

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E FILOSOFIA
DOUTORADO EM HISTÓRIA

Um Flamengo grande, um Brasil maior:

O Clube de Regatas do Flamengo e o imaginário político nacionalista popular
(1933-1955)

RENATO SOARES COUTINHO

Orientador: Prof. Dr. Jorge Ferreira

Niterói

2013

*UM FLAMENGO GRANDE, UM BRASIL MAIOR: O CLUBE DE REGATAS DO
FLAMENGO E O IMAGINÁRIO POLÍTICO NACIONALISTA POPULAR (1933-
1955)*

Renato Soares Coutinho

Tese apresentada ao Programa de pós-
graduação em História da Universidade
Federal Fluminense, como requisito para
obtenção do título de Doutor.
Área de concentração: História Política

Orientador: Prof. Dr. Jorge Ferreira

Niterói

2013

Folha de Aprovação

UM FLAMENGO GRANDE, UM BRASIL MAIOR: O CLUBE DE REGATAS DO FLAMENGO E O IMAGINÁRIO POLÍTICO NACIONALISTA POPULAR (1933-1955)

Renato Soares Coutinho

Banca examinadora:

.....

Prof^a. Dr^a. Angela Maria de Castro Gomes – UFF (membro titular)

.....

Prof^a. Dr^a. Giselle Martins Venâncio – UFF (membro titular)

.....

Prof.^a Dr^a. Andrea Casa Nova Maia – UFRJ (membro titular)

.....

Prof. Dr. Paulo Roberto Ribeiro Fontes – CPDOC-FGV (membro titular)

.....

Prof. Dr. Jorge Ferreira - UFF (Orientador)

.....

Prof^a. Dr^a. Juniele Rabêlo de Almeida - UFF (membro suplente)

.....

Prof. Dr. Ricardo Figueiredo de Castro – UFRJ (membro suplente)

Niterói

2013

Resumo

UM FLAMENGO GRANDE, UM BRASIL MAIOR: O CLUBE DE REGATAS DO FLAMENGO E O IMAGINÁRIO POLÍTICO NACIONALISTA POPULAR (1933-1955)

Renato Soares Coutinho

Orientador: Prof. Dr. Jorge Ferreira

Resumo da tese de doutorado submetida ao Programa de pós-graduação em História da Universidade Federal Fluminense, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Doutor em História.

O trabalho tem como objetivo investigar os fatores que contribuíram para a popularidade e para a abrangência nacional do Clube de Regatas do Flamengo. O período analisado – 1933 a 1955 – foi marcado pela implantação do regime profissional no clube e pelo progressivo processo de fidelização de torcedores em todo território nacional. As campanhas de marketing das gestões dos presidentes José Bastos Padilha e Gilberto Cardoso serão interpretadas a fim de associar a construção da identidade do clube mais popular do Brasil aos símbolos e valores sociais correntes no imaginário político nacionalista divulgado pela propaganda estatal nas décadas de 1930 e 1940.

Palavras-chave: Clube de Regatas do Flamengo; nacionalismo; desenvolvimentismo; imaginário político.

Abstract

UM FLAMENGO GRANDE, UM BRASIL MAIOR: THE CLUBE DE REGATAS DO FLAMENGO AND THE POPULAR NATIONALIST POLITICAL IMAGINARY

Renato Soares Coutinho

The study aims to investigate the factors that contributed to the popularity and the national influence of the Clube de Regatas do Flamengo. The period - 1933 to 1955 - was marked by the implementation of professionalism and by the gradual process of loyalty of fans nationwide. Marketing campaigns in efforts of presidents José Bastos Padilha and Gilberto Cardoso will be interpreted to involve the construction of the identity of Brazil's most popular club symbols and social values in the current political imaginary nationalist released by state propaganda in the 1930s and 1940s .

Keywords: Clube de Regatas do Flamengo; nationalism; political imaginary.

Sumário

Introdução	7
Capítulo I: O Clube de Regatas do Flamengo nas páginas dos jornais: do fidalgo clube ao clube do povo	16
Capítulo II: Cinco anos eternos: a gestão José Bastos Padilha (1933-1937)	53
Caderno de imagens	94
Capítulo III: A tradição inventada: o clube mais querido do Brasil	103
Capítulo IV: O clube da Nação	144
Considerações Finais	182
Fontes e Bibliografia	188

Introdução

Um dia, quando se mergulhar de verdade nos fatores que historicamente ajudaram a consolidar a integração nacional, o Flamengo terá de ser incluído.

(Ruy Castro)

Poucos fenômenos sociais no mundo conseguem reunir semanalmente milhões de pessoas, nos mesmos lugares, entoando os mesmos cânticos, celebrando os mesmos ídolos. Ao ler essa frase, imediatamente pensamos: as religiões conseguem.

Mas, se acrescentarmos que, além de reunir rotineiramente milhões de seguidores ao redor de centenas de países, esse evento não promete respostas confortantes, não redime os fiéis dos seus pecados e tampouco é garantia de felicidade? A resposta já não ganha contornos tão nítidos. Se dissermos ainda que para participar desse evento é preciso pagar quantias cada vez mais dispendiosas, e que essas quantias não garantem em absoluto o retorno da qualidade dos serviços e nem mesmo serão revertidas em futuros ganhos materiais. Assim parece que somente uma resposta passa a ser possível: o futebol.

É certo que há outros eventos desportivos que mobilizam os fãs de esportes pelo mundo. O futebol norte-americano é o programa favorito dos cidadãos da maior economia do planeta. O críquete é o esporte mais praticado na Índia e no Paquistão. O rugby é o preferido dos sul-africanos e australianos. Os países caribenhos dão mais importância ao boxe e ao beisebol do que aos esportes praticados com os pés. Enfim, o desporto de um modo geral é uma atividade mobilizadora, que consegue reunir adeptos com uma frequência parecida apenas com os eventos religiosos.

Mas o futebol é fundamentalmente diferente em um aspecto. Ele é praticado na Índia, na China, nos EUA, em toda Europa, em toda América Latina, em toda a África. Mesmo não sendo o esporte favorito em alguns países populosos, a prática do futebol é comum em quase todas as nações do mundo, fato que confere à FIFA a condição de ser uma entidade mais abrangente do que a própria ONU.¹

No Brasil, não é preciso muito esforço para mostrar que o futebol é o esporte favorito. Semanalmente, emissoras de rádio e de televisão dedicam seus horários nobres

¹ Enquanto a FIFA possui duzentos e nove federações nacionais afiliadas, a ONU tinha até dezembro de 2012 cento e noventa e três estados membros. Disponível em: <http://pt.fifa.com/aboutfifa/organisation/associations.html>, último acesso em 20 de janeiro de 2013.

à exibição de partidas de futebol. Há estádios de futebol de grande porte de norte a sul do país. Os jogadores estampam capas de jornais e revistas e são celebrados como ídolos da juventude. Nas escolas brasileiras, os pátios ficam repletos de bolas chutadas para todos os lados durante os intervalos das aulas, e qualquer espaço que caibam dois chinelos pode ser transformado em um campo para “pelada”. A presença marcante do futebol no cotidiano brasileiro chega a causar incômodo naqueles que não simpatizam com o esporte. Esse sentimento é radicalizado durante as disputas de Copa do Mundo, quando as ruas são fechadas, o dia de trabalho é interrompido e a lei do silêncio completamente desrespeitada.

Ao longo do século XX, o futebol brasileiro esteve ligado aos eventos mais importantes da história política do Brasil. Os estádios de futebol já serviram de palco para eventos cívicos, assim como já foram espaços de contestação social. As vitórias do selecionado nacional já contribuíram para conter os ânimos populares, assim como as derrotas foram o estopim para acontecimentos violentos pelo país. Se em 1970 o tricampeonato mundial foi embalado pelo otimismo da canção “Pra frente Brasil”, a derrota para Portugal na Copa realizada 1966 causou uma série de ataques a estabelecimentos portugueses no Rio de Janeiro e em Salvador, fato que foi severamente condenado pela imprensa e pelos governantes.²

Mais do que um jogo, o futebol se tornou no último século um espaço de manifestação dos valores sociais correntes das sociedades. E nisso consiste o interesse pelo futebol como objeto de pesquisa acadêmica. Em lugares onde as pessoas se reúnem e agem coletivamente em nome de uma identidade, é possível investigar as motivações simbólicas que fazem aquelas pessoas se organizarem. Torcer por um clube não é a expressão da satisfação com as vitórias. Se assim fosse, as torcidas de futebol mostrariam grandes tendências à volatilidade, que ocorreriam de acordo com os títulos conquistados pelas equipes. Mas, ao contrário, as torcidas dos clubes ao longo das últimas décadas mostraram um padrão de distribuição bastante rígido, e os clubes mais populares do país, independente das fases ruins nos campos, permaneceram sendo os mais queridos.

Apoiar um clube não segue a lógica das corridas de cavalo. Os torcedores não variam as suas preferências de acordo com o sucesso das equipes em campo. A adesão às cores de uma instituição ocorre de acordo com as representações sociais que passam

² Sobre as confusões que ocorreram após a derrota do selecionado nacional, ver: *O Globo*, Rio de Janeiro, 20 de julho de 1966.

a compor a identidade de um clube de futebol. E por isso as rivalidades clubísticas são espaços privilegiados para a verificação dos projetos e conflitos sociais existentes.

Há diversos exemplos das tensões políticas sendo projetadas nas identidades dos clubes pelo mundo. Real Madrid e Barcelona fazem um dos clássicos mais nervosos da Europa. O clube da capital espanhola e a equipe catalã se enfrentam em pelepas que refletem clivagens políticas que remontam ao centralismo de Madrid nos tempos da ditadura do General Francisco Franco. É comum nos jogos do *Barça* a torcida catalã exibir para o mundo a faixa com os dizeres: “Catalunia is not Spain.”

Na Itália, os confrontos entre os times da capital reproduzem uma tensão social presente na Itália desde os primórdios do século XX. Os Ultras, torcedores organizados da Lazio, não escondem suas simpatias pelos símbolos fascistas. Do nome da torcida organizada, “Irriducibili”, às faixas mostradas na arquibancada, os adeptos da Lazio não evitam mostrar sua filiação política. Na Curva Norte, local onde se concentram os torcedores, faixas com os dizeres “Roma é fascista” ainda podem ser vistas com alguma regularidade. Um dos maiores ídolos da Lazio, o ex-atacante Paolo Di Cannio, tinha a palavra “Dux” tatuada no braço e costumava comemorar seus gols com o braço direito esticado.³ Os Ultras da Roma, por sua vez, orgulham-se do discurso em defesa proletariado e se autoproclamam o time do povo. Apesar das dissidências existentes na torcida romanista, o discurso antifascista ainda pode ser associado aos adeptos da Curva Sul.⁴

Na Escócia, Rangers e Celtics expõem rivalidades religiosas num clássico marcado pelo confronto entre católicos do Celtic e protestantes do Rangers. Os dois times fundados no final do século XIX somente admitiram jogadores de outras religiões na década de 1980. A torcida católica do Celtic costuma até mesmo exibir bandeiras com a imagem do Papa nos jogos contra o rival.⁵

Clivagens religiosas, classistas, emancipacionistas e de outras ordens podem ser localizadas nas arquibancadas pelo mundo. No Brasil não é diferente. As torcidas de futebol refletem valores sociais que compõem visões sociais de mundo de grupos

³ No site dos Ultras da Lazio é possível ver as fotos com as referências fascistas: <http://www.ultraslazio.it/>, último acesso em 20 de janeiro de 2013.

⁴ Na página dos Ultras da Roma há o manifesto da torcida e as facções que hoje compõem as organizadas da Curva Sul. As referências do dramaturgo Bertolt Brecht que aparecem no site indicam a filiação política da torcida. <http://www.asromaultras.org/manifesto.html#against>, último acesso em 20 de janeiro de 2013.

⁵ http://www.campeoesdofutebol.com.br/hist_celticglasgow.html, último acesso em 20 de janeiro de 2013.

organizados. Muito da cultura política brasileira pode ser analisado a partir das rivalidades dos clubes de futebol do Brasil.

É consenso entre os institutos de pesquisa que no século XX o clube de futebol que conquistou o maior número de adeptos no Brasil foi o Clube de Regatas do Flamengo. Com pequenas variações, as pesquisas de popularidade mostram até hoje que o rubro-negro tem uma grande penetração nacional, tendo um grande contingente de torcedores espalhados principalmente pelos estados nordestinos, nortistas e do centro-oeste, além da grande popularidade em Minas Gerais, Espírito Santo e, é claro, Rio de Janeiro. A partir desses dados, a questão principal passa a ser entender porque especificamente o Flamengo conseguiu tamanha adesão popular.

Algumas respostas apressadas tentam explicar esse fenômeno de popularidade nacional. A primeira delas é a tese que destaca o perfil vencedor do clube, que contou com craques como Zico e Junior na geração que encantou o país na época que as transmissões televisivas cresceram.

Há mais de um problema nessa perspectiva. O primeiro deles é que o Flamengo não é um clube tão vencedor quanto a torcida rubro-negra gosta de exaltar. É claro que as equipes rubro-negras venceram campeonatos importantes, mas as principais vitórias do Flamengo ocorreram em um curto espaço de tempo, que durou entre 1978 e 1983, período que coincidiu com a melhor fase do jogador Zico. O Flamengo conviveu ao longo da sua história com esquadrões de maior longevidade, como o Vasco da Gama dos anos 1950 e o Santos dos anos 1960 e 1970. Se as vitórias em campo justificassem a popularidade, o time de Pelé certamente deveria ter mais abrangência do que o Flamengo de Zico.

Outro aspecto negligenciado por essa tese é o fato de que o Flamengo já era o detentor dos maiores públicos do futebol brasileiro antes do apogeu da Era Zico. Até hoje, os três maiores públicos da história do clube permanecem sendo anteriores à geração que conquistou todos os títulos. A maior assistência ocorreu em 1963, na final do campeonato carioca contra o Fluminense, com cento e noventa e quatro mil pessoas no Maracanã. A segunda maior é de 1976, em um clássico contra o Vasco da Gama. O terceiro maior público também foi em um *Fla x Flu*, disputado em 1969 com mais de cento e setenta mil pessoas no estádio.⁶

⁶ Os maiores públicos do clube estão disponíveis em: http://www.flamengo.com.br/flapedia/Maiores_p%C3%BAblicos_do_futebol_brasileiro, último acesso em 20 de janeiro de 2013.

Além dos maiores públicos, as excursões do Flamengo pelo território nacional já nos anos 1940 e 1950 mobilizavam milhões de adeptos brasileiros. As visitas do Flamengo a Minas Gerais, a Paraíba, a Pernambuco, geravam o interesse dos torcedores e da imprensa, que divulgava a exaustão a paixão que o clube despertava nos lugares mais distantes do Brasil.

A segunda tese que visa explicar a popularidade do Flamengo faz mais sucesso entre analistas da imprensa e entre os sócios e dirigentes do clube. Muitos atribuem o crescimento da torcida aos tempos do amadorismo, quando o clube não tinha estádio e treinava na rua, fato que despertava a atenção dos garotos que ajudavam a buscar as bolas que saíam do campo.⁷ Nessa perspectiva há presente a idéia de que o clube carrega o DNA da popularidade. Como se desde a fundação da instituição, nos tempos das regatas elegantes, o Flamengo fosse capaz de representar os valores correntes entre as camadas populares brasileiras.

O primeiro problema dessa interpretação é que ela não possibilita a explicação da nacionalidade da torcida. Se a relação forjada na rua entre os torcedores e o clube explica a popularidade, como entender a preferência pelo Flamengo em lugares como Manaus e Natal, onde não havia essa relação direta?

Mais complicado ainda é estabelecer uma relação consistente entre o Flamengo e os valores populares nos tempos do amadorismo. As matérias veiculadas na imprensa da época mostram como o Flamengo, assim como boa parte das instituições esportivas da *Belle Époque*, não tinha a menor pretensão de angariar simpatizantes nas camadas populares, e como seus eventos sociais eram altamente restritivos. Em outras palavras, o Flamengo dos tempos da fundação se parecia muito pouco com aquilo que é hoje o clube *mais querido do Brasil*. Portanto, assim como a tese do clube vencedor, essa perspectiva pouco pode explicar sobre os motivos da popularidade do Flamengo.

Permanecemos, então, com a mesma questão: quais fatores contribuíram para a popularidade e para a abrangência nacional do Flamengo? Podemos começar a buscar as respostas nos símbolos exaltados pelo próprio clube. Um detalhe relevante que pode ser notado nas festividades e nas homenagens feitas pelo Flamengo na atualidade é o

⁷ Depoimentos mais recentes de jornalistas que frequentavam os clubes de futebol nos anos 1920 contribuíram muito para o surgimento desse mito. Relatos apaixonados como o de Moacir Werneck de Castro, que dizia que o Flamengo era uma cisão popular do Fluminense, ajudaram a criar na imprensa a idéia de que o clube carrega desde os tempos do amadorismo o apoio popular. Isso demonstra como as memórias são decisivas para a reinvenção das instituições. Sobre o depoimento de Werneck de Castro, ver: CARVALHO, Joaquim Vaz de Carvalho. (org.). *Flamengo: uma emoção inesquecível*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995. P.15.

destaque dado a alguns nomes que fizeram história na instituição. Ídolos como Leônidas da Silva, Domingos da Guia, Zizinho e Dida são lembrados até mesmo por aqueles que não os viram. Entre os dirigentes homenageados, dois nomes são os mais celebrados: José Bastos Padilha, nome oficial do Estádio da Gávea, e Gilberto Cardoso, único dirigente que tem uma estátua no clube.

É interessante perceber que os nomes dos fundadores do clube e dos primeiros jogadores da equipe de futebol costumam ser negligenciados nas maiores homenagens e permanecem desconhecidos por grande parte da torcida. Nas listas dos maiores jogadores do clube de todos os tempos, há sempre a lembrança de Leônidas e Domingos da Guia. Bahiano, Amarante e Gustavo, jogadores da primeira equipe de futebol do Flamengo, não costumam figurar nessas listas. Como em qualquer instituição centenária, há aqueles lembrados e aqueles esquecidos.

