superiores e permanentemente inovadores, e de outro os incapazes de inovar. Aos últimos, para promover a necessária civilização “re-dentora do atraso”, caberia imitar as técnicas e valores das regiões mais desenvolvidas. E estas teriam a missão de difundir seus conhecimentos e hábitos “superiores” pelo mundo. Estava, uma vez mais, ideologicamente justificada a violenta aventura colonial.

Desde sua institucionalização na segunda metade do século XIX, a Geografia Humana sofre certa influência do difusionismo. Algo que se faz notar particularmente nas formulações da Antropogeografia de Fiedrich Ratzel sobre a difusão de elementos da cultura material (Claval, 1999, p. 20-22). Mais tarde, Carl Sauer, fundador da Escola de Berkeley, avançou nesta direção, também preocupado com a propagação de raças, religiões, técnicas e modos de vida, mas incluindo a dispersão e a dinâmica de espécies vegetais e animais para entender a “morfologia

da paisagem”¹. O mito difusionista de que regiões de cultura supostamente “inferior” são “espaços vazios” a serem preenchidos inexoravelmente pelas técnicas civilizatórias, a uniformizar o mundo do futuro, impulsionou aqueles primeiros geógrafos culturais à premente tarefa de inventariar paisagens, técnicas e costumes em vias de desaparecimento. Acreditavam na tendência a uniformização global, mas não propriamente em “espaços vazios”.

Cabe frisar que o corpo teórico do difusionismo não configura um bloco monolítico. James Blaut (1994, p. 176) diferencia pelo menos a existência de uma teoria difusionista “clássica” de uma outra, “moderna”, aquela que se impõe no pós Segunda Guerra Mundial. A primeira se baseia em arcaicos princípios etnográficos que pressupõem a existência de raças humanas superiores (os brancos) com sua missão civilizatória (a empresa colonial), e teria influenciado os supracitados estudos de difusão na Geografia tradicional. A segunda se pauta na superioridade tecnológica das nações desenvolvidas, e seu papel de difundir o progresso no Terceiro Mundo. A grosso modo, na teoria difusionista moderna, a “modernização” substitui o efeito “civilização”, e a suposta superioridade econômica-tecnológica faz excluir a tese da superioridade racial. No mais, ambas compartilham da concepção de um mundo bipartido entre regiões inovadoras e receptoras de inovação.

Este enfoque predominante no pós-guerra promove um segundo momento da influência de teorias difusionistas em Geografia. Observando a rápida transformação da tradicional paisagem agrícola da Suécia meridional pela introdução de novas técnicas, o geógrafo Torsten Hägerstrand inaugura, em 1953, uma nova metodologia de estudo da difusão espacial das inovações². Rompendo sobretudo com os princípios do método ideográfico da Geografia Humana de Vidal de La Blache e com a Geografia Cultural de Sauer, Hägerstrand investiu na perspectiva nomotética: tomando a difusão de inovações

como “processo espacial”, buscou identificar modelos gerais a partir de regularidades observadas empiricamente. Sem dúvida, “promoveu grande avanço ao estabelecer um conjunto de conceitos operacionais.

Uma distinção fundamental entre Hägerstrand e os estudos anteriores é sua fé na positividade do progresso humano, em oposição ao romantismo dos geógrafos tradicionais, preocupados com o rápido desaparecimento de antigas paisagens e gêneros de vida (McDowell, 1996). A proposta do geógrafo sueco apenas foi traduzida para o inglês 14 anos mais tarde, mas se difundiu plenamente no contexto do movimento “new geography” dos anos 60. A famosa teoria dos pólos de desenvolvimento de François Perroux ilustra uma faceta deste amplo movimento. Com o prestígio do planejamento regional dentro de um suposto esforço desenvolvimentista de correção de desigualdades espaciais, muitos geógrafos passaram a se dedicar ao estudo sistemático da difusão de inovações com preocupações claramente pragmáticas (viabilizar a difusão de novas técnicas produtivas ou a do consumo de bens e serviços), distanciando-se da orientação cultural que caracterizava o período anterior (Santos, 1979; Silva, 1995).