Uma breve investigação sobre a trajetória dos ídolos eternizados na memória do torcedor permite uma constatação evidente: todos pertencem ao período em que o clube já era profissional; os lembrados construíram suas trajetórias após os anos 1930.

Temos então um momento privilegiado para a constituição da memória do Clube de Regatas do Flamengo: a década de 1930. Enquanto jogadores da década de 1910 praticamente não constam nas escalações dos maiores times do Flamengo de todos os tempos, os atletas da década de 1930 possuem lugares cativos nas listas e homenagens. É preciso, então, investigar o que ocorreu a partir de 1930.

Não por coincidência, muita coisa aconteceu no clube nessa década. Sem dúvida, a grande mudança foi a vitória política do modelo profissional. O profissionalismo, implantado no clube durante a gestão José Bastos Padilha, não representou apenas uma revolução nos rumos administrativos do clube. O clube nesse período organizou um projeto de construção de novos símbolos identitários que permitiram reorganizar a relação da instituição com a torcida. Ou seja, o profissionalismo gestado nos anos 1930 ocorreu em convergência com o processo de popularização da instituição. E foi a transformação das bases simbólicas da instituição ocorrida nos anos 1930 que forjou a memória popular do clube, atribuindo ao Flamengo um caráter popular que remonta ao passado imemorial dos tempos amadores. Em um complexo processo de construção da memória, o passado amador e elitista passou a constituir o *Flamengo profissional* sendo lembrado como a fase embrionária da vocação popular da instituição.

Ao verificar que a década de 1930 foi um divisor de águas na história do clube, foi inevitável associar o Flamengo com os acontecimentos políticos e sociais que também alteravam profundamente a história da sociedade brasileira. O processo de modernização autoritária levado adiante pelo Estado brasileiro avançava ao mesmo tempo em que benefícios materiais e simbólicos eram conquistados pelo operariado. As manifestações populares historicamente relegadas à condição de caso de polícia – como a capoeira, desfile de blocos carnavalescos, a desconfiança em relação ao samba, entre outros - começavam a encontrar nas celebrações cívicas espaços para a afirmação da sua legitimidade. O pertencimento à nação passava a ser nos anos 1930 uma estratégia de reconhecimento dos valores, tradições e anseios dos trabalhadores, bem como da própria cultura popular. Estado e trabalhador haviam encontrado um vocabulário adequado para o reconhecimento mútuo: o nacionalismo.

Atento a essas transformações sociais, o Flamengo foi o primeiro clube de futebol no Brasil que se apropriou do bem-sucedido discurso nacionalista estatal. Através de campanhas de marketing e ações sociais, o antes clube refinado passou a dialogar com os setores populares, reivindicando o posto de clube representante da nação.

O primeiro capítulo da tese busca mostrar exatamente a passagem do fidalgo clube para o clube popular através da percepção da instituição divulgada pela imprensa. Na primeira parte do capítulo, mostrarei os números que comprovam a popularidade histórica do clube, a fim de embasar quantitativamente a interpretação sobre as bases simbólicas da penetração cultural do clube.

O segundo capítulo será dedicado a gestão que transformou a história do clube. Entre 1933 e 1937, período em que José Bastos Padilha esteve na presidência do clube, o Flamengo passou por um momento de grande crescimento material e de intensa transformação simbólica. Nessa parte do trabalho, os significados do projeto identitário forjado para o clube no momento de implantação do profissionalismo serão interpretados. Para essa análise, *o Jornal dos Sports* será a fonte mais utilizada.

No terceiro capítulo mostrarei como as rivalidades com os outros clubes foram situadas no processo de reinvenção simbólica do Flamengo. Como os maiores adversários, Fluminense e Vasco, acabaram contribuindo para a consolidação do vínculo entre o Flamengo e as camadas populares. A análise das ações midiáticas de intelectuais como Mario Filho, José Lins do Rego e Ari Barroso servirá para identificar

o discurso que sistematizou a exposição da identidade do clube nos meios de comunicação.

Por fim, no último capítulo, analisarei os significados do discurso dos intelectuais rubro-negros em tempos democráticos. Com isso, pretendo destacar como a identidade do clube resultou do diálogo entre a instituição e torcedor comum, e não da imposição unilateral de valores sociais. O destaque será dado para a gestão do presidente Gilberto Cardoso, que apresentou vários pontos de convergência com o período em que Padilha esteve a frente do clube. O objetivo é mostrar como a instituição se alinhou a um projeto político determinado, gestado nos anos 1930 e consolidado no imaginário social do trabalhador brasileiro ao longo das décadas subsequentes.

Durante a realização deste trabalho, muitas pessoas tiveram participação fundamental. Por isso, não poderia deixar de citá-las nos meus agradecimentos. Agradeço inicialmente ao Programa de Pós-Graduação em História, que permitiu que eu desenvolvesse a pesquisa e me deu todo suporte acadêmico para que eu conseguisse realizar este trabalho.

Agradeço demais ao meu orientador, o Prof. Jorge Ferreira, que expressa em todos os aspectos o significado da palavra orientador. Sem a sua contribuição, este trabalho teria se tornado uma tarefa mais difícil ainda.

Agradeço todo o auxílio intelectual e emocional da Prof. Martha Abreu, a quem eu devo grande parte das minhas decisões corretas.

Agradeço aos professores Paulo Fontes e Angela de Castro Gomes, que fizeram sugestões e correções muito importantes para o desenvolvimento da tese.

Agradeço às minhas diretoras Eliane Carvalho e Denise Lima, que sempre permitiram meu aprimoramento acadêmico e sempre me incentivaram, mesmo nos dias de maior cansaço.

Agradeço a minha coordenadora e amiga Luciana Lamblet, que, entra ano, sai ano, segue fazendo parte da minha vida.

Agradeço aos meus pais, pelo suporte material que me deram durante meus anos de estudo.

Agradeço aos amigos que reconheci ao longo dessa longa trajetória acadêmica, especialmente aos membros da turma que ingressaram no segundo semestre do ano 2000.

Agradeço aos parceiros de arquibancada, geral e mesa de bar, conhecidos e desconhecidos, que compartilham a paixão pelo mesmo esporte. Especialmente o companheiro Roberto Bitencourt, que entende como poucos o significado de ser Flamengo e brasileiro.

Agradeço aos amigos Rafael Vaz Brandão, Rodrigo Mamari e Renata Moraes pelo simples fato de serem meus amigos.

Por fim, agradeço a minha mulher Fernanda Ghesla, pessoa que reúne todas as competências necessárias para me fazer feliz. Sua amizade e dedicação, em todos os aspectos, foram as maiores motivações para eu produzir este trabalho.

Capítulo I

O Clube de Regatas do Flamengo nas páginas dos jornais: do fidalgo clube ao clube do povo

Em maio de 2006, eu presenciei um acontecimento que tem muito a ver com este trabalho. Na época, não dediquei muita atenção ao ocorrido. Pode ser que aqueles que também presenciaram nem sequer lembrem do fato. No meu caso, logo assim que iniciei esta pesquisa, retomei a lembrança como forma de ilustrar o ponto central das minhas reflexões.

Eu estava em Porto Alegre, numa sala da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. A aula de Teoria Política era ministrada por um professor reconhecido pela excelência acadêmica e pelo afeto declarado ao tricolor dos pampas, o Grêmio de Porto Alegre. Após uma hora de aula, entrou na sala um rapaz com a camisa do Flamengo. A aula, que transcorria de maneira sóbria pelos debates neo-institucionais, foi interrompida pelo olhar fulminante do professor, que se incomodou mais com a camisa do que com o atraso. Ironicamente, o docente questionou a preferência do rapaz, que retrucou dizendo ser o Flamengo um clube nacional. Não satisfeito com a resposta do aluno, o professor disparou: “Nacional do Mampituba para cima!”

Como disse, na época isso não passou de um caso engraçado. Minhas reflexões sobre os padrões de investimento dos municípios beneficiários dos royalties petrolíferos não me permitiram parar para pensar sobre os significados de nação expostos nessa breve pendenga futebolística.⁸ Nem mesmo sabia que o Mampituba é o rio que separa o Rio Grande do Sul do Estado de Santa Catarina, ou do resto do Brasil, como brincam os gaúchos.

As torcidas de futebol no Brasil e as pesquisas de popularidade

Pesquisas de opinião costumam apimentar conversa de bar. Seja sobre a tendência de voto do eleitor mediano no pleito municipal, seja sobre a música mais tocada no ano, todas as vezes que os institutos de pesquisa divulgam seus resultados, os contrariados não demoram a elaborar sofisticadas teorias de conspiração. Em outubro de

⁸ Em março de 2008 defendi no Programa de Pós-Graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Rio Grande do Sul a dissertação intitulada “*O impacto dos royalties petrolíferos sobre o desenvolvimento econômico local: um estudo comparativo entre os municípios de Campos dos Goytacazes e Niterói*”.

1998, uma rádio de Jaú, interior paulista, fez uma enquete perguntando para o ouvinte se alguma vez ele já havia sido entrevistado pelo IBOPE⁹. Neste caso é interessante perceber que a negação da validade das pesquisas teve como premissa a realização de uma nova pesquisa de consulta popular.

Desconhecimentos metodológicos à parte, as pesquisas de popularidade despertam interesse e encontram sua legitimidade exatamente nos debates incessantes suscitados por elas. Ademais, na maior parte das vezes, os resultados são confirmados nas urnas ou nas escolhas dos consumidores.

Desde as primeiras décadas do século XX, os meios de comunicação promovem pesquisas que visam identificar as preferências esportivas brasileiras. Questões relativas ao esporte mais praticado até remador mais querido do Rio de Janeiro já estavam em pauta nos jornais cariocas na década de 1920. Um exemplo emblemático desse interesse foi o concurso realizado em 1927 pelo *Jornal do Brasil*, com patrocínio da água mineral Salutaris. A consulta visava descobrir qual era o clube de futebol mais popular da cidade.¹⁰ Os torcedores preenchiam os cupons publicados pelo jornal e depois enviavam à redação. Esse método de consulta permitiu o questionamento da validade do resultado. Isso porque alguns torcedores do Flamengo fingiram ser torcedores vascaínos e recolheram os cupons com os votos para o clube cruzmaltino na sede do *JB*. Os cupons foram jogados no lixo e após a contagem geral dos votos o Flamengo recebeu a alcunha de clube mais querido, levando a Taça Salutaris.¹¹ O refinado Clube de Regatas do Flamengo, um clube da elite carioca em 1927, graças ao espírito “irreverente” dos sócios que fraudaram a competição, ganhou o título que somente anos depois se tornaria sua marca registrada.

Entre as décadas de 1930 e 1950, o *Jornal dos Sports*, periódico esportivo que em 1936 passou para o comando do jornalista Mario Filho, consagrou as pesquisas de popularidade. Espaço de diálogo entre os torcedores e os dirigentes esportivos, o *JS* dedicou muitas edições aos concursos de torcida. Na década de 1970, a *Revista Placar* consolidou a tradição das pesquisas de popularidade, que já nessa época dedicavam-se quase exclusivamente à questão das maiores torcidas dos clubes de futebol.

⁹ *Jornal O Lance!*, 07 de outubro de 1998.

¹⁰ NOGUEIRA, Cláudio. *Futebol Brasil Memória: de Oscar Cox a Leônidas da Silva (1897-1937)*. Rio de Janeiro: SENAC, 2006, p. 168.

¹¹ O autor que consagrou essa versão do resultado do concurso foi COUTINHO, Edilberto. *Nação rubro-negra*. São Paulo: Fundação Nestlé da Cultura, 1990.

O Clube de Regatas do Flamengo desde a primeira grande consulta popular, em 1927, ostenta a condição de clube com maior número de torcedores do Brasil. Parece indiscutível que a primeira apuração apresentou fraudes significativas em sua metodologia. Mas as consultas subseqüentes, já em outros contextos sociais, confirmaram a tendência manifesta em 1927. Vale reiterar que se em 1927 a pretensa popularidade do Clube de Regatas do Flamengo foi conseguida através da manipulação dos votos, as pesquisas realizadas a partir dos anos 1930, que com o passar das décadas ganharam maior rigor operacional, mostraram que o clube incorporou os significados da popularidade como parte da sua identidade social.

Com o avanço dos valores dos contratos publicitários nos últimos anos, a questão em torno da popularidade dos clubes ganhou novos contornos. Ter mais adeptos passou a garantir maiores fatias nos contratos de transmissão dos jogos com as redes de televisão, além de permitir maior capacidade de negociação nos acordos publicitários com empresas que estampam marcas nos uniformes dos times. Se nos primórdios do futebol profissional a torcida era a garantia de maiores receitas nas vendas de ingresso, com a ampliação das formas de arrecadação, ser popular passou a significar também ser bem-sucedido nos negócios publicitários.

Não casualmente, clubes que surgiram atrelados a valores avessos aos grupos sociais populares, hoje reivindicam o posto de representantes do povo. O Cruzeiro Esporte Clube de Belo Horizonte, clube de origem italiana que durante muito tempo fez questão de preservar suas raízes européias, atualmente divide com o Clube Atlético Mineiro a condição de clube mais popular de Minas Gerais. Caso semelhante, como o Grêmio de Football Porto-Alegrense, de origem germânica, pode ser encontrado no Rio Grande do Sul.¹² O São Paulo Football Club, motivado pela recente fase de êxitos em campo, chegou a pretender-se como futura agremiação mais popular do estado em campanha de marketing realizada pela direção do clube¹³, ignorando o vínculo histórico do Sport Club Corinthians Paulista com os trabalhadores paulistanos.

Ou seja, nas últimas décadas estamos assistindo a um complexo projeto de reordenação dos símbolos dos clubes visando à construção de uma identidade popular.

¹² “No passado, torcer para Cruzeiro e Grêmio era sinônimo de elite, em comparação com atleticanos e colorados. Isso mudou. Cruzeirenses e gremistas já não podem mais ser apontados como times de elite. Superam seus maiores rivais nas camadas mais carentes. Inter e Atlético possuem apenas 1% da preferência entre aqueles que ganham até dois salários mínimos em âmbito nacional.” COELHO, Paulo Vinicius. *Rico também é corintiano. O Lance!* 07 de outubro de 1998.

¹³ O projeto Batismo Tricolor existe desde 2005, e tem como um dos objetivos converter torcedores de outras equipes em são-paulinos.

Não há clube de futebol nos dias atuais, ao menos entre os grandes clubes que precisam de grandes receitas, que permaneça com atitudes hostis perante grupos e valores populares. Nenhum grande clube busca preservar sua identidade colonial, sua pureza racial, seu status aristocrático, enfim, sua condição de representante de valores de uma elite. Ao contrário, todos reivindicam o título de *mais querido*, de clube de todas as *raças*, de clube *da nação*. Símbolos que se hoje estão difundidos, no momento de consolidação do profissionalismo na década de 1930, poucos clubes estavam interessados em assumi-los.

Esta busca pela legitimidade popular encontra seu ponto máximo de tensão exatamente nos momentos de divulgação das pesquisas de torcidas. O resultado dessas consultas pode definir alguns milhões a mais em um contrato de transmissão e, por isso, hoje ganhou uma conotação mercantil. Entretanto, nas últimas décadas as primeiras posições não apresentaram transformações. Flamengo e Corinthians permanecem, respectivamente, em primeiro e segundo na preferência dos torcedores, e mesmo com todas as campanhas marketing dos outros clubes, seguem sendo os representantes da popularidade e da brasilidade no imaginário social do país.

Este dado serve como um dos pilares de sustentação de um dos pressupostos deste trabalho: a popularidade dos clubes de futebol deve ser analisada a partir dos projetos de construção de identidade dos clubes no momento da consolidação do profissionalismo desportivo, nos anos 1930.¹⁴ Clubes que assumiram a condição de representantes dos símbolos populares no momento de constituição das grandes torcidas de futebol permanecem sendo os mais queridos. Resultados esportivos recentes não são capazes de alterar essa tendência. Portanto, não servem como variáveis explicativas para a compreensão do fenômeno de popularidade dos clubes de futebol.

Isso não significa afirmar que não houve ao longo do século XX rearticulações identitárias conflituosas dos clubes de futebol com as suas torcidas e com os veículos de comunicação. Mas indica que a matriz identitária constituída nos primeiros anos de profissionalização dos clubes, momento crítico de formatação dessas instituições¹⁵, imprimiu marcas que acabaram servindo como referência para as interações entre atores

¹⁴ Sobre a profissionalização do futebol no Brasil, ver: COSTA, Maurício da Silva Drumond. *Os gramados do Catete: Futebol e Política na Era Vargas (1930-1945)*. IN.: SILVA, Francisco Carlos Teixeira da. & SANTOS, Ricardo Pintos dos. (orgs.) *A memória social dos esportes. Futebol e política: a construção de uma identidade nacional*. Rio de Janeiro: Mauad Editora, 2006.

¹⁵ Momento crítico entendido nos termos do neo-institucionalismo histórico, como sendo o período de definição dos símbolos e regras que regem a interação entre indivíduos e instituições. Sobre o assunto, ver: CAPOCCIA, Giovanni & KELEMEN, R. D. *The study of critical junctures: Theory, narrative and counterfactuals in history institutionalism*. World Politics: v. 9, n. 3, 2007.

sociais e clubes nas décadas seguintes. É certo que choques exógenos em momentos críticos podem gerar reestruturações dos sistemas simbólicos das instituições¹⁶, mas ao longo do século XX o que se verificou foi a estabilidade do padrão simbólico dos clubes gestado nos anos 1930. Mesmo com o advento de novas tecnologias da comunicação, como a televisão, e com a crescente capitalização dos clubes, o processo de interação entre clube e torcida acabou por consolidar o modelo de distribuição das torcidas de futebol no Brasil ocorrido no início da era profissional. A continuidade dos resultados das pesquisas de popularidade confirma essa tendência.

Em outubro de 1998, o periódico esportivo *O Lance!* divulgou uma pesquisa encomendada ao Instituto de Opinião Pública e Estatística – IBOPE – que pretendia ser o raio-x mais completo sobre as maiores torcidas dos clubes de futebol do Brasil. A pesquisa consultou três mil homens e mulheres acima dos dezesseis anos de idade em todo o país e considerou dados como gênero, geração, escolaridade, renda, interesse pelo esporte e distribuição regional das torcidas. Em todos os quesitos houve a vitória do Clube de Regatas do Flamengo. E em quase todos se verificou as mesmas tendências.