A teoria da difusão espacial de inovações de Hägerstrand somente pode ser compreendida se enfocada no âmbito da ciência espacial, isto é, a via pela qual a Geografia foi reformulada enquanto disciplina em meados do século XX, voltando-se para o estudo da ordem espacial e suas geometrias abstratas. Modelos derivados diretamente da física foram aplicados em estudos de interação e difusão espacial, enquanto modelos de localização foram transmitidos da economia neoclássica, conforme assinala Dereck Gregory (1996, p. 99). A ciência espacial é reconhecida totalmente apartado do contexto histórico e social, com interesse puramente técnico sobre os eventos espaciais. Seus métodos triunfaram sobretudo nos anos sessenta, ao fim dos quais se

iniciam as críticas por parte dos adeptos da nascente geografia radical.

David Harvey (1973, p. 41) critica os estudos de difusão espacial de inovações por sua irremediável tendência a ignorar a complexidade da dinâmica social, dela isolando os (pretensos) processos puramente espaciais, como por exemplo a consideração do efeito-proximidade nas ondas de difusão. Parece-nos entretanto que não foi este o principal ataque desferido por Harvey às teorias geográficas de difusão neste seu decisivo livro (*A justiça social e a cidade*, onde propõe o arrasamento de certos fundamentos da “new geography” e a construção de uma nova forma de pensar a sociedade e o espaço). Aparentemente pior foi sua evidente indiferença, dedicando à difusão espacial poucas linhas e de certa forma fazendo antever seu progressivo ostracismo nos anos seguintes.

No Brasil, coube a Milton Santos elaborar uma crítica contundente à teoria em questão, acusando-a de possuir “pouca substância” e apresentar desconexão com o contexto social, ao deter-se em modelos abstratos (Santos, 1979, p. 46-47). Santos condenou a deformação da realidade em modelos matemáticos, através de um pobre exercício de simulação restrito a dados passíveis de análise quantitativa, e ainda condicionado por interesses empresariais, conforme denuncia o próprio título de seu artigo³. Acabou prevalecendo em relação a tais teorias uma postura de negligência ou condenação que Carlos Silva (1995, p. 48) denominou de “macarthismo às avessas”. De fato, a comunidade geográfica perdeu a oportunidade de realizar uma profunda reformulação neste campo, em contexto particularmente propício ao debate teórico.

Mesmo correndo o risco de um balanço superficial, em síntese, podemos afirmar que o longo percurso do estudo de difusão de inovações no pensamento geográfico esteve condicionado por pressupostos teóricos advindos do difusionismo. Avaliamos que num primeiro momento, sob influência da teoria difusionista clássica, fo-

ram enfatizadas a propagação de raças, espécies e técnicas e seus efeitos na relação homem – meio, base da Geografia Humana tradicional. Mais tarde, prevaleceram os modelos abstratos da ciência espacial, sua orientação desenvolvimentista e sua predileção por técnicas produtivas e difusão do consumo de bens e serviços. Em ambas, pode-se notar, eram precárias as condições para se refletir sobre a difusão de práticas esportivas ou de outras formas de entretenimento. A primeira, previda pela abordagem positivista (a cultura como um dado da realidade à qual não caberia ao geógrafo questionar) e voltada para as “marcas na paisagem”, se atém às tradicionais técnicas de sobrevivência e aos elementos materiais. A segunda dedica-se basicamente aos aspectos econômicos, para mensurar em determinada porção da superfície terrestre o avanço do progresso técnico e da modernização⁴.

Neste último quarto de século, a Geografia destinou menor atenção ao tema da difusão de inovações. As abordagens predominantes na década de 1980, baseadas no estruturalismo e no marxismo dos geógrafos radicais, descortinou toda uma gama de problemáticas inéditas, associadas à premente agenda da transformação social, não restando lugar ao tema “frio” ou mesmo “ideologicamente comprometido” da difusão. Mais recentemente, a nova geografia cultural e as abordagens apoiadas na fenomenologia vêm também abrindo novos horizontes temáticos, sem tampouco destinar ao estudo da difusão qualquer destaque⁵. O auge deste sem dúvida ocorreu durante a vigência da ciência espacial e da geografia quantitativa, entre os meados das décadas de 1950 e 1970, o que certamente explica seus contornos básicos enquanto método.