Na distinção por gênero, 17% dos homens brasileiros e 14% das mulheres declararam sua torcida pela agremiação rubro-negra do Rio de Janeiro, contra 11% e 10% de homens e mulheres corintianas. A observação dos dados geracionais nos indica o mesmo panorama. Os períodos de nascimento foram divididos em quatro fases: entre 1974 e 1982, entre 1964 e 1973, entre 1949 e 1963 e, por fim, antes de 1949. Nas três gerações mais recentes houve a maioria percentual do Flamengo, ficando o Corinthians Paulista em segundo lugar.¹⁷

Em relação à renda e escolaridade, a popularidade do Flamengo ganha ainda mais consistência. Nos dados referentes ao grau de instrução, o rubro-negro lidera entre aqueles que possuem apenas o primário completo, o ginásio completo e incompleto e o colegial completo e incompleto.¹⁸ Apenas entre aqueles que possuem educação de nível superior, o Flamengo cai do primeiro posto para a terceira colocação, apresentando um percentual de 10% da preferência. Mesmo assim, o primeiro colocado apresenta um percentual próximo, com 14% da preferência. A renda confirma os indicadores de

¹⁶ PIERSON, Paul. *Politics in time: history, institution and social analysis*. United Kingdom: Princetown University Press, 2004.

¹⁷ *Jornal O Lance! Rio de Janeiro* 7 de outubro de 1998.

¹⁸ A pesquisa foi feita utilizando os termos anteriores às reformas educacionais que alteraram as nomenclaturas das fases de aprendizagem para Ensino Básico, Fundamental e Médio.

escolaridade, pois entre aqueles que recebem até dois salários mínimos, o Flamengo possui 15% da preferência nacional, mais que o dobro do segundo colocado, o Corinthians, com 7%, e o triplo do terceiro colocado, o Palmeiras, com 5%. Acima de cinco salários, a situação se modifica, e Flamengo em Corinthians apresentam um empate técnico, com 15% para o clube paulista e 14% para o clube carioca.¹⁹

Ou seja, esta exposição breve dos números da pesquisa nos permite verificar que entre as variáveis renda, escolaridade, geração e gênero, os resultados são os mesmos. Seja homem ou mulher, rico ou pobre, letrado ou iletrado, jovem ou velho, o Clube de Regatas do Flamengo está consolidado como clube com maior aceitação entre os torcedores do país. Indicadores como renda até dois salários mínimos acentuam a popularidade do clube, mas há um outro dado, central para a formulação das hipóteses desta pesquisa, que merece mais destaque por conta do debate que permite abrir e também por mostrar resultados que saltam aos olhos: a distribuição regional das torcidas.

As torcidas nacionais no país do futebol

Poucos fenômenos culturais no Brasil possuem tamanha abrangência territorial como o futebol. Em um país de proporções gigantescas, o processo de integração nacional ocorreu não sem enfrentar tensões regionais. Nesse contexto de múltiplas identidades locais, o futebol aparece como um dos elementos culturais nacionais mais consistentes.

A dificuldade de integração nacional é tema recorrente na historiografia brasileira. Autores como Oliveira Vianna e Sergio Buarque de Holanda²⁰ analisaram o processo de montagem do aparato de dominação colonial e destacaram o caráter disperso das forças políticas do Brasil como marca da nossa formação social. Ou seja, a tendência ao mandonismo local das forças privadas se caracteriza como elemento cultural central da sociedade brasileira. Enquanto para Oliveira Vianna a consolidação do Estado Nacional moderno passava pela superação dos interesses locais, para Sergio Buarque a montagem do corpo burocrático no Brasil ocorreu através da articulação dos interesses privados e públicos no âmbito do Estado. Sendo assim, cada autor, a sua

¹⁹ *Jornal O Lance!* Rio de Janeiro, 7 de outubro de 1998.

²⁰ Especialmente a partir da década de 1930, o pensamento social brasileiro dedicou bastante atenção para as imbricadas relações entre o público e o privado no Brasil. Sobre o assunto, ver VIANNA, Oliveira. *Populações meridionais no Brasil*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1952. & HOLANDA, Sergio. Buarque de. *Raízes do Brasil*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1991.

maneira, nos aponta para o mesmo problema: os conflitos entre os *interesses privados locais* e os *interesses públicos nacionais* no processo de institucionalização do monopólio do poder. Partindo dessa premissa, concluo o seguinte: se no campo institucional esses conflitos podem ser ilustrados pelo movimento pendular do Estado Nacional brasileiro, ora centralizado, ora descentralizado, no universo simbólico das identidades brasileiras podemos localizar essas tensões no binômio regional / nacional.

Diante desse quadro cultural e institucional, vale ressaltar que findo o século XX, o futebol conseguiu realizar aquilo que parecia distante ainda na Primeira República: unificar os símbolos nacionais e padronizar os rituais de exaltação cívica em associação com o Estado Nacional.²¹ O cientista político Wanderley Guilherme dos Santos destaca inclusive que a tarefa de conter a dispersão autonomista das instituições políticas brasileiras foi iniciada ainda no Império. Porém, a ausência da competição econômica de grupos sociais capitalistas retardou a configuração do Estado Moderno no Brasil. Pois, apenas quando se estabelecem regras entre grupos sociais competitivos e o Estado Nacional é que de fato se consolida o papel mediador dos agentes estatais na vida social. E Wanderley dos Santos é enfático quando afirma ter sido “façanha da era Vargas” essa realização.²²

Portanto, a década de 1930 marcou a ascensão de um Estado que se inventava nacional. No plano institucional e material, diversas medidas centralizadoras orientaram as ações estatais.²³ No campo simbólico, o futebol assumiu papel de destaque no processo de composição do imaginário nacionalista. A bem-sucedida associação entre Nação e Seleção Brasileira, consolidada entre as décadas de 1930 e 1950, nos transformou no “país do futebol”. Hino nacional antes dos jogos, cidades paradas para ver partidas de futebol, feriados nacionais após grandes vitórias. De Belém a Porto Alegre a seleção nacional de futebol consegue mobilizar manifestações espontâneas de adesão que se assemelham. Em poucos momentos além dos noventa minutos de jogo, catarinenses e maranhenses se aproximam tanto.

Mas a seleção nacional de futebol se reúne poucas vezes ao longo de um ano. E o futebol não deixa de ser assistido durante esses longos períodos de ausência da equipe

²¹ Sobre o assunto, ver CARVALHO, José Murilo de. *A formação das almas: o imaginário da República no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

²² SANTOS, Wanderley Guilherme dos. *O ex-leviatã brasileiro: do voto disperso ao clientelismo concentrado*. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2006, p. 15.

²³ PANDOLFI, Dulce. *Os anos 1930: as incertezas do regime*. IN.: FERREIRA, Jorge & DELGADO, Lucilia Neves. (orgs.) *O Brasil republicano: o tempo do nacional-estatismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.

brasileira. Por isso os clubes de futebol acabam sendo mais vivenciados pelos torcedores do que a própria seleção.

É muito comum ler na imprensa esportiva brasileira que o nosso país possui mais clubes grandes do que qualquer outro lugar no mundo. Essa opinião, que hoje ostenta o título de irrefutável, geralmente aparece para conferir aos campeonatos do Brasil maior tendência ao equilíbrio. De fato, o Brasil tem hoje pelo menos dez clubes em condições técnicas e estruturais muito semelhantes. Na Espanha, caso mais claro da falta de equilíbrio desportivo, apenas dois clubes se revezam nas conquistas de títulos, o Barcelona e o Real Madrid. Mas, ao considerarmos o tamanho do Brasil e o número de praticantes e agremiações esportivas existentes, percebemos que o grau de desequilíbrio técnico e financeiro é muito maior no Brasil do que na Europa. De 39 campeonatos brasileiros disputados, 29 foram vencidos por clubes de Rio de Janeiro e São Paulo, sendo que por apenas oito clubes desses dois estados. Se nos dois estados mais importantes do país, que possuem um grande número de municípios estruturados com diversos clubes de futebol, apenas oito agremiações conseguem se destacar ao ponto de controlar o cenário desportivo de uma Nação composta por 27 estados, não podemos desprezar o caráter desigual desse cenário.

Esta digressão foi feita com um objetivo: ressaltar o caráter nacional dos clubes de futebol no Brasil. Assim como a seleção conseguiu padronizar ritos de norte a sul, os clubes de futebol brasileiros fincaram suas bases identitárias para além dos seus limites regionais. Em outras palavras, os clubes regionais no Brasil foram superados tecnicamente, financeiramente e simbolicamente. As torcidas regionais no Brasil são minorias.

Na Inglaterra, a disparidade financeira entre os clubes atualmente é enorme. Abastecidos pelos capitais dos magnatas russos e árabes, os dois times de Manchester, e os londrinos Chelsea e Arsenal dominam a Premier League. Mas isso não significa que as torcidas do Millwall ou do Nottingham Forest deixaram de existir. Times com mais de cem anos de duração que nunca venceram o campeonato inglês, como o West Ham, continuam contando com a força da sua torcida local. Na Argentina, processo semelhante ocorre entre clubes pequenos, mas com torcidas fortes, como o Nueva Chicago ou o Belgrano. No Brasil, por sua vez, os principais clubes de futebol conseguem arregimentar torcedores em localidades bem distantes das suas sedes, em locais que nem mesmo costumam jogar. Se na Inglaterra ou na Argentina ainda verificamos as torcidas de bairro, no Brasil os torcedores do bairro se reúnem para

apoiar clubes que estão jogando a milhares de quilômetros de distância. No Brasil, a torcida tem um caráter nacional. E o maior representante desse fenômeno de nacionalização da torcida é o Clube de Regatas do Flamengo.

Nas regiões norte e centro-oeste, o Flamengo detém 24% da preferência dos torcedores. O Corinthians, segundo colocado, apenas 8%. Nas duas regiões mais extensas do Brasil, os oito clubes do Rio de Janeiro e São Paulo possuem juntos 57% da torcida.²⁴ Em pesquisa divulgada recentemente, os resultados mostraram que em Cuiabá 20,8% dos torcedores se declaram Flamengo, enquanto o primeiro clube mato-grossense da lista de popularidade, o Mixto Esporte Clube, aparece apenas em sexto lugar, com 4,5% da torcida local.²⁵ Ou seja, nas regiões norte e centro-oeste, o Flamengo tem mais que o quádruplo de torcedores do que o time local mais popular.

Na região Nordeste o panorama é mesmo. Nesta região o Flamengo alcança a marca de 19% da preferência local, enquanto o segundo colocado, o Corinthians novamente, possui 5% da torcida nordestina. A diferença para o primeiro clube nordestino, o Sport Club do Recife, é de 15 pontos percentuais. A diferença para o Esporte Clube Bahia, clube baiano mais popular, é de 16%.

Vale chamar atenção para um fenômeno interessante. O único estado nordestino em que o Flamengo não lidera como clube mais popular é Pernambuco. Em pesquisa realizada no início de 2011, Recife foi considerada a única capital nordestina blindada em relação aos clubes nacionais. Flamengo e Corinthians possuem apenas 1% da preferência na capital, e só conseguem ter algum destaque no interior do estado. Para se ter uma idéia da complexidade cultural da região, no sertão pernambucano, ao contrário de Recife, um quarto dos entrevistados declarou seu vínculo afetivo ao Flamengo, e 50% das pessoas consultadas na região do São Francisco disseram preferir o rubro-negro carioca. Mesmo assim, a capital garante a condição majoritária dos clubes pernambucanos no ranking de torcidas.²⁶

Não casualmente, nos últimos anos, os jogos do Flamengo contra os times locais de Recife têm servido para manifestações de cunho regionalista, que muitas vezes

²⁴ Jornal *O Lance!* Rio de Janeiro, 07 de outubro de 1998.

²⁵ Fonte: “Projeto Nossa Casa”, 06 de novembro de 2011:

<http://www.vetoresquisas.com.br/arquivos?func=startdown&id=14>.

¹⁷ Fonte: Instituto Plural Pesquisas, 21 de setembro de 2011:

http://jc3.uol.com.br/blogs/blogdotorcedor/canais/noticias/2011/04/19/pesquisa_aponta_empate_tecnico_entre_torcidas_de_nautico_flamengo_e_corinthians_no_estado_98451.php

terminam em casos de agressão. Ostentando a alcunha de “torcedores da terra”, os torcedores locais iniciaram uma campanha de colocação de cartazes apontados para a área destinada aos torcedores do Flamengo com os dizeres: “vergonha do Nordeste”. A frase “nordestino de coração torce para o clube da sua região”, também já pode ser vista em jogos na Bahia e no Rio Grande do Norte. A torcida do América de Natal, em jogo contra o Flamengo em 2007, pendurou uma faixa que dizia: “potiguaríocas, vocês envergonham o RN.”²⁷ Em Goiás, a faixa da torcida esmeraldina declara: “goiano de verdade torce para o time do nosso estado, nossa cultura.”²⁸ Em Salvador, a torcida do Vitória ironiza os baianos que torcem para o Flamengo chamando-os de “filhos da mídia nacional”.

A região sul apresenta algumas semelhanças em relação ao nordeste. Preponderância do Flamengo em relação aos clubes paranaenses e catarinenses, mas uma larga superioridade dos clubes gaúchos no Rio Grande do Sul.²⁹ Mais uma vez, é possível verificar que onde há movimentos regionalistas fortes, o Clube de Regatas do Flamengo apresenta um baixo índice de adesão. E nos estados em que o Flamengo permanece tendo a maioria dos adeptos, a tensão entre as torcidas locais e os “forasteiros”, como são chamados aqueles que torcem por times de fora da sua região, vem aumentando consideravelmente.

A leitura dos dados referentes à distribuição regional das torcidas permite a elaboração de duas questões. A primeira é que no Brasil a popularidade de uma agremiação futebolística é medida pela sua abrangência nacional. O fato de ser o time do povo em um estado não garante o status de popular. Ou, em outras palavras, os times populares ostentam esse título porque conseguiram se nacionalizar. No Brasil, ser popular é ser nacional. Os times mais populares do Brasil são reconhecidos não pelo fato de terem os torcedores mais pobres ou menos escolarizados;³⁰ mas porque detém a maior distribuição territorial da sua torcida.

O caso do Sport Clube do Recife, por exemplo. O clube possui um grande apelo entre os trabalhadores de Recife, mas sua rivalidade é enorme em relação ao Flamengo e ao Corinthians por conta do caráter nacional dos dois. As torcidas de Sport e Flamengo acirram suas rivalidades exatamente em torno das noções de regional e

²⁷ Fonte: Blog *Música do Gol*, 25 de agosto de 2011. As fotos das faixas estão disponíveis neste endereço.

²⁸ *Idem*

²⁹ Jornal *O Lance!*, Rio de Janeiro, 07 de outubro de 1998.

³⁰ O dado que reforça esta idéia é que os principais clubes atualmente possuem adeptos em todos os estratos sociais.

nacional, deixando de lado os elementos simbólicos que as aproximam, como a condição social dos seus adeptos.³¹ O regional neste caso é um símbolo identitário mais coeso do que a posição social na estrutura produtiva.

Porém, vale ressaltar que o regionalismo dos clubes como o Sport de Recife visa, em última análise, garantir o seu próprio processo de popularização. O regionalismo é uma estratégia de disputa simbólica que ocorre, como qualquer outro conflito de identidades, através da depreciação do outro, que neste caso está atrelado à idéia de Nação. Mas, no fim das contas, todos querem ser o mais nacional, pois querem ser o mais popular. Nesses termos, a estratégia regionalista expõe nada mais do que outros projetos de Nações possíveis. Pois, o conceito de Nação não está sendo posto em xeque pela retórica regional.³² O que está sendo questionado são as diretrizes dessa nacionalidade, que se fundamenta em símbolos que não foram gestados pelas idiossincrasias sul-riograndenses ou pernambucanas.

Sendo assim, se no Brasil a popularidade de um clube de futebol está associada à abrangência nacional da torcida, uma segunda questão logo vem à tona. Estas disputas regionalistas não refletem um caráter desintegrado da Nação. Ao contrário, exprimem os valores daqueles que estão alijados do universo simbólico do projeto de Nação articulado nos anos 1930 e que forjou as bases da relação entre clubes e torcida no Brasil.

Localizar e denominar esse projeto exige uma contextualização cautelosa. É certo que após a Revolução de 1930, mais de um projeto de país estava em jogo. Oligarquias dissidentes, tenentismo, integralismo e outros atores políticos debatiam e articulavam com o Governo Provisório no que dizia respeito aos moldes institucionais do Estado brasileiro. Sem desconsiderar o caráter conflituoso do processo de centralização das decisões políticas no Executivo Nacional³³, é consenso que nos anos 1930 a idéia de Nação que exaltava a integração e a centralização em detrimento do federalismo e da autônima local logrou êxito institucional e simbólico³⁴. A Nação popular inventada nos anos 1930, concebida do centro para as regiões, serviu como principal terreno no campo de possibilidades dos atores sociais envolvidos na

³¹ Vale lembrar que a polêmica pelo título brasileiro de 1987 fortalece ainda mais essa rivalidade.

³² ANDERSON, Benedict. *Comunidades Imaginadas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

³³ PANDOLFI, Dulce. *Os anos 1930: as incertezas do regime*. IN.: DELGADO, Lucília Neves & FERREIRA, Jorge. *O Brasil Republicano: o tempo do nacional-estatismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.

³⁴ ARRETCHE, Marta. *Mito de descentralização: maior democratização e eficiência das políticas públicas?* In.: http://www.fflch.usp.br/dcp/assets/docs/Marta/RBCS_96.pdf, ultimo acesso em 20 de janeiro de 2013.

profissionalização dos clubes de futebol. Em outras palavras, os clubes profissionais e suas *torcidas comuns*³⁵ surgiram em meio ao debate que exigia o estabelecimento de vínculos identitários com a nação ou com a região.

Os clubes que escolheram vincular sua base identitária ao imaginário nacionalista que se difundia conquistaram o respaldo institucional do Estado e ainda contaram com a associação a propaganda oficial, bem-sucedida na medida em que se articulava às melhorias materiais promovidas pela crescente distribuição de benefícios sociais ao trabalhador urbano. Mostrar como e quando o Clube de Regatas se aproximou e se beneficiou do projeto nacionalista e popular é o principal objetivo deste trabalho.