Concluimos, portanto, que o legado em pauta muito pouco nos auxilia na tarefa de pensar uma metodologia para o estudo da difusão espacial do futebol. Queremos abordar esta difusão por outras vias, que não as das geografias tradicional e pragmática. Concorramos com Milton Santos (1979), para quem

o estudo da difusão de inovações é de grande utilidade, desde que se considere o tempo histórico das formações sociais e sua ação em lugares concretos. Visualizamos assim uma história social da difusão do futebol com conflitos e contradições no lugar de linearidades e equilíbrios abstratos. Uma história contextualizada, envolvendo um processo dialético de forças sociais em ação. A teorização acumulada lamentavelmente pouco ajuda, mas não poderia jamais ser completamente ignorada. Tampouco nos inibe da tentativa de trilhar novos caminhos, conforme esboçaremos a seguir.

O FUTEBOL COMO INOVAÇÃO: CONSIDERAÇÕES TEÓRICO- METODOLÓGICAS

O conceito de inovação abriga amplo leque de fenômenos. Segundo autores diversos (Hook e Lepetit, 1987; Brown, 1981), a inovação pode ser uma técnica, um produto, uma prática ou mesmo uma idéia. O futebol, ao introduzir na vida social uma nova possibilidade de lazer coletivo ao ar livre e mais tarde um espetáculo de massas, pode evidentemente ser encarado como uma importante inovação. Não obstante, trata-se de uma inovação extremamente complexa e de difícil manejo no âmbito da investigação geográfica.

No intuito de abordar o problema em pauta, este segmento abrange um conjunto de questionamentos, que alinhamos a seguir. Cada um dos três itens abaixo será abordado em um subcapítulo próprio. São eles:

- 1) No contexto histórico da virada para o século XX, que tipo de inovação é o futebol?
- 2) Enquanto inovação, quais são seus agentes e suas rotas de difusão espacial?
- 3) Quais são as condições concretas de adoção? Em outras palavras, quais os principais fatores locais de resistência e de receptividade à inovação?

O FUTEBOL: UMA INOVAÇÃO PECULIAR

O futebol que os ingleses difundiram pode ser encarado como uma nova prática corporal (esportiva e de lazer) que se oferecia à experiência cotidiana. Uma nova forma de uso do tempo livre, esta noção que vai se impondo gradativamente nas sociedades industriais do Ocidente no final do século XIX. Também uma nova forma de uso dos espaços livres nas cidades, funcionalizando-os para o entretenimento. Em síntese, uma forma inédita de apropriação do corpo, do tempo e do espaço, que se colocava à disposição de um crescente universo de indivíduos naquele contexto histórico de grandes transformações sociais (Mascarenhas, 1998).

Em primeiro lugar, devemos considerar que o processo de inovação no âmbito sociocultural adquire uma complexidade bem maior que o mero advento de uma nova e mais eficiente técnica produtiva, a que proporciona imediato aumento de produtividade, ou qualquer outro benefício calcado na racionalidade simples da busca do maior lucro, e que se manifesta empiricamente de forma clara: a presença ou a ausência da inovação na paisagem (Blaut, 1994). A mudança de valores simbólicos (morais, estéticos etc.) pressupõe um delicado processo, que pode apresentar distintas etapas. No caso do futebol, podemos observar diferentes níveis de adoção, variando do mais informal (práticas espontâneas pelas ruas, sem rigor espaço-temporal) ao mais "oficial" (realização de partidas previstas em ligas organizadas, observando-se estritamente as normas do jogo e da competição).

Neste sentido, numa mesma localidade, entendemos que o futebol perfaz distintas etapas de inovação, conforme nos foi possível observar, examinando-se ampla literatura sobre história do futebol em diversas localidades do Brasil:

a) a observação involuntária e casual (a princípio com repúdio e estranhamento) de ingleses (marinheiros, mineiros etc.) infor-

malmente jogando futebol em suas horas de folga;

- b) a observação interessada e sistemática (agora com certa admiração e curiosidade) dos fatos supramencionados;
- c) o primeiro contato direto com a pelota e com as regras do jogo;
- d) o primeiro duelo informal, em local improvisado, reunindo ingleses e nativos interessados em aprender o futebol;
- e) a formação/oficialização do primeiro clube de futebol nativo, que se propõe a difundir/ensinar o esporte inglês e realizar partidas entre seus quadros internos;
- f) a escolha/conquista de lugar específico e apropriado para a prática contínua do novo esporte (uma praça, um terreno baldio, ou, em cidades maiores, uso de equipamento esportivo de grande extensão, como hipódromos e velódromos);
- g) a formação de novos clubes, permitindo o surgimento de rivalidades locais e nova motivação para a prática do futebol;
- h) a criação da primeira liga e conseqüentemente a realização do primeiro campeonato local;
- i) a construção do primeiro estádio, demarcando na paisagem urbana uma centralidade associada exclusivamente ao futebol, expressão de sua força econômica, política e social, e que facilita a participação em certames extra-locais.

Certamente, a evolução supracitada não foi rigorosamente seguida em todas as localidades, apresentando pequenas e eventuais inversões na ordem dos acontecimentos. Quanto aos agentes introdutores da inovação, também verificamos um quadro heterogêneo, que discutiremos posteriormente. Por enquanto, oferecemos tão somente um parâmetro para futuras investigações, aquelas que se reportam ao processo de difusão do futebol realizado antes do advento dos grandes meios de comunicação de massa. Não pretendemos repetir o velho equívoco aqui já mencionado, o de ignorar a diversidade das forma-

ções espaciais concretas em nome de modelos teóricos apartados da realidade social. Se observarmos por exemplo a introdução do futebol em países que o acolheram mais recentemente (como China e Japão), quando este já havia se tornado o esporte mundialmente mais praticado e com grandes possibilidades de lucro; certamente, encontraremos um processo completamente distinto da espontaneidade que se verifica um século atrás: veremos o futebol sendo planejado e fomentado por grandes empresas.

Em síntese, o futebol enquanto inovação apresenta particularidades, das quais enfocamos neste momento apenas aquelas relacionadas aos distintos estágios de adoção. A seguir, trataremos dos agentes e rotas de difusão desta inovação, ainda no contexto histórico da primeira grande onda de difusão mundial do futebol, verificada entre aproximadamente 1880 e a Primeira Guerra Mundial.

AGENTES E ROTAS DE DIFUSÃO ESPACIAL DO FUTEBOL

A difusão espacial do futebol está intrinsecamente relacionada com o imperialismo inglês e sua vasta área de influência, o que permitiu ao futebol êxito muito superior a outras modalidades de esporte coletivo de grande apelo popular, como o beisebol norte-americano⁶. Lembremos que, na segunda metade do século XIX, $\frac{1}{4}$ (uma quarta parte) do mundo estava sob domínio inglês, e que das Ilhas Britânicas partiu mais de $\frac{1}{3}$ da volumosa onda migratória européia entre 1850 e 1890 (Said, 1995; Hobsbawm & Ranger, 1984). As redes de suporte deste vasto império ofereceram as rotas fundamentais de difusão de inovações como o futebol. Seus agentes de difusão foram, muitas vezes, migrantes britânicos trabalhando em empreendimentos imperialistas, homens conhecedores daquele esporte que se popularizou amplamente no Reino Unido entre 1870 e 1890.

Evidentemente, nem todas as regiões “importadoras” do futebol são colônias inglesas, mas em praticamente todos os países com os quais mantinha relações comerciais, os ingleses aportaram o futebol como mais um produto de sua vigorosa “indústria”. Não é por acaso que o primeiro clube de futebol formado no continente europeu, para além dos limites das Ilhas Britânicas, ocorreu em Le Havre, França, em 1872. Trata-se, antes de mais, de um cidade portuária da Normandia, estreitamente conectada com a Inglaterra (Mercier, 1996). Ao estudar o advento do futebol em determinado país ou região, é portanto fundamental um levantamento dos locais de atividade portuária, e de suas conexões com os ingleses. Diversos países (como Brasil, Argentina, Uruguai, França e Espanha) atestam a importância dos portos como portas de entrada do futebol. As rotas comerciais atuaram como meio eficaz de difusão desta inovação.