A reinvenção do clube nas páginas dos jornais: o velho Flamengo da fina flor carioca versus o novo Flamengo do povo brasileiro

Não é exagero afirmar que o Clube de Regatas do Flamengo foi fundado em 1895 e reinventado nos anos 1930. O clube de regatas, que nasceu grupo de regatas na última década do século XIX, pouco parecia com o clube que se tornou nos dias atuais: o representante da brasilidade popular. Mesmo o departamento de terra, criado em 1911 por jogadores de futebol oriundos do Fluminense Football Club, surgiu preso aos valores do “refinamento civilizado” europeu. Por isso a ênfase deste trabalho está na década de 1930, pois apenas neste momento o Flamengo passou pelo processo de reinvenção dos símbolos que permitiram a superação dos valores racistas e elitistas que norteavam as ações do clube nos seus primeiros anos.

Em paralelo às transformações simbólicas que aproximavam o clube dos símbolos populares ocorreu a profissionalização do departamento de futebol do Flamengo. Por isso a era amadora, anterior à década de 1930, pode ser associada ao período elitista do clube.

Entretanto, a memória exaltada pelo clube e por escritores que se dedicaram a narrar a trajetória da instituição normalmente não faz a distinção dessas duas fases. Ao contrário, as narrativas sobre o Flamengo têm por hábito reproduzir a idéia de que a popularidade do clube foi gestada nos tempos do remo, e que de maneira progressiva ganhou força com o crescimento do futebol. Em outras palavras, essa perspectiva atribui ao clube a marca da popularidade desde a sua fundação.

³⁵ Neste caso, que se opõe ao sócio, torcedor símbolo dos tempos do amadorismo.

Talvez o escritor que tenha conseguido contribuir mais para a difusão de alguns mitos sobre a origem popular do clube seja Ruy Castro. No início dos anos 2000, a Editora DBA lançou uma coleção chamada “Camisa 13”. Com intuito de fortalecer o mercado de publicações dedicadas ao futebol, a editora selecionou autores conceituados para escrever de maneira acessível a história dos principais clubes de futebol do Brasil. Um dos primeiros livros lançados foi *O Vermelho e o Negro: a pequena grande história do Flamengo*.³⁶

Ruy Castro narra de maneira fascinante o desenrolar da trajetória do clube rumo ao topo da adesão popular. Mas o próprio autor deixa claro que a obra não pretendia fazer um mergulho analítico profundo. Numa das passagens mais emblemáticas, ele afirma que

“um dia, quando se mergulhar de verdade nos fatores que, historicamente, ajudaram a consolidar a integração nacional, o Flamengo terá de ser incluído. Durante todo o século XX, ele uniu gerações, raças e sotaques em torno de sua bandeira. Ao inspirar um rubro-negro do Guaporé a reagir como um rubro-negro do Leblon (com os mesmos gestos e expletivos, e no mesmo instante), o Flamengo ajudou a fazer do Brasil uma Nação.”³⁷

Portanto, seria um despropósito acusar o autor de falta de rigor metodológico ou algo parecido, quando o próprio admite faltar ainda um trabalho consistente sobre o tema. Preciso como costuma ser nos seus textos, Castro fez o que lhe cabia nesta publicação: reproduzir a história que o clube inventou para si.

Na perspectiva tradicional apresentada por Castro, o Flamengo nasceu popular, desde as regatas. As difíceis condições dos remadores, o caráter gozador dos seus primeiros sócios, a falta de um campo de futebol para treinar quando o futebol foi implantado e a rivalidade com o Clube de Regatas Vasco da Gama estão na raiz da popularidade do clube. Em suma, o clube que hoje movimenta milhões de torcedores no país construiu as bases da sua popularidade na zona sul carioca durante a Belle Époque. Para o autor, “o remo era popular e, ao mesmo tempo, chique.”³⁸ E as rivalidades e disputas simbólicas ocorridas nesse esporte foram transmitidas para o futebol quando este se disseminou. A passagem do público do remo para o futebol ocorreu de maneira

³⁶ CASTRO, Ruy. *O vermelho e o negro: pequena grande história do Flamengo*. São Paulo: DBA, 2001.

³⁷ *Ibidem*, p. 17

³⁸ *Ibidem*, p. 39

linear, sem representar uma grande alteração social no perfil daqueles que assistiam as regatas e aqueles que assistiriam futebol algumas décadas depois.

No mesmo parágrafo que Castro caracteriza o remo como “popular”, ele descreve as regatas como grandes festas e banquetes promovidos por ricos que abriam as suas portas. “As provas eram prestigiadas por políticos, industriais, banqueiros, escritores e até pelo presidente da República.”³⁹ Ou seja, o público era composto majoritariamente pela elite carioca. Nesses termos, parece que o autor utiliza a palavra “popular” como é regularmente usada na linguagem cotidiana, no sentido de “querido”. É verdade que Castro não se propõe a discutir o significado de “popular”. Mas essa ressalva é necessária, pois é no mínimo discutível a associação entre o público das regatas na Primeira República com as torcidas de futebol que se consolidaram nos anos 1930.

Visando afirmar a associação entre a paixão pelo remo e as apaixonadas torcidas de futebol, Castro cita João do Rio para ressaltar a proeminência do Flamengo nos tempos das regatas. Segundo o cronista, a cidade do Rio de Janeiro tem uma dívida com o Flamengo, pois “dali partiu a formação das novas gerações, a glorificação do exercício físico, para a saúde do corpo e a saúde da alma... Foi o núcleo de onde irradiou a paixão avassaladora pelo esporte.”⁴⁰

Ou seja, segundo os autores mencionados, do remo surgiu o sentimento responsável por arrebataram milhões de pessoas que se envolveram com o futebol pelo país afora. Nas festas endinheiradas das regatas foram gestados os símbolos que comporiam o imaginário esportivo brasileiro no século XX. Exemplo mais emblemático – e discutível – escrito por Castro: o nacionalismo.

Segundo Castro, nas disputas entre Flamengo e Vasco nas regatas, surgiu a rivalidade que relacionaria o Flamengo à brasilidade e o Vasco ao lusitanismo, despertando nos torcedores o sentimento nacionalista que daria ao Flamengo à condição de preferido dos brasileiros. O autor afirma que “os vascaínos podem ranger os dentes com esta idéia, mas, ao ter acendido os brios nacionalistas do carioca, o Vasco foi um dos responsáveis pela súbita e avassaladora popularidade do Flamengo.”⁴¹

³⁹ *Idem*

⁴⁰ RIO, João do. *Apud* CASTRO, Ruy, *ibidem* p. 40

⁴¹ *Ibidem*, p. 34.

De fato, os vascaínos devem questionar essa idéia . Isso porque, além do clube cruzmaltino não estar associado ao lusitanismo nos tempos das regatas⁴², também não é possível pensar na brasilidade popular do Flamengo na época, na medida em o clube fazia questão de representar os valores de uma “civilização superior” européia. O exercício físico, exaltado por João do Rio como núcleo irradiador da paixão pelo esporte tinha como escopo preparar o corpo e a mente para os regamentos de uma sociedade ilustrada. Aliás, o caráter pedagógico do esporte, a racionalidade do preparo do corpo e os cuidados com a higiene eram práticas de uma elite que visava se diferenciar daquilo que era entendido como Brasil. É sabido que Brasil e mestiçagem eram sinônimos de atraso para a intelectualidade do final do século XIX.

O historiador Leonardo Pereira no livro *Footballmania* nos mostra como também o futebol nasceu condicionado por essa visão evolucionista que relacionava esporte com civilização.

“Se os primeiros sócios do Fluminense já tinham definido para ele a marca do refinamento, os entusiastas do jogo iam, com o tempo, sofisticando sua imagem: criando uma terminologia própria, definindo códigos de conduta compartilhados e concretizando através dos seus uniformes importados a aparência refinada que pretendiam assumir, reforçavam a imagem restritiva e excludente do jogo – que garantiria aos seus poucos praticantes o papel de vanguarda da civilização.”⁴³

Não era possível pensar em clubes populares baseados em sentimentos nacionalistas num momento em que as práticas esportivas estavam circunscritas a grupos sociais vinculados a um imaginário elitista e evolucionista. Esse Flamengo apresentado por Castro é um mito que negligencia um aspecto fundamental da história do desporto no Brasil: a popularização dos esportes e das torcidas não ocorreu dentro dos clubes. Ao contrário, os quadros sociais e atléticos dos clubes da cidade permanecem sendo espaços bastante restritos até os dias atuais. Apenas o futebol, esporte que se profissionalizou em meio à ferrenha disputa entre dirigentes esportivos amadoristas e profissionalistas, se espalhou pelas camadas populares. E esse processo, único entre os esportes brasileiros na forma como foi conduzido, não ocorreu nos tempos das regatas ensolaradas da *Belle Époque*. Em outras palavras, o futebol a partir do profissionalismo representou uma severa ruptura com tudo que o remo representava.

⁴² A associação entre o lusitanismo vascaíno e a brasilidade rubro-negra foi construída apenas na década de 1930, com o processo de profissionalização em curso. No terceiro capítulo essa questão será apresentada.

⁴³ PEREIRA, Leonardo Affonso de Miranda. *Footballmania: uma história social do futebol no Rio de Janeiro 1902 – 1938*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000. p. 40.

E por essa razão, remo e futebol, apesar de praticados nos mesmo clubes, não compartilham torcidas, nem mídia, e muito menos uma história que apresente similaridades em suas trajetórias.

Todavia, vale repetir que este Flamengo mitológico não foi inventado por Castro, e sim reproduzido. A invenção da memória popular do Flamengo ocorreu no mesmo momento em que o clube se associou aos símbolos populares. Reinventar o passado era parte fundamental no processo de transformação da instituição, e a imprensa esportiva contribuiu para a difusão de um “passado novo”. Mas antes do Flamengo popular, representante das camadas menos favorecidas da nação, um outro clube existia. Um clube de ídolos hoje desconhecidos, de feitos esquecidos. Um clube com idiossincrasias que foram renegadas após a década de 1930. Um clube que foi apagado pela memória que se forjou em seu projeto de popularização. Um clube elitista, representante da fidalguia carioca.

É interessante notar como a imprensa veiculava as imagens referentes ao clube antes da sua profissionalização e popularização. O Flamengo clube do povo, da paixão ensandecida, o mais querido do Brasil, era, até meados dos anos 1930, o clube da “fina flor” carioca, o clube da força de vontade. Não apenas no remo, mas também no futebol, o clube era respeitado pela elegância e pela disciplina dos seus atletas associados. No primeiro aniversário do clube após a criação do departamento de terra, que deu origem ao time de futebol, o *Jornal do Commercio* assim anunciou os festejos:

“Festeja hoje o 17° aniversario de sua fundação o veterano e fidalgo Club de Regatas do Flamengo. Fundado a 15 de novembro de 1895 por uma plêiade de entusiastas *sportsmen*, entre os quaes Augusto Lopes, Mario Spinola, Jose Felix de Menezes, Napoleão Coelho de Oliveira, José Agostinho Pereira da Cunhae Mauricio Pereira, o Flamengo tem prestado os mais relevantes serviços ao desenvolvimento e progresso do sport náutico entre nos. Constituído pela **fina flor** (*grifo meu*) dos nossos *sportsmen*, com um passado cheio de glorias, com uma historia que se confunde com a própria historia do rowing fluminense, o sympathico centro de regatas da praia do Flamengo é justamente considerado como um dos mais fortes sustentáculos da nossa canoagem.”⁴⁴

O refinamento dos associados era a marca do clube. Gustavo de Carvalho, primeiro artilheiro da história do Flamengo, foi titular do time apenas entre maio e julho

⁴⁴ *Jornal do Commercio*, Rio de Janeiro, 15 de novembro de 1912.

de 1912. Motivo: ele se mudou para a Inglaterra para cursar engenharia⁴⁵. Seguindo caminho inverso, Moderato, ídolo do clube nos anos 1920, veio de Porto Alegre para o Rio de Janeiro para cursar a Escola Politécnica e por conta disso ingressou no clube. Em 1932, às vésperas do profissionalismo, o *Jornal dos Sports* ainda exaltava o Flamengo da fina flor. Na aquisição do defensor Almir, o periódico destacou que “Almir, que é estudante de medicina e tem apenas 19 anos de idade, vae formar a seguinte linha de forwards, constituída exclusivamente de futuros médicos: Adelino, Almir, Eloy, Vicentino e Cássio.”⁴⁶

Enquanto os jogadores permaneceram amadores e associados ao clube, a carreira era motivo de orgulho. Ser médico, advogado, engenheiro, conferia status superior ao fato de ser bom de bola. Não à toa os jogadores não abriam mão das suas formações.

Não apenas os jogadores eram exaltados por conta dos hábitos refinados. Também o público dos jogos merecia destaque pela elegância. Num *match* disputado entre Flamengo e América, o jornal *A Gazeta de Notícias* fez questão de mencionar que “na assistência, **que era seleta** (*grifo meu*), notavam-se muitas senhoras e senhoritas”⁴⁷. Sobre o mesmo jogo, o *Correio da Manhã* comentou que “o *field* da Guanabara encheu-se de uma sociedade fina e elegante, ciosa de observar o mais importante *matches* até agora realizados nesta capital.”⁴⁸

Mesmo com a crescente rivalidade dos clubes, o comportamento visto como adequado nos tempos do amadorismo era o do assistente de um espetáculo. Vale ressaltar, como mostra o historiador Leonardo Pereira, que nem sempre esse comportamento adequado era seguido pelos espectadores. Há relatos de brigas e invasões de campo já nos primeiros anos do campeonato da Liga Metropolitana.⁴⁹ Mas os casos de transgressão da ordem acabavam por reforçar o discurso de exaltação daquilo que era entendido como o *ethos* do verdadeiro *sportsmen*: a civilidade. Em 1916, após uma briga no bairro da Saúde, o *Correio da Manhã* noticiou que a desordem

⁴⁵ ASSAF, Roberto & GARCIA, Roger. *Os grandes jogos do Flamengo: da fundação ao hexa*. Barueri: Panini Books, 2010, p.25.

⁴⁶ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 04 de fevereiro de 1932.

⁴⁷ *A Gazeta de Notícias*, Rio de Janeiro, 22 de maio de 1912.

⁴⁸ *Correio da Manhã*, Rio de Janeiro, 23 de maio de 1912 *apud* ABINADER, Marcelo. *Uma viagem a 1912: surge o futebol do Flamengo*. Rio de Janeiro: Águia Dourada, 2010, p. 75

⁴⁹ Principalmente a partir do surgimento de novos clubes na cidade do Rio de Janeiro, casos de violência envolvendo espectadores de futebol começaram a ser mais registrados. Sobre o assunto, ver PEREIRA, Leonardo Affonso de Miranda. *op cit*, pp. 108-134.

nos campos de futebol estava desmoralizando o *sport* de maior predileção do povo civilizado⁵⁰. A exceção acabava por confirmar – e divulgar – a regra.

A imagem do torcedor ativo, capaz de interferir no andamento da partida em disputa, era ainda incipiente no imaginário esportivo nos tempos do amadorismo. Os casos de polícia nos indicam a tensão existente nesses eventos, mas a regra do assistente era ser parte passiva do jogo. E essa visão era compartilhada por imprensa, clubes e jogadores, que invariavelmente reclamavam da participação dos espectadores através de vaias e aplausos. O torcedor ativo, valorizado por apoiar a equipe, é uma construção posterior, que somente se consolida na medida em que o torcedor comum, que não mantém nenhuma relação institucional com o clube, começa a ser reconhecido como parte integrante majoritária das torcidas.

Nas primeiras décadas do século XX, o bom espectador era acima de tudo regrado pelas convenções da boa etiqueta. E por conta desses requisitos que eram necessários ao bom espectador, não é difícil relacionar esse ideal civilizado ao perfil do sócio do clube. Na época do amadorismo, o público era composto quase em sua totalidade pelo quadro de associados. No Flamengo, era hábito reunir-se na garagem de remo do clube para seguir em grupo para os jogos do time de futebol. Por este motivo, enquanto o quadro social permaneceu sendo o agente organizador do público assistente, não é possível considerar a existência de um Clube de Regatas do Flamengo popular, como propõem Ruy Castro e outros escritores que se dedicaram a narrar a história do Flamengo.⁵¹ Isto porque para ser sócio do clube era preciso pagar uma mensalidade que não estava de acordo com a renda das camadas populares. E mesmo para aqueles que podiam pagar, as exigências não eram poucas. A história de Zé Augusto, um professor da Escola Politécnica que cresceu dentro do clube praticando atletismo, retrata o que eram essas dificuldades de pertencimento.

“Zé Augusto tinha ido para o Flamengo ainda garoto. Era garoto, garoto não fazia mal que fosse preto. Mas o garoto cresceu, aí o Flamengo reparou na cor

⁵⁰ *Ibidem* p. 129.

⁵¹ Duas publicações recentes, dedicadas ao grande público, reproduzem os mitos do clube de origem popular. Numa delas, o economista Marcel Pereira afirma que em 1912, “apesar da ainda pequena popularidade deste esporte (*futebol*),... começava a florescer a popularidade do vermelho e preto”. Já os jornalistas Carlos Eduardo Mansur e Luciano Cordeiro Ribeiro afirmam que “como não tinha campo para treinar, a equipe se exercitava na Praia do Russel. As caminhadas dos jogadores eram feitas no meio do povo. O Flamengo irremediavelmente caminhava rumo à popularização”. Sobre a questão, ver: MANSUR, Carlos Eduardo. & RIBEIRO, Luciano Cordeiro. *O time do meu coração*. Belo Horizonte: Editora Leitura, 2009, p. 13 e PEREIRA, Marcel. *A Nação: como e porque o Flamengo se tornou o clube com a maior torcida do Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Maquinaria, 2010, p. 32.

dele. Não tinha nada contra ele, pena que ele não fosse branco. Zé Augusto nunca apareceu no ringue de patinação em noite de festa. Sabia que se aparecesse muita gente ia falar. O ringue de patinação era mais do futebol... Como não se metia a jogar futebol, Zé Augusto não se metia a dançar. Ele só ficara no Flamengo porque não jogava futebol, não dançava, isto é, não chamava muita atenção.”⁵²

Certamente um sujeito que não dançava nas festas, que não jogava futebol, também não freqüentava as garagens na concentração da torcida, mesmo sendo sócio do clube. Diante disso, como supor que um homem comum do Rio de Janeiro, que assistia aos treinos do clube na praia, podia fazer parte da torcida nos tempos do amadorismo?