Na América do Sul, os interesses britânicos, apesar de territorialmente difusos, encontravam grande concentração no rico comércio platino. Esta seria uma de suas principais singularidades: a presença de numerosa colônia inglesa fomentou a criação de estabelecimentos educacionais próprios, e nestes o futebol foi sistematicamente praticado a partir de 1870 (Archetti, 1995, p. 203). Neste caso, os agentes de difusão não são apenas marinheiros, técnicos de ferrovias ou operários de minas, e sim professores. Trata-se de uma variação no padrão de difusão decorrente do elevado grau de conectividade da região com os negócios ingleses.

Jovens bacharéis egressos de universidades européias também cumpriram importante papel difusor do futebol em seus países de origem. Aprenderam na Europa não apenas a prática de um novo esporte, mas sobretudo a dimensão simbólica deste: o futebol visto como atividade portadora dos benefícios da civilização européia. Ao regressar a sua terra natal, empenharam-se em difundir o futebol, tomando-o como atividade saudável e capaz de aperfeiçoar o caráter e

outros atributos morais. O fluxo de indivíduos provenientes de camadas sociais privilegiadas em direção às universidades européias revela nitidamente uma situação de dependência cultural em relação aos antigos centros colonizadores, que definem os novos valores e padrões de conduta. Uma relação desigual que não pode ser ignorada quando se trata da difusão de inovações. A abordagem difusionista nos alerta para este aspecto, embora incorra no erro de encarar a desigualdade entre povos e nações como um dado “natural”, e não fruto de estruturas históricas de dominação.

Por fim, cabe lembrar o papel cumprido por agentes religiosos. No fim do século XIX, diversos segmentos da Igreja Católica já haviam incorporado em sua pedagogia a prática esportiva. A ampla dispersão geográfica de missionários europeus nos demais continentes muito colaborou na difusão do futebol. Tais instituições, por desfrutar de certo prestígio social, detém peculiar capacidade de influenciar hábitos em comunidades locais. No Brasil, há indícios de que a atuação dos irmãos maristas tenha sido fundamental em pequenos centros urbanos distantes das metrópoles e também nas áreas rurais⁷.

Em síntese, o estudo dos agentes difusores do futebol em determinada região deve recorrer ao levantamento da presença e atuação dos setores aqui assinalados. Certamente podem haver outros agentes, pois cada lugar se relaciona com o mundo (e suas redes) de forma particular. Cabe ao pesquisador o discernimento necessário.

A ADOÇÃO DO FUTEBOL: FATORES LOCAIS DE RESISTÊNCIA E RECEPTIVIDADE

Segundo Robert Sack, apenas recentemente os geógrafos deixaram de ignorar o quanto o espaço e o lugar afetam decisivamente os processos sociais, ainda que não se tenha ido muito além da mera constatação deste poder (Sack, 1993, p. 326). Em breves linhas, procuraremos

argumentar o quanto e como o lugar define importantes condições no processo de adoção do futebol.

Hägerstrand (1967, p. 149) já alertava para o fato de que a adoção de uma inovação no plano cultural não se realiza de forma simples e imediata, estando pois plenamente sujeita à ação de “mecanismos retardadores”. Concordamos com esta premissa, mas a deslocamos da variável “padrão comportamental do indivíduo” para a consideração do papel relevante do lugar no processo da adoção da inovação cultural. De fato, os levantamentos já realizados testemunham que em regiões ou cidades onde preexistia a prática esportiva, a adoção do futebol realizou-se de forma muito mais rápida, pois tratava-se simplesmente de mais uma modalidade a ser praticada, com seus então conhecidos benefícios físicos e morais. No Brasil, neste sentido, é evidente o ritmo diferenciado de adoção do futebol quando comparamos a zona de colonização alemã no Sul (já habituada aos exercícios físicos e à prática esportiva) com o sertão do Nordeste, onde a atitude de correr atrás de uma pelota de couro era vista com muito estranhamento, sobretudo quando realizada por adultos, trajados também de forma insólita. Seria, na terminologia de Hägerstrand (1967), uma “inovação drástica”, isto é, em desarmonia com os valores e estruturas do ambiente receptor.

Concordamos com Lawrence Brown (1968, p. 11) quando este critica um princípio de Hägerstrand, segundo o qual a intensidade do fluxo de informação determina quase todo o processo de adoção da inovação, ao minar gradativamente as resistências locais. Tal princípio se apoia na noção (claramente herdada de teorias evolucionistas) de que uma determinada racionalidade econômica, oriunda dos países desenvolvidos, acaba se impondo a todos os indivíduos, mesmo em localidades mais “atrasadas”. Em outras palavras, a difusão da inovação é tomada como um processo inevitável, variando geograficamente apenas em velocidade. Verificamos em

nosso levantamento que, no início do século XX, o pleno acesso à informação não foi condição suficiente para a adoção do futebol. Em determinado contexto local, a informação pode operar como semente em solo infértil. Um ambiente cosmopolita e industrial, aliado a um projeto de modernidade, foram ingredientes fundamentais para que o futebol germinasse velozmente em São Paulo, ao contrário de Belém do Pará, a despeito da intensa conexão desta cidade com a Inglaterra, enquanto animado porto exportador da borracha⁸.

A intensidade dos fluxos comerciais no Atlântico Norte levou o futebol precocemente aos EUA: em 1867, surge o Harrow School Team, que Kane & Rote (1978, p. 39) consideram o mais antigo clube de futebol criado fora da Grã-Bretanha. Entretanto, este esporte foi logo banido oficialmente das universidades norte-americanas pelo movimento nacionalista, ressurgindo mais tarde como prática popular de imigrantes pelas ruas das cidades industriais do nordeste do país. Tais imigrantes (italianos, em sua maioria) eram acusados de anti-americanismo: sua incorrigível devoção pelo futebol inglês era vista como a "pretty good measure of their refusal to become Americans" ("o melhor indicador do grau de sua recusa em se tornar americanos") (Gardner, 1976, p. 168). A precocidade do caso norte-americano revela o alto grau de conectividade do nordeste industrial daquele país. Revela também uma reação política do lugar contrária à adoção de uma inovação proveniente do ex-colonizador, no esforço de construção da identidade nacional. Revela ainda que a heterogeneidade cultural local permite que a adoção seja socialmente realizada de forma parcial e marginalizada, por pobres migrantes.

Em síntese, o lugar atua como condicionador de todo o processo. Tanto no poder de atrair informações (grau de conectividade) quanto na capacidade de transformar a infor-

mação em ação concreta, quanto ainda na forma específica de incorporá-la em sua prática cotidiana. O futebol, enquanto nova informação, circulou pelo mundo com grande seletividade espacial, submetendo-se aos imperativos das redes do imperialismo britânico. E para se incorporar à vida cotidiana das diversas localidades por onde foi "anunciado", o futebol necessitou contar com condições especiais: em cada lugar, um ritmo distinto de adoção, definido por diferentes graus de rejeição e receptividade. E mesmo a forma que assumiu, variou conforme as especificidades de cada lugar.

CONCLUSÃO

O futebol é incontestavelmente uma das principais instituições do mundo contemporâneo. Sua ampla difusão planetária cumpriu historicamente diversas etapas e ainda segue em curso. O estudo acurado deste longo processo permanece, entretanto, como uma lacuna. Procuramos todavia demonstrar que em empreendimentos como este, o legado teórico em estudos de difusão espacial muito pouco tem a contribuir. Primeiramente, a influência positivista não permitiu aos geógrafos tradicionais operar com temas para além dos elementos palpáveis da cultura material. Num segundo momento, já no âmbito da ciência espacial, os estudos de difusão privilegiaram a dimensão econômica em detrimento da cultura. A geografia radical, por sua vez, desprezou esta linha de investigação.