Mais complicado ainda é enxergar algum processo de ampliação territorial da torcida nesses tempos, já que o conceito de sócio-espectador exigia a participação do indivíduo na vida social do clube. Aliás, os maiores indicadores de que a popularização do clube não se iniciou nas décadas de 1910 e 1920 são os jogos nos bairros da zona norte da cidade do Rio de Janeiro. O Flamengo sofria represálias em estádios que hoje são ocupados sem grandes dificuldades pela torcida nos dias de jogos. Em 1932, no bairro de Olaria, o Flamengo disputou uma partida como visitante e não dispensou críticas aos assistentes locais. *Flamengo perde em Olaria e volta reclamando*, estampava a manchete:

“Próximo ao gol de Fernandinho parecia um verdadeiro *front*. Fui obrigado a pedir ao nosso director sportivo que mandasse guarnecer o nosso arqueiro, pois os assistentes lhe arremessavam tudo que tinham as mãos: pedras, cascos de laranja, garrafas, o diabo!”⁵³

As reclamações de Rubens, capitão do time, deixam claro que ainda no início década de 1930, até mesmo o bairro de Olaria, próximo ao centro da cidade, representava um domínio distante da sua casa.

O clube amador, ainda restrito à zona sul da cidade, precisava levar os seus adeptos aos bairros do subúrbio, que seguiam em caravana junto com a equipe. O crescimento das caravanas representou inclusive um marco na diferenciação dos significados atribuídos ao público dos jogos. As experiências de cruzar a cidade em comboio para apoiar os jogadores em campos adversários renderam as primeiras manifestações de exaltação da torcida como fator determinante para o rendimento do

⁵² FILHO, Mario. *O negro no futebol brasileiro*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003, p. 143

⁵³ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 26 de julho de 1932.

time. Mesmo sendo ainda uma típica prática de associados, a caravana contribuiu para o início da mudança da representação do verdadeiro torcedor na imprensa esportiva. Entusiasmados com a dedicação dos associados, os jornais começaram a destacar o valor da “torcida”, mesmo quando esta aparecia ainda entre aspas.

“Mais uma vez ficou provado o valor da “torcida” nos jogos de football do nosso campeonato. Deu o exemplo a pugna Andarahy X Flamengo. É que os andarahyenses eram tidos como favoritos por jogarem em seu próprio campo, com sua torcida a animá-los. Mas o Flamengo soube evitar o desagrado aos seus players de terem que jogar sem que sua “torcida” os incitassem: levou-a consigo, numa caravana alegre, entusiástica e animadora para os seus jogadores...”⁵⁴

O termo “torcida” só começou a perder as aspas anos depois, após a consagração dos concursos de torcedores promovidos pelo *Jornal dos Sports* em 1936. Em 1932, ano que merece destaque por ter sido a última temporada amadora do C. R. F., as tensões oriundas das transformações promovidas pelo debate *profissionalistas X amadoristas* ainda combinavam elementos simbólicos do *football* amador com o futebol profissional que se fortalecia. Por isso a torcida civilizada, formada pela fina flor da elite carioca, começava a ser exaltada não pelos hábitos polidos, mas pela capacidade de motivar os atletas. Porém a fina flor estava curtindo seus últimos dias como representante da agremiação. A torcida que se elevaria com o profissionalismo, a fim de motivar os jogadores do clube, teria um perfil social completamente distinto.

Mas antes de falar dos novos significados da torcida nos tempos do profissionalismo, insisto no ano de 1932. Isto para que fique claro que o clube, representado por dirigentes e associados, fez questão de prolongar ao máximo o amadorismo elitista que era a marca do Flamengo desde a sua fundação. As teses que pressupõem a progressiva popularização do clube desde a sua fundação são colocadas em xeque quando as ações do clube às vésperas do profissionalismo são trazidas à tona.

Por exemplo, em janeiro de 1932, o remo realizou uma façanha sem precedentes no clube. Três remadores conseguiram navegar do Rio de Janeiro à cidade de Santos. Após sofrerem com uma tempestade na região de Paraty, Angelú, Engole-Garfo e Boca Larga lograram chegar sãos e salvos no litoral paulista. Esse feito foi celebrado até mesmo pelo Presidente Getúlio Vargas, que enviou saudações ao “glorioso” Clube de Regatas do Flamengo. No retorno da tripulação rubro-negra ao Rio de Janeiro, a direção

⁵⁴ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 10 de agosto de 1932.

do clube programou uma grande festa de recepção. Em nota oficial publicada na imprensa, a direção do clube solicitou “para o desembarque dos vitoriosos remadores... o comparecimento dos seus sócios e de suas excelentíssimas famílias”⁵⁵.

Se para a imprensa esportiva a palavra “torcida” aparecia entre aspas ainda nos primeiros anos de 1930, para a direção do clube a entidade “torcida” nem convidada estava para uma das mais importantes celebrações do clube. A multidão instada a receber os heróis nos braços, segundo a direção, era composta pelos associados e suas famílias. Em nota oficial, a direção sintetizava aquilo que os amadoristas pensavam: os representantes do clube eram os “associados civilizados”.

O novo - e lembrado - Flamengo nas páginas dos jornais: o clube do povo

Até agora, o objetivo principal deste capítulo foi mostrar que a popularização do Clube de Regatas do Flamengo não ocorreu antes de 1933. A popularização ocorreu somente a partir da profissionalização do clube. Sendo assim, o clube esquecido dos tempos do amadorismo em nada se diferenciava dos outros clubes elitistas da cidade. Dirigentes e associados eram tratados pela imprensa esportiva como símbolos de um *sport* promotor do espírito civilizado europeu. O Flamengo não carrega o gene da popularidade, como costumeiramente afirmam os estudiosos do clube.

Mas qualquer pesquisador que tiver a curiosidade de observar os jornais esportivos dos anos 1930, especialmente o *Jornal dos Sports*, poderá perceber que a imprensa mudou completamente a maneira como entendia e divulgava o clube ao longo dessa década. Está claro que uma das hipóteses deste trabalho é que esta mudança está intimamente associada ao profissionalismo e à gestão do presidente que implantou o regime profissional. Para ser mais exato, este pressuposto indica que o Clube de Regatas do Flamengo que os torcedores brasileiros reconhecem hoje em dia começou a ser divulgado de maneira sistemática somente a partir de 1936, ano da maior guinada do clube em toda a sua história.

Em novembro de 2011 foi publicada uma pesquisa que visava identificar as personalidades dos clubes de futebol no Brasil. Realizado pela *GFK Custom Research*, empresa alemã especializada em pesquisas de mercado, o estudo ouviu mil pessoas nas maiores capitais brasileiras a fim de desvendar como os torcedores viam o caráter dos

⁵⁵ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 28 de janeiro de 1932.

clubes de futebol no Brasil.⁵⁶ A pesquisa tinha como principal objetivo associar marcas de produtores interessados em patrocinar os clubes com o perfil dos seus torcedores. Ao fazer isso, acabou confirmando e transparecendo ainda mais os traços identitários que caracterizam as agremiações há gerações.

Treze qualidades foram apresentadas aos entrevistados. Inteligência, autenticidade, confiabilidade, educação, honestidade, sofisticação, charme, alegria, impetuosidade, animação, amor à liberdade, coragem e austeridade. Dentro de um gráfico circular dividido em paixão, espírito, força e razão, essas qualidades ficaram distribuídas de acordo com esses quatro elementos. Por exemplo, próximo à razão estão educação, honestidade e inteligência. No campo da paixão, diametralmente oposto, estão impetuosidade, animação, alegria. A partir da configuração gerada pelas treze qualidades, o clube foi situado no campo do que melhor o identificava.

A configuração das características do Flamengo foi bastante clara. Os quesitos animação, coragem e alegria foram os mais atribuídos ao torcedor do Flamengo. Já educação, honestidade e sofisticação foram os três atributos menos associados ao clube. No universo simbólico proposto pela pesquisa, o Flamengo situou-se no campo da paixão, em posição oposta ao Fluminense e ao São Paulo, intimamente associados à inteligência, educação e sofisticação.

Como já disse acima, a pesquisa apenas confirmou aquilo que há anos os brasileiros pensam e dizem sobre os clubes de futebol do Brasil. Na verdade, essa pesquisa facilitou o trabalho do historiador, pois através de um procedimento baseado numa metodologia consistente, ela reiterou tudo aquilo que já é dito nos bares, arquibancadas e colunas de jornais.

Todos reconhecem, até os torcedores das equipes adversárias, que o Flamengo, sem grandes dificuldades, adotou durante a sua história na era profissional o urubu como mascote, a favela como casa e o pobre como seu representante. Essa relação do clube com a brasilidade popular é cantada na música brasileira por diferentes gêneros, escrita na literatura por diferentes autores, divulgada por diversos meios de comunicação. Luiz Ayrão, Gilberto Gil, João Bosco, Nelson Rodrigues, José Lins do Rego, Jorge Ben, Cidinho e Doca, e muitos outros artistas de diferentes épocas e estilos

⁵⁶ Ver a pesquisa em: www.globoesporte.globo.com/platb/olharcronicoesportivo/2011/11/10/a-personalidade-dos-clubes-de-futebol/, 10 de novembro de 2011.

contribuíram para associação entre o clube e as camadas populares.⁵⁷ A dupla de Mc's Cidinho e Doca conseguiu sintetizar em uma linguagem simples através do funk a visão que foi consagrada sobre os símbolos que constituem a identidade do clube. Na música “Sou de batalha”, o refrão se vale dos elementos apresentados acima: “não me bate doutor, porque eu sou de batalha. Eu acho que o senhor tá cometendo uma falha. Se dançamos funk é porque somos funkeiros da favela carioca, flamenguistas, brasileiros.”

O antigo clube, refinado e civilizado, representado pela fina flor da elite carioca, passou em menos de cinco anos por uma transformação que o conduziu a símbolo da brasilidade mestiça e popular. Essa transformação pode ser verificada pela maneira como a imprensa esportiva fazia referências ao clube antes e depois de 1936. É claro que já em 1934 e 1935 havia manchetes de um novo Flamengo que se fortalecia e se reinventava com o profissionalismo. Mas a combinação de ações de marketing com cobertura jornalística pode ser encontrada apenas a partir de 1936.

As principais ações de marketing do Flamengo contaram com a parceria e a divulgação do *Jornal dos Sports*. E isso não foi por acaso. A história do periódico se confundiu com a do clube a partir do dia 17 de outubro de 1936, quando o jornalista Mario Filho adquiriu o jornal. Muitos pensam que o *JS* foi fundado por Filho. Na verdade, o jornal já existia desde 1931, quando foi criado por Argemiro Bulcão. Enquanto Bulcão esteve à frente da redação, as matérias não costumavam conferir ao futebol mais espaço. Pelo contrário, os primeiros anos do *JS* foram marcados por uma vasta cobertura de outras modalidades esportivas. Boxe, turfe, remo, natação, e outras práticas menos expressivas, rivalizavam com o futebol até mesmo nas capas das edições.

Até 1936, Mario Filho, que anos depois se tornou a maior referência do jornalismo esportivo, estava no jornal *O Globo*, da família Marinho. Em *O Globo* ele comandava a seção de esportes. Mas em 1936, em meio ao debate sobre a profissionalização do desporto brasileiro, Filho contou com o apoio de dois empresários para poder adquirir o seu próprio jornal, o *Jornal dos Sports*. Vendo que o *JS* não passava por um bom momento financeiro, Roberto Marinho, do jornal *O Globo* e José Bastos Padilha, presidente do Flamengo, apoiaram Mario Filho na compra do *JS*.

⁵⁷ No samba “Flamengo Maravilhoso” Luiz Ayrão canta que o Flamengo é “o clube da dona de casa, do povo sofrido, do trabalhador.” Gilberto Gil em “Aquele abraço” exalta os símbolos populares que deixam o Rio de Janeiro lindo, entre eles o Flamengo. Jorge Ben sintetiza em “País tropical” o sentimento de pertencimento a uma Nação popular quando afirma ter um fusca, uma nega e ser Flamengo. Nelson Rodrigues escreve no “FlaxFlu: as multidões despertaram” que “cada brasileiro, vivo ou morto, um dia já foi Flamengo.”

A relação entre Padilha e Filho não tinha um caráter somente empresarial. Os dois eram amigos, cunhados e compartilhavam do mesmo posicionamento em relação ao fim do amadorismo e a consolidação do profissionalismo no futebol brasileiro. Para eles, a ação do Estado era imprescindível no processo de transição do modelo de gestão do futebol.

A chegada de Filho ao *Jornal dos Sports* modificou inteiramente o perfil e o conteúdo das coberturas jornalísticas. A primeira mudança foi a elevação do futebol à condição de principal esporte. A segunda e mais importante mudança ocorreu em relação a “qual” futebol se tornaria o protagonista do jornal. Quando digo “qual”, faço referência ao seguinte problema: o futebol seria abordado no jornal a fim de exaltar o caráter civilizador do desporto ou o futebol divulgado pelo jornal seria o símbolo da brasilidade popular, marca da ascensão de uma nação moderna?

Quero ressaltar que a pergunta acima está intimamente ligada ao processo de profissionalização do desporto. Ou seja, o debate entre os defensores do amadorismo e os defensores do profissionalismo explicitava o mesmo problema descrito acima: o que é, e para que serve o futebol brasileiro? Para civilizar ou para integrar?

Não é difícil pensar que ao defender o profissionalismo, o *Jornal dos Sports* de Mario Filho estivesse necessariamente mudando o olhar sobre a função social do futebol. Isso porque o profissionalismo encerrava necessariamente com um aspecto do futebol amador: as proibições formais e informais de participação dos jogadores negros e de origem pobre nos principais clubes da cidade. Nos tempos do amadorismo, a grande polêmica que envolveu criações e dissoluções de ligas e clubes foi a questão da participação de jogadores não associados aos clubes, que precisavam ser remunerados para jogar.⁵⁸ O argumento que defendia o vínculo apenas afetivo dos jogadores ao clube na verdade fazia com que jogadores oriundos das camadas menos abastadas, que necessitavam trabalhar para prover suas vidas, ficassem alheios às disputas dos campeonatos.

Dessa forma, o *JS* foi o primeiro periódico que ao defender abertamente a sua adesão ao projeto de futebol profissional, passou também a defender a integração de jogadores de origem popular nos clubes da cidade. E essa defesa é vista não somente

⁵⁸ Sobre a questão das ligas amadoras e profissionais, ver NAPOLEÃO, Antonio Carlos. *História da Ligas e Federações do Rio de Janeiro (1905-1941)*. In.: SILVA, Francisco Carlos Teixeira da. & SANTOS, Ricardo Pinto dos. (orgs.). *Memória social dos esportes (Vol.II)*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

através da campanha pelo fim do amadorismo, mas principalmente pela exaltação da participação desses novos agentes sociais no universo simbólico do desporto nacional.

Foi nesse contexto de transformação do significado social do futebol que ocorreu primeira grande ação de marketing realizada pela direção do Flamengo visando associar o clube à Nação. Em outubro de 1936, às vésperas da partida contra o Fluminense, o *JS* divulgou que os rubro-negros cantariam o hino nacional antes da partida. Se hoje essa prática parece corriqueira, até 1936 não havia registro de nenhuma mobilização orquestrada para que a torcida cantasse uníssona alguma canção, ainda mais o hino nacional. Para essa demonstração de civismo, foram impressos dez mil exemplares da letra do hino para que fossem distribuídos para a assistência.⁵⁹ Nos dias que antecederam ao jogo, enquanto a direção do clube organizava o evento, o *JS* divulgava:

“Um episódio cívico no próximo Fla-Flu. A directoria do CR Flamengo, em sua reunião da noite de hontem, assentou providências no sentido de ser executado no próximo domingo em pleno estádio do Fluminense o hymno Nacional. Como se sabe, de accordo com recente decreto do Governo, em todas as reuniões e festividades cívicas, ou sportivas que reúnam público, se torne obrigatório, ao início ou ao encerramento, a execução do Hymno símbolo. Cabe assim, ao glorioso rubro-negro, a iniciativa da execução dessa demonstração cívica. Desejando emprestar ao facto cunho do maior brilhantismo o grêmio do Sr. Bastos Padilha convidara a se fazerem presente não só o chefe da Nação, como as altas autoridades civis e militares do país.”⁶⁰

É importante destacar que o jogo era no campo do Fluminense. Mesmo havendo um decreto que exigia a execução do hino, coube à direção do Flamengo a organização do evento, que contou com a presença do presidente do país. Além disso, o acontecimento foi utilizado como símbolo da aproximação do clube com o sentimento de nacionalidade, movimento que não podia ser verificado nos tempos do amadorismo.

Outro ponto que merece destaque é que mesmo na Copa do Mundo de 1950, nos jogos da seleção nacional, muito se discutiu sobre a execução do hino antes das partidas de futebol. Não deixa de ser surpreendente que um clube por iniciativa própria fizesse questão de associar o jogo ao comportamento cívico ainda na década de 1930. Vale ressaltar que essa atitude não era bem vista por grupos intelectualizados. Em 1950, muitos jornalistas ainda eram contrários à utilização do futebol como espaço de

⁵⁹ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 09 de outubro de 1936.

⁶⁰ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 07 de outubro de 1936.

manifestação cívica, por entenderem que o esporte não passava de um jogo.⁶¹ É preciso lembrar que foi somente após a Copa de 1950 que houve a consagração definitiva da “pátria de chuteiras”. Até então, a associação entre futebol e nação estava em construção, e a mistura de símbolos pátrios com o futebol era visto por alguns como desrespeito, especialmente por setores da elite.

Mas essa associação era muito bem aceita pelos novos torcedores que começavam a freqüentar as arquibancadas. Homens comuns, operário anônimos, saudaram de forma entusiasmada a iniciativa do Flamengo. Não é arriscado dizer que esse acontecimento foi uma das primeiras evidências do processo de associação entre o desporto e o Estado nacional. Reitero: associação, não cooptação.