Em síntese, para investigar a difusão espacial do futebol, faz-se necessário um esforço no sentido da elaboração de um novo caminho metodológico. Um caminho que contemple as especificidades do futebol enquanto inovação cultural, e seu movimento de difusão, considerando a atuação de redes e dos fatores condicionantes de cada lugar. O presente trabalho procurou apresentar algumas propostas e considerações neste sentido.

- * Trabalho apresentado no II Colóquio Internacional de Geocrítica, realizado na Faculdade de Geografia e História da Universidade de Barcelona, em maio de 2000. Artigo encaminhado para publicação em agosto de 2000. E-mail: gil_mascarenhas@hotmail.com.br
- ** Professor Adjunto do Departamento de Geografia da UERJ.
- 1 Cf. Sauer, 1998.
 - 2 Hägerstrand, T (1967). *Innovation diffusion as a spatial process*. Chicago: University of Chicago Press. (original em sueco é de 1953).
 - 3 É presumível que, considerando-se o porte do autor e o momento em que foi publicado (no contexto do projeto de afirmação de uma geografia radical no Brasil), este artigo tenha inibido consideravelmente a continuação de estudos de difusão espacial.
 - 4 Registre-se que ao dividir apenas em dois grupos a história dos estudos de difusão em Geografia, estamos realizando uma forçosa simplificação. A teoria de Hägerstrand foi alvo de constantes revisões e refinamentos, conforme aponta Silva (1995). Todavia, entendemos que tais avanços foram realizados nos estreitos limites da abordagem pragmática, mantendo-se o seu espírito neopositivista. Mesmo Lawrence Brown (1981), que ao adotar os princípios da teoria geral dos sistemas, superou o discurso liberal clássico do homem racional supostamente livre para exercer a escolha, encontra-se sob filiação teórico-filosófica muito semelhante a de Hägerstrand.
 - 5 Sobre as diversas correntes da nova geografia cultural, vale consultar Linda McDowell (1996).
 - 6 O beisebol adquiriu grande popularidade nos EUA, simultaneamente ao futebol na Inglaterra. Sua difusão, entretanto, restringiu-se a alguns poucos países, sobretudo caribenhos, e região noroeste do México (Rivera, 1999; Arbena, 1999). Tal fenômeno se explica e delimita, em grande medida, pela área de efetiva influência norte-americana no final do século XIX.
 - 7 Cf. Mascarenhas, G, e Silva, L. Fé e futebol: indícios da contribuição marista na formação da pátria de chueteiras...
 - 8 Um estudo comparativo envolvendo São Paulo, Belém e outras capitais brasileiras encontra-se em Mascarenhas (1998). Do mesmo autor, há um outro estudo mais minucioso e aprofundado, envolvendo apenas três cidades (Mascarenhas, 1999).