Em novembro de 1936, uma nova campanha foi lançada pelo clube com apoio do *JS*. Em menos de um mês como diretor do jornal, Filho organizava a segunda campanha em associação com o Flamengo. Nessa ocasião o clube premiaria a melhor fotografia tirada por qualquer membro da imprensa.

“O Flamengo resolveu prestar uma homenagem aos photographos do Rio – a esses auxiliares indispensáveis da imprensa moderna – instituindo um concurso interessantíssimo sob o patrocínio do *JS*. Trata-se de premiar a melhor fotografia sobre qualquer actividade do Flamengo, social ou sportiva, sobre qualquer acontecimento.”⁶²

Na cerimônia de abertura do evento, um cartaz indicava qual era a temática central da campanha. “Uma vez Flamengo, sempre...Tudo pelo Brasil!”⁶³ era a chamada da campanha das fotografias. Mais importante do que fotografar conquistas desportivas era registrar o perfil, a imagem do clube. E por isso as fotos enviadas para o jornal foram quase todas ligadas aos torcedores e não aos jogadores.

Uma das fotos que foi publicada no *JS* era do então promissor jornalista Roberto Marinho. O alvo da câmera de Marinho também foi a torcida, pois “como uma coisa e outra perdia-se na multidão imensa que superlotava o estádio do Fluminense, ele focalizou em um dado momento três torcedoras do Flamengo...”⁶⁴

⁶¹ O jornal *Tribuna da Imprensa* condenava com veemência a execução dos hinos nacionais antes dos jogos de futebol, definida como “festa fascista”. *Tribuna da Imprensa*, Rio de Janeiro, 17 de julho de 1950.

⁶² *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 7 de novembro de 1936.

⁶³ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 17 de novembro de 1936.

⁶⁴ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 25 de novembro de 1936.

As outras fotos publicadas e premiadas preservavam as mesmas características. Mostrar o público, exaltar a multidão ou o comportamento entusiasmado das pessoas que torciam e lutavam pelo clube. Crianças fazendo uma pipa com o distintivo do Flamengo, uma senhora cosendo o escudo do Flamengo no peito de uma blusa, mulheres escolhendo e jóias e entre elas uma que prefere o escudo do Flamengo às jóias, adultos e crianças no aniversário do Flamengo embebedando um macaco – a legenda da foto dizia: “bebendo a saúde do Flamengo.”⁶⁵

Ao final do concurso, a foto vencedora simbolizou exatamente aquilo que jornal e clube queriam exaltar como o retrato do Flamengo. Hans Peter Lange tirou uma fotografia de dois operários, com equipamentos de segurança, trabalhando na construção do Estádio da Gávea, que se tornaria a casa do Flamengo dois anos depois. Os dois operários não posaram para a fotografia, não vestiam a camisa do clube, mas representavam o novo perfil social do torcedor do clube: o trabalhador. Mais uma vez nação e trabalho se misturavam às ações de marketing do Flamengo. Essa combinação foi a marca do clube a partir da segunda metade dos anos 1930.

Após o evento do hino nacional e da campanha das fotografias, clube e *JS* não perderiam a chance de enfatizar o caráter nacional do Flamengo nas comemorações do seu aniversário, no dia 15 de novembro. Na edição comemorativa, o periódico destacou sem medir palavras o processo de nacionalização do clube.

“A data de hoje não pertence somente ao Flamengo – pertence também – e deveríamos dizer principalmente – ao sport brasileiro. Quando um club attinge a um certo desenvolvimento, quando seu nome fica ligado estreitamente ao sport nacional, não se deve nem se póde separar uma coisa da outra. Ambas se completam na conquista de um único ideal. Convém salientar sobretudo, que o Flamengo vale como um symbolo. As energias da raça ali se desbordam sem conhecer barreiras. E o entusiasmo, a abnegação, o esforço continuo, sem tréguas, é a chama não se extingue.”⁶⁶

A representação da nação precisava nesse momento ser feita não pela elegância, mas pelo clube símbolo das energias da raça brasileira. Raça que constituía uma nação jovem, que se reinventava, assim como o clube.

“Há clubs jovens e clubs velhos. O Flamengo é o clube moço, de energias que renovam sem cessar. Quarenta e um annos – eis a vida do Flamengo. O mesmo

⁶⁵ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 2 de dezembro de 1936.

⁶⁶ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 15 de novembro de 1936.

entusiasmo perdura, a mesma fé. Apenas esse entusiasmo dispersivo antes, aparece agora controlado, organizado, como as águas de uma represa.”⁶⁷

O entusiasmo se organizava na forma de torcida, renovada e organizada. Inventava-se o jeito novo de torcer, de ser adepto de um clube, na mesma medida em que se afirmava qual era o jeito velho. E esse jeito novo permitiu a inclusão de grupos sociais que comporiam a nova torcida. O discurso nacionalista, adotado como estratégia de inclusão, permitiu a participação dos novos grupos sociais da nova nação. E esses novos grupos, majoritariamente compostos por trabalhadores urbanos, passaram a lotar as arquibancadas não mais sendo o símbolo do desvio; mas como representantes do novo brasileiro. Nesse sentido, a associação da nação com o projeto de popularização do clube foi fundamental. O primeiro elemento aglutinador do homem comum que passava a frequentar o estádio foi o nacionalismo. O trabalhador urbano, repleto de sentimento nacionalista, motivado pela ascensão de um Estado Nacional que abria canais de diálogo e concedia benefícios simbólicos e materiais, encontrou um motivo inicial para aderir às cores um clube: o pertencimento à nação. O *Jornal dos Sports* investiu, com muito sucesso, nesse projeto. Mas não apenas ele. O presidente do Flamengo na época, José Bastos Padilha, agia em conjunto com Mário Filho. Mas a atuação de Padilha merecerá análise mais aprofundada no próximo capítulo.

Quando faço referência ao novo torcedor, o homem comum, destaco que este não era o antigo sócio, nem mesmo as lideranças das torcidas que surgiam. Nesse momento surgiram as lideranças torcidas organizadas. Essas lideranças, mesmo de diversas origens sociais, frequentavam os clubes e transitavam entre os dirigentes e cronistas esportivos. Em 2009, o antropólogo Bernardo Buarque de Hollanda publicou um rico estudo sobre as torcidas organizadas no futebol do Rio de Janeiro⁶⁸. O seu principal objeto de análise foi a ascensão dos novos organizadores das formas de comportamento do torcedor carioca. A pesquisa aqui apresentada pretende seguir outro caminho. O que mais interessa neste trabalho é investigar as motivações do torcedor anônimo, daquele que podemos localizar apenas coletivamente, nas arquibancadas, e distante do clube. O torcedor nortista, nordestino, do interior do Rio de Janeiro ou da zona norte da cidade, que nem mesmo sabe onde fica a Gávea, mas que se define como

⁶⁷ *Idem.*

⁶⁸ HOLLANDA, Bernardo Borges Buarque de. *O clube como vontade e representação: o jornalismo esportivo e a formação das torcidas organizadas de futebol no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: 7letras, 2009.

torcedor do time do Flamengo. O torcedor que não convive nos mesmos espaços físicos, mas que compartilha particularidades identitárias.

Por esse motivo, destaco que o nacionalismo foi o primeiro elemento simbólico que permitiu a construção da identidade social do Flamengo. Outros elementos vinculados ao discurso nacionalista que se forjava nos anos 1930 foram incorporados ao clube. Mas no cerne da invenção da popularidade do clube está a sua íntima relação com os símbolos nacionais correntes na sociedade brasileira pós 1930.

A guinada nacionalista do clube foi coberta pela imprensa esportiva com entusiasmo. E não por coincidência, isso ocorreu em paralelo à difusão do novo hábito de torcer. É claro que havia público nos jogos de futebol desde a Primeira República. Mas o assistente da *Belle Époque*, refinado e civilizado, era sócio do clube, e o seu principal vínculo com a instituição era pelo fato dessa ser um dos seus espaços de sociabilidade. O novo torcedor que ganha espaço nas arquibancadas e nas páginas dos jornais a partir da segunda metade da década de 1930 não precisava do reconhecimento do quadro social, composto pela elite carioca. Ele se reconhecia nas arquibancadas, nas páginas dos jornais, nas transmissões do rádio. Com esse reconhecimento independente, iniciou-se nos anos 1930 um fenômeno que até hoje é peça chave para o imaginário das torcidas: o torcedor se entende maior que o clube. Ou, como dizem os torcedores de hoje, a razão de existência do clube é a torcida. Na verdade, é sabido que em sua origem os clubes não foram criados para atender aos interesses da torcida. Mas com a invenção das torcidas distantes dos quadros sociais, o pólo irradiador dos valores constitutivos dos clubes deixou de ser o quadro social e passou a ser a arquibancada ou o bar da esquina.

O Clube de Regatas do Flamengo, ao inventar o alfabeto simbólico que lhe permitiu o diálogo com o torcedor distante da sede, definiu a sua nova marca. Esse canal de diálogo, construtor do vínculo afetivo, tinha como premissa divulgar os valores nacionalistas dos agentes estatais, mas também respondia a vontade daqueles que compunham as camadas populares: exaltar a Nação como estratégia de inclusão.

A guinada nacionalista descrita até agora, permitiu ao clube dialogar com o operariado urbano. Esse acontecimento é determinante para a compreensão das razões da popularidade do clube. Como foi dito no início do capítulo, no Brasil nacional e popular se confundem. E isso não é por acaso. É resultado de um projeto de sociedade que visava articular Estado, patronato e operariado, agentes principais do

desenvolvimento industrial, através da supressão das clivagens culturais existentes entre essas partes.

Ao divulgar que o jovem clube era o representante da nova *raça brasileira*, a imprensa reforçava a condição de clube da nação, contribuindo para o vínculo identitário que se forjava no processo de surgimento da nova torcida de futebol na década de 1930. E vale ressaltar que esses valores difundidos pelos jornais também estavam presentes nas transmissões de rádio, fundamentais para a nacionalização do clube. As redes de sociabilidade da época permitiam a articulação dos radialistas com os redatores de jornais. Ary Barroso, símbolo maior do rádio esportivo brasileiro, buscava suas referências nas mesmas fontes que Mario Filho e exaltava o mesmo significado de nação que o *Jornal dos Sports*.

Aliás, sobre o rádio, outra questão merece comentário. A idéia difundida pelo jornalismo esportivo brasileiro que atribui à Rádio Nacional papel de protagonismo no processo de nacionalização do Flamengo precisa ser relativizada. A Rádio Nacional transmitia os jogos do futebol carioca. É claro que isso foi fundamental para os clubes do Rio de Janeiro. Mas o mesmo processo de nacionalização e popularização não pode ser verificado no Botafogo e no Fluminense. É verdade que esses dois clubes possuem adeptos em todo o Brasil, mas em uma escala bastante inferior. Dessa forma podemos dizer que o rádio foi de fato importante para a divulgação do Flamengo, como foi para os outros clubes fluminenses. Mas a ampla popularização do clube só foi possível por conta da marca associada ao Flamengo que, ao contrário dos outros três grandes cariocas, se vinculou ao nacionalismo.

A invenção da torcida brasileira: a competição de 1936

No dia 9 de dezembro de 1936, foi estampada na capa do diário a notícia que marcaria para sempre o processo de transformação do perfil social da torcida. O *Jornal dos Sports* anunciou a organização da Competição das Torcidas. A manchete destacava: “O público carioca assistirá no Fla-Flu um *certamen* inédito. Prêmios para torcedores, torcedoras e o club de maior torcida.”⁶⁹

De outubro a dezembro de 1936, a disputa entre as torcidas era a terceira campanha realizada pelo Flamengo com apoio do JS. Em 1937, a prática das campanhas de marketing ganhou mais força ainda. Mas sem dúvida a competição das torcidas

⁶⁹ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 09 de dezembro de 1936.

merece atenção especial, pois foi o primeiro grande evento de marketing esportivo do Brasil.

Uma das questões que a competição deixava clara era o posicionamento radical do jornal em relação à profissionalização do desporto. Em 1936, o campeonato de futebol do Rio de Janeiro tinha duas ligas, uma amadora, outra profissional. Naquela ocasião, Flamengo e Fluminense pertenciam à liga profissional e Vasco e Botafogo à amadora. Como já foi dito acima, 1936 marcou o clímax da tensão entre os defensores do desporto não remunerado – ou remunerado extra-oficialmente – e os defensores do pagamento de ordenados aos jogadores. Reitero: esse debate trazia à tona principalmente a questão da inclusão de novos agentes sociais nos eventos esportivos. E isso ocorria exatamente no momento de sistematização de novos canais de diálogo entre o Estado e o trabalhador urbano. Por isso essa contenda tinha um contorno para além da questão desportiva. Tratava-se de uma questão política importante para o projeto político estatal que se firmava nos anos 1930

Diante dessa disputa política e desportiva, o *JS* passou o ano de 1936 cobrindo quase que exclusivamente os jogos entre Flamengo e Fluminense, destacando apenas a liga profissional. Os jogos de Vasco e Botafogo eram deixados em segundo plano. Só em 1936, foram seis jogos pelo campeonato da cidade entre Flamengo e Fluminense, e o clube das Laranjeiras se sagrou campeão com uma vitória a mais. Não é de se estranhar que o *Fla x Flu* tenha sido eleito o clássico representativo da cidade pela imprensa esportiva. Em 22 de novembro do mesmo ano, a capa do periódico trazia em destaque: “Fla-Flu, a syntese que empolga toda uma população.”⁷⁰ Por esse motivo a competição de torcidas só podia mesmo ter sido feita em uma partida entre Flamengo e Fluminense.

O ineditismo dessa campanha foi destacado na capa do dia 15 dezembro. Os organizadores do evento fizeram questão de ressaltar o significado histórico desse processo de mudança. Sabia-se na época que era preciso dialogar com novos torcedores, que era preciso inventar uma nova torcida para o novo futebol profissional que estava sendo construído. Sendo assim, a competição não era uma estratégia de marketing voltada somente para os interesses do jornal. A campanha era o resultado das articulações dos interesses do clube com a nova torcida que precisava se reconhecer como novidade, e o jornal servia como canal de diálogo entre esses dois atores sociais

⁷⁰ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 22 de novembro de 1936.

que começavam a frequentar os mesmo espaços. Por esse motivo, a manchete anunciava abertamente o objetivo da campanha: arregimentar novos torcedores.

“A competição das torcidas terá início hoje. Bastaria esse fato para dar ao Fla-Flu uma atração nova, inteiramente inédita. A iniciativa do JS promovendo o sensacional certamen objectivou a arregimentação de torcedores. Não somente os dois teams adversários se empenharão em um grande cotejo. Também haverá nas archibancadas, nas geraes, nas cadeiras, o duelo das torcidas – gritos, hurras, cartazes, hymnos, alleguas. Tentaremos portanto introduzir no Brasil o que se faz nos Estados Unidos, adoptando porém essa Competição das torcidas *ao feitio brasileiro (grifo meu)*.”⁷¹

A competição demarcava um novo significado de torcer. O torcedor ativo, festivo, apaixonado, entrava em cena, substituindo de vez a imagem do assistente civilizado. E o jornal cumpria a missão de divulgar a novidade, de demarcar que havia sido descoberta o verdadeiro significado do futebol brasileiro. O estabelecimento do novo precisa de datas, de ritos, de representantes. A associação entre Flamengo, torcida e imprensa esportiva consagrou a invenção do clube de futebol popular. E as conseqüências dessa articulação eram exaltadas já naquele momento.

“O JS conseguiu marcar novos rumos ao processo de ‘torcer’ do público brasileiro. Fez-se nesses três matches coisa nova no que diz respeito à espontânea intervenção da assistência nas pelepas. Os matches tiveram um colorido diferente, um entusiasmo, um bom gosto, em exhibição de tolletes... O football no Brasil conseguiu dar o primeiro passo na ‘americanização’ da torcida que está agora prompta a se organizar definitivamente como factor preponderante de estímulo aos bandos a que correspondem.”⁷²

As manchetes dos jornais consolidavam a passagem do racional futebol civilizado para o emotivo futebol do homem brasileiro. Não há como negar que essas imagens estavam de acordo com o nacionalismo estatista pós 1930. Mas o mais importante é verificar que a estratégia nacionalista permitiu a realização de uma demanda histórica: a entrada sem restrições do trabalhador no campo de futebol. Mais relevante do que enxergar como o Estado utilizou a retórica nacionalista é perceber como foi ela foi utilizada pelos grupos populares em busca das suas demandas. Não casualmente era preciso arregimentar novos torcedores, que até então estavam fora das arenas esportivas.

⁷¹ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 15 de dezembro de 1936.

⁷² *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 29 de dezembro de 1936.

Na medida em que esses novos atores sociais entravam em cena, novos comportamentos surgiam e causavam espanto e admiração da imprensa esportiva. Uma galinha morta foi atirada por torcedores do Flamengo na torcida do Fluminense. Um torcedor rubro-negro foi fantasiado de mergulhador, trajando um escafandro na arquibancada. Ele carregava uma faixa que dizia ser “Flamengo até debaixo d’água!”⁷³ Faixas e cartazes exaltavam a garra do clube, representado pela força da torcida. Uma delas dizia “atira que eu sou homem, com o escudo do Flamengo no peito, um homem vale por dois”. Uma faixa no setor da torcida do Flamengo enfatizava: “O Flamengo é forte até na adversidade.”⁷⁴ Sofrimento, morte, tragédia, novos elementos ligados ao campo da paixão tornavam-se referências. Uma torcida composta por pessoas que conheciam bem a adversidade não podia exaltar um clube sofisticado.

Nos dias seguintes ao *Fla x Flu* decisivo, o resultado da competição das torcidas teve tanto destaque quanto o título do Fluminense Football Club. Aliás, mesmo com a vitória tricolor, a torcida vencedora foi a do Flamengo. A comissão julgadora expôs no relatório final da competição os elementos simbólicos que marcariam pelos anos seguintes a dicotomia entre a torcida do Flamengo e a do Fluminense. O jogo síntese da população brasileira consagrava a união da elite refinada com o trabalhador entusiasmado. O *Fla x Flu* passou a representar o pacto que fundamentava os valores nacionalistas correntes na geração de 1930. E a vitória da torcida do Flamengo era a maior demonstração de que todos cabiam na arquibancada, patrão e operário, mas o entusiasmo que caracteriza a verdadeira torcida pertencia aos grupos populares.