- ARCHETTI, Eduardo. Search of national identity: Argentina Football and Europe. *The international journal of history of sport*, v. 12, n. 3, p. 201-219. dez. 1995.
- ARBENA, Joseph. El mapa deportivo de America Latina. *Lecturas: Educación Física y Deporte* (revista digital), Buenos Aires, num 14, año IV, junio/1999. Disponível na Internet. <http://www.sportquest.com/revista>.
- BLAUT, James. Diffusionism: a uniformitarian critique. In: FOOTE, K. et al. (Orgs.). *Re-reading Cultural Geography*. Austin: University of Texas Press, 1994. p.173-190.
- BROWN, Lawrence. *Innovation diffusion: a new perspective*. London / New York: Methuen, 1981. 87 p.
- _____. *Diffusion Dynamics: a review and revision of the quantitative theory of spatial diffusion of innovation*. Lund: Lund Studies in Geography, 1968.
- CLAVAL, Paul. *A Geografia Cultural*. Florianópolis: Editora da UFSC, 1999. 453 p.
- GARDNER, Paul. *The Simplest Game*. Boston / Toronto: Little, Brown & Co, 1976.
- GREGORY, Derek. Teoria Social e Geografia Humana. In: GREGORY, Derek; MARTIN, Ron; SMITH, Graham (Orgs.). *Geografia Humana: sociedade, espaço e ciência social*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996. 298 p. p. 90-122.
- HÄGERSTRAND, Torsten. *Innovation diffusion as a spatial process*. Chicago: University of Chicago Press, 1967. 334 p. (original em sueco publicado em 1953).
- HARVEY, David. *Social Justice and the City*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1973. 336 p.
- HOBSBAWM, Eric & RANGER, Terence (Orgs.). *A Invenção das Tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.
- HOOCK, J. & LEPETIT, B. Histoire et propagation du nouveau. In: HOOCK, J. & LEPETIT, B. (Orgs.). *La ville et l'innovation: relais réseaux de diffusion en Europe, 14e.-19e. siècles*. Paris: L'École de Hautes Études en Sciences Sociales, 1987. p. 7-28.
- KANE, Basil & ROTE, Kyle. *Complete Book of Soccer*. New York: Simon & Schuster, 1978. 412 p.
- MASCARENHAS, Gilmar. Futbol y Modernidad en Brasil: la geografía historica de una novedad. *Lecturas: Educación Física y Deporte* (revista digital), Buenos Aires, num 10, año III, mayo/1998. Disponível na Internet. <http://www.sportquest.com/revista>.
- _____. Mundo e Lugar: a introdução do futebol no Brasil urbano. *Experimental*, Laboratório de Geografia

Política e Planejamento Territorial e Ambiental (USP), São Paulo, n. 6, p. 95-110, mar. 1999.

MASCARENHAS, Gilmar & SILVA, Leidina. Fé e futebol: indícios da contribuição marista na formação da pátria de chuteiras. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE HISTÓRIA DA EDUCAÇÃO FÍSICA, ESPORTE, LAZER E DANÇA, 7., 2000, Porto Alegre. *Anais...* Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2000. p. 420-24.

MCDOWELL, Linda. A transformação da geografia cultural. In: GREGORY, Derek; MARTIN, Ron; SMITH, Graham (Orgs.). *Geografia Humana: sociedade, espaço e ciência social*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996. 298 p. p.159-188.

MERCIER, Joseph. *Le Football*. Coleção Qui sais-je?. Paris: Press Universitaire de France, 1966. 98 p.

RIVERA, Enrique. Mexico en sus regiones socioculturales deportivas. *Lecturas: Educación Física y Deporte* (revista digital), Buenos Aires, num 13, año IV, marzo/1999.

Disponível na Internet. <http://www.sportquest.com/revista>.

SACK, Robert. The power of place and space. *Geographical Review*, v. 83, n. 3, p. 326-329. July 1993.

SAID, Edward. *Cultura e Imperialismo*. São Paulo: Cia. das Letras, 1995. 370 p.

SANTOS, Milton. Difusão de inovações ou estratégia de vendas? In: SANTOS, M. *Economia espacial: críticas e alternativas*. Série Economia & Planejamento. São Paulo: Hucitec, 1979. p. 29-57.

SAUER, Carl. A morfologia da paisagem. In: CORREA, Roberto & ROSENDAHL, Zeny (Orgs.). *Paisagem, tempo e cultura*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998. 124 p. p. 12-74.

SILVA, Carlos A. Os avatares da teoria da difusão espacial: uma revisão teórica. *Revista Brasileira de Geografia*, IBGE, Rio de Janeiro, v. 57, n. 1, p. 25-51, jan./mar. 1995.

ABSTRACT

Before to become the most practised sport nowadays, football experienced a broad and complex spatial diffusion process, departing from Victorian England toward diverse regions of the planet. In order to contribute in the making of a geographic methodology about this phenomenon, we debate the uniqueness of the football as an innovation. We also offer theoretical-conceptual elements toward a spatial diffusion study of football. We intend to show the viability of this kind of investigation, as well as to contribute in understanding the evolution process that involves an important social phenomenon of the contemporaneous world.

KEYWORDS:

Modernization; Football; Innovation; Spatial Diffusion Theory.