O Flamengo venceu a ‘competição das torcidas’ – tal foi a decisão unânime da comissão julgadora que se reuniu na tarde de ontem na redação do JS... Em primeiro lugar se focalizou o objetivo da ‘competição das torcidas’: dar um novo realce aos cotejos e estimular o entusiasmo das multidões... A torcida do Flamengo que iniciou verdadeiramente a competição, apresentando cartazes, cantando hinos, utilizando-se do avião, acenando dezenas de milhares de bandeiras. Uma coisa caracterizou a torcida do Fluminense – elegância. Foram duas torcidas magníficas – a do Flamengo maior, movimentando uma *massa popular* (grifo meu) bastante mais elevada⁷⁵.

Somente nesse momento as palavras “multidões” e “massa” passam a designar o público assistente. Ou seja, somente em 1936, aquilo que hoje simboliza o ato de torcer

⁷³ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 22 de dezembro de 1936.

⁷⁴ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 29 de dezembro de 1936.

⁷⁵ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 01 de janeiro de 1937.

passou a circular pelo imaginário social com o sinal positivo do comportamento exemplar. Não estou afirmando com isso que somente em 1936 o trabalhador passou a assistir futebol. De fato, o trabalhador joga e assiste futebol desde a virada do século XIX para o XX. O que ocorreu em 1936 foi a consagração do trabalhador como símbolo do espectador brasileiro. E isso foi possível graças a abertura dos canais de diálogo entre clube, imprensa e torcida, que retirou do trabalhador o caráter desviante e atribuiu a ele a condição de padrão. Ou seja, foi apenas na passagem de 1936 para 1937 que a torcida do Flamengo passou a ser explicitamente associada pela imprensa ao popular de maneira positiva. Até então, mesmo quando era maioria nas arquibancadas, o tratamento era associado ao refinamento do sócio.

Dessa forma, o concurso de 1936 viu nascer a identidade popular da torcida que se verifica nos dias atuais. E esses símbolos, amplamente divulgados pela imprensa, não foram gestados pelos meios de comunicação. Ao contrário, foram gestados pela relação de diálogo entre clube e torcedores comuns, proposta por uma instituição que se reinventava e buscava arregimentar novos torcedores através da vinculação aos símbolos nacionais populares correntes no Brasil pós 1930. Em outras palavras, este projeto de popularização não foi inventado pela imprensa esportiva; a imprensa esportiva que divulgou – e divulga – o êxito dessa popularização.

Outro ponto que deve ser destacado nesse projeto de popularização assumido pelo Flamengo é que somente o futebol assumiu as características necessárias para a superação dos muros do clube. Não quero dizer com isso que os outros esportes tenham sido negligenciados pela direção, pelo contrário. Remo, basquete, halterofilismo, ginástica, natação, e outras modalidades, seguiram sendo praticadas nas quadras e piscinas. Mas sem a formação de uma torcida popular, desvinculada do quadro social, nos moldes observados no futebol. Mas do que a diferença entre esporte amador e esporte profissional, essas modalidades sempre ficaram em segundo plano no desporto nacional por nunca terem ultrapassado o limite imposto pela mensalidade dos clubes. Essa constatação serve para reforçar que o debate do profissionalismo envolvia mais questões do que simplesmente o contrato dos jogadores. O debate entre profissionalistas e amadoristas trouxe à tona um projeto de desporto que alcançou êxito somente no futebol.

Ainda há aqueles que atribuem às características do jogo de futebol o motivo da sua adesão popular. A facilidade dos locais para o jogo, a simplicidades das regras, o controle da bola com os pés. Porém essa afirmação carece de confirmação empírica, já

que nos EUA o basquetebol é praticado também pela classe operária, em Cuba o trabalhador prefere o boxe ao futebol, na Venezuela o beisebol é o esporte nacional. Não há uma especificidade do jogo de bola que confira a ele a preferência popular. A questão principal é que no Brasil houve um processo de institucionalização da prática desse esporte, marcado pela profissionalização e pela invenção das torcidas, que permitiu que o futebol fosse privilegiado no diálogo entre o trabalhador e o Estado.

Ao findar o ano de 1936, o *Jornal dos Sports* noticiava com orgulho:

“Poucas iniciativas do jornal alcançaram o êxito estrondoso da ‘competição das torcidas’. O JS dilo com orgulho. Sem dúvida alguma o certamen dos torcedores foi a maior competição popular de que há memória no Brasil. Em três datas o stadium do Fluminense comportou uma multidão de setenta mil pessoas e esses setenta mil em massas de mais de vinte mil, vibraram em unísono, em uma demonstração antes não vista em campos brasileiros.”⁷⁶

É claro que o texto exalta uma iniciativa do jornal. Mas não se trata de destacar o orgulho estampado na notícia. O mais importante é verificar que o futebol ganhava pela primeira vez o sinal positivo da popularidade. O caráter popular, que antes era visto como desviante, passava a ser exaltado. E o Clube de Regatas do Flamengo foi o primeiro clube a se associar a essa mudança de sinal.

A competição das torcidas acabou inaugurando o novo e mais fascinante aspecto do futebol. O público ganhou vida própria, tornou-se sujeito no evento, e não mais apenas espectador. O entusiasmo, a paixão, a participação da torcida deixaram de ser caso de polícia para se tornar símbolos da brasilidade nos estádios.

O trabalhador conquistou através desse processo mais um espaço de manifestações das suas práticas culturais. A arquibancada, assim como o sindicato ou partido, é um espaço de sociabilidade conquistado, e não concedido. Por mais que nesses espaços houvesse – e haja – controle de um aparato estatal dominante, na medida em que o trabalhador se tornou protagonista nesses espaços, os instrumentos de negociação sem dúvida ampliaram. Até hoje a arquibancada permanece sendo do domínio da linguagem popular. No Brasil todos sabem que a arquibancada do estádio possui ritos próprios, distintos da platéia do teatro municipal. Mesmo que o ingresso do jogo de futebol seja mais caro do que o da ópera – no Brasil já passamos por essa situação absurda – o torcedor sabe que a arquibancada o transforma. E essa

⁷⁶ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 29 de dezembro de 1936.

transformação não é motivada por aquilo que acontece em campo. É motivada pela identidade popular conferida a torcida que é instada não a assistir, mas sim a participar.

É muito freqüente ler em textos da mídia esportiva e em trabalhos dedicados a história do Clube de Regatas do Flamengo que a vocação do clube é ser popular, ser o *mais querido do Brasil*. Essa condição aparece como se fosse natural, ou como se resultasse do caráter dos sócios fundadores, do sucesso desportivo do time de futebol, ou mesmo da magia que cerca as rivalidades cariocas.

Até agora tentei trilhar um caminho oposto, visando localizar, datar e identificar o momento em que ocorreu a popularização do clube. Para isso, enfatizei que esse processo não ocorreu de maneira espontânea, nem mesmo esteve presente no momento de fundação da instituição.

Neste capítulo inicial a imprensa esportiva teve um papel de destaque. Primeiro era preciso localizar como e quando os meios de comunicação começaram a identificar e divulgar o clube de maneira diferente. Era preciso saber quais eram essas diferenças e como o “novo” clube foi inventado e o “velho” clube esquecido. Ou seja, o principal objetivo foi destacar a mudança da identidade social do clube através da observação e análise da cobertura jornalística dos principais periódicos, com destaque para o *Jornal dos Sports*.

Agora, no segundo capítulo, o enfoque será destinado ao clube e como a instituição fez para construir novos símbolos associados ao nacionalismo. É claro que o papel da imprensa como canal de divulgação desse projeto continuará sendo destacado. Mas a partir de agora, dirigentes, jogadores e intelectuais serão o objeto central na tentativa de desvendar e descrever como o clube se (re)inventou popular. No cerne dessa investigação estará a gestão do presidente do Flamengo José Bastos Padilha (1933-1938), pioneiro do marketing esportivo brasileiro.

Espero também ter deixado claro que a imprensa não inventou o clube ou a sua relação com a torcida. Existia mesmo uma nova imprensa esportiva, capitaneada por Mario Filho, disposta a exaltar o caráter nacionalista e popular do futebol. O mérito do clube foi saber se beneficiar desse canal de diálogo, fato que acabou trazendo vantagens no processo de popularização. Aliás, vimos que foi preciso o Flamengo se reinventar para conseguir construir essa relação midiática.

Por fim, aproveito para resgatar uma breve história, emblemática, pois confronta a interpretação tradicional da história do Flamengo com a memória afetiva do escritor.

Ziraldo, um dos mais importantes cartunistas do Brasil, foi o escolhido para escrever um livro em quadrinhos dedicado a contar a história do Flamengo para as crianças.⁷⁷ Nessa obra, Ziraldo começa contando como virou Flamengo e depois narra a trajetória do clube nos anos iniciais. Na página dezenove há um quadrinho que ilustra o mito dos treinos na praia do Russel. Os jogadores do Flamengo, nos anos 1910, sem campo para treinar, despertando atenção dos trabalhadores que passavam pelo local. No quadro seguinte, crianças negras empinando um papagaio do Flamengo e na sequência um quadrinho dizendo: “O caminho do sucesso estava aberto”. Nessa lógica, a popularização já estava encaminhada desde os tempos da Primeira República, por conta dos treinos nas ruas do Rio de Janeiro.

Mas no início do livro, Ziraldo conta como ele se tornou torcedor do Flamengo. Em 1942, Caratinga, Minas Gerais, segundo o autor, sua paixão começou por conta de um narrador de futebol, que de maneira alegre, musical, entusiasmada, transmitia os jogos do Flamengo e do Brasil. O ritual dos jantares com a família ouvindo a narração dos jogos de futebol, do Flamengo e do Brasil, despertaram no menino – e em quase todos os meninos da rua – a paixão pelo clube que representava a alegria.⁷⁸ Ari Barroso, o narrador responsável pelas transmissões apaixonadas, fazia parte, junto com Mario Filho do *JS*, do grupo de jornalistas que se dedicaram a associação do Flamengo com a brasilidade popular. Outros jogos eram transmitidos por Ari Barroso, outros clubes eram cobertos pelo *JS*, mas só o Flamengo era tratado como o representante da nacionalidade popular que se forjava nos anos 1930.

Citei essa breve história apenas para ilustrar como uma publicação voltada para o público infantil pode apresentar uma situação no mínimo curiosa. Nesse caso, se autor se valesse apenas da sua memória afetiva para explicar como ocorreu a popularização do clube, talvez tivesse atingido maior êxito.

⁷⁷ ZIRALDO. *O mais querido do Brasil em quadrinhos*. São Paulo: Globo, 2009.

⁷⁸ *Ibidem*, p. 10.

Capítulo II

Cinco anos eternos: a gestão José Bastos Padilha (1933-1937)

Em 2012 o C. R. Flamengo celebrou cem anos do primeiro jogo de futebol disputado pelo clube. Criada em dezembro de 1911 por conta de um desentendimento entre os principais jogadores do Fluminense, a equipe principal do Flamengo realizou em maio de 1912 o seu primeiro jogo, no campo do América contra o Mangueira. A vitória foi tranqüila: 16 X 2 para o Flamengo.⁷⁹

O primeiro título da Liga Metropolitana, conquistado em 1914, consolidou a posição do Flamengo como um dos principais clubes da cidade do Rio de Janeiro. Até os dias atuais, o Flamengo goza de um grande prestígio desportivo, mesmo já tendo enfrentado diversas crises técnicas e financeiras, especialmente ao longo dos últimos anos.

Décadas como as de 1970 e 1990 foram momentos de grandes frustrações dentro de campo e prejuízos fora das quatro linhas. Jogadores caros e pouco produtivos, diretores mal intencionados, escassez de vitórias. Tudo isso contribuiu para o insucesso do clube e para a insatisfação da torcida nesses períodos. Mesmo assim, com equipes fracas e gestores ineficazes, o clube conseguiu vez ou outra, durante as crises, conquistar títulos. Foi assim no campeonato carioca de 1974, com Zico ainda começando a carreira; foi assim no campeonato carioca de 1996, com Sávio, Romário, atrasos de salário e confusões nas noites do Rio de Janeiro.

Na centenária história do futebol do Flamengo, apenas uma vez o clube ficou mais de dez anos sem conquistar um título nos campeonatos de futebol. E isso ocorreu exatamente na temporalidade em que desenvolvo este trabalho: a década de 1930.

Antes que algum leitor mais apressado questione, não esqueci que a Liga carioca de futebol de 1939 foi vencida pelo Flamengo. Mas vale destacar que em 1937 o Flamengo completou a marca recorde de dez anos sem títulos. Jejum que ainda perdurou por mais dois anos, completando doze anos sem nenhum êxito esportivo do time de futebol.

Mas por que esse dado merece tanto destaque? Ora, nos anos em que o clube passou por um grande processo de transformação identitária, no momento em que o

⁷⁹ Há controvérsias sobre o resultado da partida. Alguns autores afirmam que o resultado do jogo foi 15 gols a 2 para o Flamengo. Sobre a discussão, ver: ABINADER, Marcelo. *Uma viagem a 1912: surgiu o futebol do Flamengo*. Rio de Janeiro: Águia Dourada, 2010, pp. 59-60.

clube mais enriqueceu, mais se popularizou, se nacionalizou e cresceu, a equipe de futebol não conseguiu nenhuma conquista em campo. José Bastos Padilha, presidente que tomou a frente de todas essas realizações do clube, foi o dirigente que não viu o Flamengo ser campeão na sua gestão. Isso é muito importante, pois confirma uma hipótese central para este trabalho: os resultados desportivos não são fatores explicativos para a popularidade dos clubes de futebol. Exatamente no momento de maior insucesso desportivo do clube, o Flamengo conseguiu arregimentar o maior número de torcedores. Partindo desse dado empírico, podemos dizer que o torcedor de futebol não se identifica necessariamente com a agremiação que mais vence, e sim com aquela que representa seus valores socialmente construídos. Futebol não segue a lógica das corridas de cavalo.

Em busca da mística: os fundamentos do projeto de José Bastos Padilha

José Bastos Padilha nasceu no Rio de Janeiro, no dia 23 de janeiro de 1894. Terceiro filho do terceiro casamento da porto-alegrense Ângela Rosa Marques Padilha com o português José Padilha, seu primeiro nome foi Alexandre Marques Padilha⁸⁰.

Ainda jovem, por conta de um surto de tuberculose na região da casa dos pais, foi morar com o padrinho José Alexandre Bastos, homem bem-sucedido com negócios ligados à exportação de café. O padrinho José Alexandre matriculou o afilhado na escola alemã e pagou os estudos do menino até os quatorze anos de idade, quando se suicidou em razão de constantes brigas conjugais com a esposa.⁸¹

Com a morte de José Alexandre, Padilha ainda jovem foi obrigado pela esposa do padrinho a abandonar a mansão que morava na Rua do Riachuelo, sendo forçado a procurar emprego, pois se recusou a contar com a ajuda do pai biológico. Esse acontecimento foi decisivo na vida de Padilha, pois permitiu a ele se aproximar do ofício que marcaria sua trajetória de vida: a propaganda.

O primeiro emprego de Padilha foi como entregador de *folhinhas* de estabelecimentos comerciais. As padarias do Rio de Janeiro ainda conservam até hoje esse hábito através dos calendários que são distribuídos aos clientes com propagandas e informações em datas comemorativas. No início do século XX, essas folhinhas continham anedotas, notícias, reclames e brindes para os fregueses.

⁸⁰ Padilha trocou de nome aos dezoito anos de idade. A troca de Alexandre por José Bastos foi uma homenagem feita ao padrinho que o criou.

⁸¹ As informações biográficas foram recolhidas em entrevista concedida pela viúva de José Bastos Padilha, D. Lilia Padilha, no dia 12/06/2009.

A grande transformação na vida de Padilha ocorreu no momento em que ele – com formação intelectual consistente por conta da educação em bons colégios – passou a fazer as *folhinhas* e a elaborar as propagandas dos estabelecimentos comerciais. Para juntar dinheiro e abrir seu próprio negócio, Padilha viajou por diversas regiões do Brasil oferecendo o serviço de divulgação dos estabelecimentos através das folhinhas.

O primeiro negócio próprio de Padilha foi uma litografia no bairro da Tijuca. Neste ramo, Padilha desenvolveu a vocação que marcaria a sua gestão no Clube de Regatas do Flamengo: o marketing. Dentre os slogans criados por Padilha, dois destacam-se, pois até hoje identificam as suas instituições. Um deles é o slogan do grupo Sulamérica Seguros: “Firme como o Pão de Açúcar”. O outro, conhecido por todos que acompanham futebol: “Um vez Flamengo, sempre Flamengo.”⁸²

Padilha quando chegou a presidência do Flamengo já era um empresário bem-sucedido. Ao longo da sua vida, freqüentou espaços de sociabilidade de pessoas abastadas e influentes. Foi diretor do Jôquei Clube Brasileiro, aprendeu a pilotar aviões e foi o primeiro aviador naval *brevetado* no Brasil, em 1929. Fez amigos íntimos, influentes em variados campos de poder, como o ministro João Neves da Fontoura, o presidente Juscelino Kubitschek, o empresário Arnaldo Guinle e o Almirante José dos Santos Saldanha da Gama. Mas, sem dúvida, de todas as relações de Padilha, a que merece maior atenção neste trabalho é a amizade com Mario Filho.

Mais do que amigos, Padilha e Filho eram casados com as irmãs Célia e Lília, e freqüentavam a mesma mesa familiar. O parentesco certamente contribuiu para a aproximação de Padilha e Roberto Marinho, que foi tanto chefe de Mario Filho quanto parceiro de sinuca nas horas vagas. Não à toa, o mandato de Bastos Padilha a frente do Clube de Regatas do Flamengo encontrou tanto respaldo nos principais órgãos da imprensa do Rio de Janeiro: *O Globo*, jornal da família Marinho, e o *Jornal dos Sports*, dirigido por Mario Filho a partir de 1936.

A biografia de Padilha permite a identificação de dois pontos principais em sua formação. O primeiro, e mais óbvio, é a sua familiaridade com a formação das marcas, com a construção das identidades das instituições. O ofício de Padilha, hoje considerado um publicitário, identificava o vínculo necessário para criar a sensação de pertencimento e proximidade nas pessoas que experimentam identidades compartilhadas.

⁸² Vale registrar que a máxima “Uma vez Flamengo, sempre Flamengo”, já existia quando o hino popular do clube foi composto em 1949, por Lamartine Babo.

O segundo ponto não está posto de maneira explícita, mas é tão relevante quanto o primeiro. A educação em escola alemã e a viagem pelo Brasil ainda na juventude reforçaram em Padilha características marcantes: o nacionalismo, a admiração pelas particularidades brasileiras e a visão do esporte como atividade cívica e pedagógica.

A associação dos elementos apresentados marcou a gestão de José Bastos Padilha no Flamengo. O marketing associado aos valores nacionalistas, o caráter pedagógico das campanhas do clube visando criar novas gerações de torcedores e a exaltação do caráter popular como símbolo da identidade nacional brasileira formaram os pilares do projeto de Padilha. Tudo isso articulado a uma importante rede de sociabilidade.

Quando afirmo que Padilha tinha um projeto, ressalto que havia no clube uma ação coordenada que visava dar novos significados à prática de torcer para o Flamengo. O novo torcedor precisava pertencer a um novo clube, e a invenção de um novo clube passava pela reconstrução não só do futuro, mas também pela reinvenção do passado da instituição. O clube precisava oferecer novas possibilidades de pertencimento aos novos atores sociais que estavam demandando participação. Nos momentos de ascensão de novas formas de sociabilidade, indivíduos e grupos buscam situar-se em meios às múltiplas possibilidades e significados. Isso quer dizer que as escolhas políticas e culturais ocorrem a partir dos significados que o sujeito pretende atribuir à sua trajetória. Seja esse sujeito um clube, um torcedor, partido ou um escritor renomado. Sendo assim, um projeto social visa dar significado às escolhas que alteram ou reforçam trajetórias dos atores sociais. Seguindo o conceito proposto pelo antropólogo Gilberto Velho,

projeto e a memória associam-se e articulam-se ao dar significado à vida e às ações dos indivíduos, em outros termos, à própria identidade. Ou seja, na constituição da identidade social dos indivíduos, com particular ênfase nas sociedades e segmentos individualistas, a memória e o projeto individuais são amarras fundamentais. São visões retrospectivas e prospectivas que situam o indivíduo, suas motivações e o significado de suas ações, dentro de uma conjuntura de vida, na sucessão de etapas de sua trajetória.⁸³

⁸³ VELHO, Gilberto. *Projeto e metamorfose: antropologia das sociedades complexas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003, p.101.

No dia 26 de outubro de 1966, o *Jornal dos Sports* publicou uma matéria especial sobre a gestão Padilha, analisando seus feitos três décadas depois.⁸⁴ Na entrevista concedida ao autor da matéria especial, Padilha resumiu a sua gestão como tendo sido o momento de “busca da mística” do clube. Nas palavras do ex-presidente quando lembrava dos desafios que enfrentou nos primeiros anos de mandato, “sem que saibamos colocar o Flamengo dentro de uma corajosa realidade, ele perecerá ou, última análise, continuará sendo o que é: nem mais nem menos que uma emoção doméstica, não um estado d’alma.”⁸⁵

Colocar o clube dentro de uma (nova) realidade era o projeto da sua gestão. Mais do que enriquecer ou melhorar o time, o projeto consistia numa nova configuração de valores que transformasse o clube na instituição mais popular do país, no espaço de representação da “alma do brasileiro”. E essa transformação do clube não ocorreria sem a reinvenção articulada e consciente promovida pela direção do clube em associação com a nova torcida que surgia.

Durante a entrevista, Padilha cita que o clube mais popular do Rio de Janeiro na ocasião que assumiu a presidência do Flamengo era o América Football Club, e que o rubro-negro ocupava apenas a quarta posição no ranking dos clubes mais queridos. O clássico das multidões, dizia ele em entrevista, era a rivalidade entre América e Vasco.⁸⁶ Poucos indícios apontam para a tal popularidade do América nos anos 1930. Porém, certo era que o Vasco da Gama na época era um clube com bases populares muito mais consistentes que o Flamengo.

Em cinco anos como presidente do C. R. Flamengo, Padilha reverteu o quadro da distribuição das torcidas. Para isso, organizou campanhas publicitárias, articulou o clube com a imprensa esportiva, construiu o Estádio da Gávea, aumentou o número de sócios e da receita, contratou os maiores jogadores negros da seleção brasileira e, principalmente, preparou o clube para ser o representante da brasilidade popular que se consolidava na década de 1930. Todas essas transformações foram promovidas a partir de uma convicção de Padilha, revolucionária nos anos 1930: “os clubes são como Nações: cada qual tem sua característica, seu temperamento, suas motivações, sua

⁸⁴ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 23 de outubro de 1966. Matéria especial organizada pelo jornalista Geraldo Romualdo da Silva sobre o futebol carioca na década de 1930.

⁸⁵ *Idem.*

⁸⁶ *Idem.*

legenda, e nós precisamos muito disso.”⁸⁷ A gestão Padilha inventou a nação flamenga em sintonia com a nação brasileira que se inventava na época.

Os dilemas amadoristas e profissionalistas: 1933 e a eleição de Padilha em meio ao grande debate

Os primeiros anos da década de 1930 foram bastante conturbados no campo político, no Brasil e no Flamengo. O Governo Provisório enfrentou diversas crises oriundas das complexas articulações de interesses entre os diversos grupos – vitoriosos e derrotados - que participaram da Revolução de 1930. Tenentes, Integralistas, a Frente Única Paulista, lideranças civis que pressionavam pela reconstitucionalização do país, militares insatisfeitos e pressões populares pela implantação das políticas trabalhistas. As bandeiras modernizadoras da Aliança Liberal, que dois anos antes aglutinaram diferentes correntes em torno da liderança de Getúlio Vargas, já não apresentavam mais a mesma capacidade de conciliação em 1932⁸⁸.

As medidas centralizadoras despertavam reações entre as oligarquias regionais e também entre antigos aliados de Vargas, como João Neves da Fontoura e Borges de Medeiros. No auge da crise institucional, simbolizada pela Revolta Constitucionalista em São Paulo, o Governo Provisório reafirmou seu compromisso com o tenentismo e com os aliados civis simpáticos a centralização estatal. Com isso, Vargas consolidou as bases do seu projeto de governo às vésperas das eleições para a Assembléia Nacional Constituinte⁸⁹. Os rumos da era Vargas ficaram ainda mais cristalinos após 1932.

O ano de 1932 também foi um dos mais complicados da história do Clube de Regatas do Flamengo. As grandes transformações sociais que ocorriam na sociedade brasileira atingiram, com significados particulares, as bases da instituição rubro-negra. Tanto que a grande questão da época não era o fato de o time de futebol ser fraco. Ainda não incomodava o longo jejum de conquistas que vinha desde 1927. O baixo número de

⁸⁷ *Idem.*

⁸⁸ D'ARAUJO, Maria Celina. *A Era Vargas*. São Paulo: Moderna, 1997. FAUSTO, Boris. *História Concisa do Brasil*. São Paulo: Editora da USP, 2006. GOMES, Angela Castro.(org.) *Regionalismo e centralização política*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.

⁸⁹ PANDOLFI, Dulce. *Os anos 1930: as incertezas do regime*. IN.: FERREIRA, Jorge & DELGADO, Lucilia Neves. (orgs.) *O Brasil republicano: o tempo do nacional-estatismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007. p. 26-27.

sócios, cerca de apenas setecentos, e a falta de dinheiro para iniciar as obras da sede da Gávea eram problemas maiores.⁹⁰

Porém, mais grave ainda era a polêmica que surgia dentro do clube acerca do modelo de gestão do futebol. A grande transformação do Clube de Regatas do Flamengo, em analogia ao desenrolar dos acontecimentos que marcaram as crises do Governo Provisório, dizia respeito ao novo perfil institucional que o clube precisava assumir para superar a situação de penúria que enfrentava. Em outras palavras, nos corredores da sede começava a ecoar o debate em torno da necessidade de modernização do clube. Faltava ainda definir os significados de “clube moderno” naquela conjuntura política e social. A pergunta que ganhou força em 1932, com o cenário de crise – institucional e social - que se apresentava: como preparar a entrada do clube em uma sociedade moderna? A expressão máxima desse debate foi travada a partir do seguinte dualismo: profissionalismo X amadorismo. Insisto na analogia entre os panoramas político do C. R. Flamengo e do Brasil, pois o cerne da questão pode ser proposta nos mesmos termos: como modernizar as instituições?

A defesa do profissionalismo ganhava força entre alguns clubes do Rio de Janeiro, e a mudança para o regime profissional despertava debates acalorados, o que trazia grande instabilidade política para a direção do clube. Afinal, os momentos de transformação dos referenciais simbólicos e institucionais acabam por desfazer antigas lideranças, ao passo que exigem o surgimento de novos líderes. Nesse processo, as novas lideranças podem ser vistas como promotores da desordem, como traidores da instituição. Não é difícil conceber como posições conservadoras, aliadas à tradição do amadorismo, encontravam grande receptividade dentro de um clube elitista. Portanto, não era fácil surgir uma liderança modernizadora em uma instituição apegada à fidalguia tradicional.

Acontece que a gestão amadora não foi capaz de impedir um dos maiores vexames da história do clube. Em 1932, a família Guinle, proprietária do terreno do campo da Rua Paysandu, onde a equipe treinava e jogava, pediu o imóvel de volta e o clube ficou sem a sua praça de *sports*, tendo que jogar sempre nos campos do Fluminense, em Laranjeiras, e do América, em Campos Salles. Sem campo para treinar e jogar, o fidalgo clube começou a questionar a eficiência da gestão tradicional amadora.

⁹⁰ O terreno onde fica a atual sede do clube e o campo da Gávea foi cedido pela prefeitura do Rio de Janeiro pelo então interventor do distrito federal o Sr. Pedro Ernesto, no dia 27 de março de 1932.

Ao iniciar o ano de 1933, o panorama do Clube de Regatas do Flamengo era desolador. O clube estava sem campo, sem dinheiro e sem posicionamento definido na questão que envolvia os rumos institucionais que o clube deveria assumir. Os problemas eram tantos, que Paschoal Segreto Sobrinho, presidente eleito, renunciou com menos de um mês de mandato.

Eleito no dia 11 de janeiro de 1933, Paschoal Segreto contava com o apoio público do capitão da equipe de futebol, o jogador Rubens, que expressava o posicionamento da maioria dos jogadores do clube. Rubens logo após a posse de Segreto Sobrinho declarou através da imprensa: “Se eu chegar ao profissionalismo, não me envergonharei. Minha *opinião pessoal* é favorável ao profissionalismo, pois julgo que esse é um meio de vida honesto como outro qualquer.”⁹¹ Mas em outra ocasião, durante reunião do conselho deliberativo, o jogador fez questão de enfatizar que deixava a questão para a direção decidir, e que os jogadores acatariam qualquer que fosse a escolha.

A mudança de postura de Rubens oferece pistas sobre o clima de tensão que contribuiu para a renúncia de Segreto Sobrinho no dia 25 de janeiro, quatorze dias após sua eleição. No dia 20 de janeiro, a reunião do Conselho Deliberativo do clube negou o apoio à implantação do profissionalismo:

Com cerca de mais de 80 conselheiros, o C. R. Flamengo reuniu-se hontem à noite em primeira convocação para resolver em definitivo sobre a situação do rubro-negro em face do profissionalismo. Falou em primeiro lugar o dr. Oliveira Santos que se estendeu em considerações sobre o assumpto, argumentando sempre contrariamente ao profissionalismo que se manifesta, no seu entender, desonroso em face as tradições de amadorismo do Flamengo...O dr. Oliveira Santos leu em seguida a copia da carta em que os presidentes do seu club, do Botafogo, do São Christovão e o vice-presidente do Vasco declararam ao comendador Oscar da Costa serem contrários ao profissionalismo. Edgar de Vasconcelos propoz então que o conselho resolvesse repelir a adhesão do Flamengo à causa que empolga paredros, jogadores e aficionados... Posta em votação a proposta mandando retirar o apoio do Flamengo à implantação do profissionalismo, foi a mesma aprovada.⁹²

Três dias após a reunião do conselho do Flamengo, no dia 23 de janeiro, houve a reunião que contou com a presença dos principais dirigentes dos maiores clubes da

⁹¹ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 25 de março de 1933.

⁹² *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 20 de fevereiro de 1933.

cidade.⁹³ Nesse encontro foi criada a Liga Carioca de Futebol, defensora do regime profissional. Também ficou definido que América, Bangu, Fluminense e Vasco da Gama formariam a nova liga profissional, enquanto Flamengo, Botafogo e São Christovão permaneceriam na antiga associação amadora, a Associação Metropolitana de Esportes Athleticos. Vale destacar que a AMEA continuava sendo a única entidade reconhecida pela CBD, a Confederação Brasileira de Desporto, já que a CBD não reconhecia entidades desportivas profissionais.

Após a reunião do dia 23 de janeiro, o impasse ficou estabelecido. De um lado, encabeçados pelo Fluminense do presidente Oscar da Costa e do dirigente Arnaldo Guinle, estavam os profissionais e a nova Liga Carioca; do outro Flamengo, Botafogo e São Christovão e a antiga associação amadora. A direção do Flamengo, seguindo deliberação do conselho, repudiou o profissionalismo e se manteve fiel à AMEA. Mas essa decisão não teria implicações apenas no modelo de gestão de clube. Ela trazia consequências sobre as redes de aliança política dentro do cenário desportivo carioca. Pela primeira vez, Flamengo e Fluminense, aliados históricos que contavam com dirigentes que freqüentavam as duas sedes sociais sem qualquer restrição⁹⁴, viam-se em posições antagônicas.

Dois dias após a reunião que marcou a cisão entre os clubes do Rio de Janeiro, o presidente do Flamengo renunciou. Isso indica que, no mínimo, dentro do clube não era consenso a decisão tomada pelo conselho deliberativo. Certo era que os jogadores em maioria apoiavam o profissionalismo. Mas além de jogadores, havia dirigentes preocupados com a condição financeira do clube. Aliás, a condição financeira do clube exigia que as decisões fossem tomadas a partir de cálculos estratégicos racionais e não através de ímpetos emocionais. Era preciso tomar um posicionamento no debate que se apresentava tendo em vista a salvação financeira do clube. Não estava em jogo a defesa das tradições amadoras do Flamengo, e sim a salvação financeira da instituição. Não casualmente, em menos de três meses, os mesmos atores políticos presentes no conselho e na direção repeliram e apoiaram o profissionalismo. Não se tratava apenas de remunerar ou não o jogador. Tratava-se de apoiar a CBD, confederação amadora, ou se aliar ao Fluminense e a LCF, liga profissional que lutava para suplantiar o poder das

⁹³ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 24 de janeiro de 1933.

⁹⁴ O maior exemplo desse trânsito entre dirigentes de Flamengo e Fluminense remonta a fundação do clube das Laranjeiras. Virgílio Leite, presidente do Flamengo, foi um dos fundadores do Fluminense. Por sua vez, o departamento de esportes terrestres do Flamengo foi fundado por ex-tricolores.

antigas associações. Qual posicionamento viabilizaria a salvação financeira do clube? Esta era a questão central.

Segreto Sobrinho foi eleito e renunciou no momento de maior impasse decisório da história do clube. A tradição amadora, usada como retórica, constrangia os antigos dirigentes. O quadro de estagnação financeira anunciava a necessidade de mudanças. É sabido pelos cientistas políticos que em conjunturas de paralisia decisória os desfechos tendem para dois acontecimentos: renúncia ou golpe. Segreto Sobrinho acabou renunciando.⁹⁵

Toda a celeuma em torno da adesão ao profissionalismo não ocorreu apenas por conta do modelo de gestão do clube, com jogadores remunerados ou amadores. É certo que a questão moral utilizada com frequência por aqueles que condenavam a remuneração de atletas criava bastante desconforto. Não à toa, os jogadores iam a público manifestar suas opiniões sobre a honestidade do ofício que exerciam. Mas para a direção e o conselho do Flamengo esse não era o principal problema. O debate entre profissionalistas e amadoristas expunha a tensão entre grupos ascendentes que estavam dispostos a configurar uma nova correlação de forças políticas no cenário desportivo. A adoção do profissionalismo significava a criação de uma nova liga, e a ascensão de novas lideranças.

Mas quais eram os significados dos principais pontos de divergência entre os amadoristas e os profissionalistas? Pagar ou não pagar ao jogador é uma simplificação da questão. Todos os clubes, sem exceção, já pagavam remunerações extra-oficiais para os jogadores – os famosos “bichos” – desde a década de 1910. É claro que há uma enorme diferença simbólica entre pagar “bichos” e um salário regular. Mas em termos financeiros, o salário não significava a quebra dos clubes, como alguns amadoristas chegaram a insinuar.

O debate entre amadoristas e profissionalistas extrapolava a questão administrativa. Ele envolvia a transformação do significado social dos clubes. Em outras palavras, o debate profissionalista redefiniu a função social dos clubes de futebol no Brasil.⁹⁶ Em síntese, o projeto profissionalista promoveu uma mudança peculiar na história do desporto brasileiro: descolou o futebol do quadro social dos clubes e transportou os times de futebol para além dos muros da sede sociais refinadas. Esse

⁹⁵ Paralisia decisória no sentido descrito por SANTOS, Wanderley Guilherme dos. *Sessenta e quatro: anatomia da crise*. São Paulo: Editora Vértice, 1986.

⁹⁶ Vale lembrar que a batalha entre profissionais e amadores ocorreu em outros estados brasileiros, e não apenas no Rio de Janeiro.

deslocamento transformou o futebol em um fenômeno social experimentado por atores anônimos, comuns, distantes dos espaços de sociabilidade elitistas. Por esse motivo, a ascensão do profissionalismo marcou o momento de encerramento da era do futebol civilizado e contribuiu decisivamente para consagrar o futebol como patrimônio cultural nacional, pois permitiu a criação do elo identitário entre clube e torcedor comum. Destaco: os clubes que permaneceram vinculados ao amadorismo, permaneceram restritos ao elo identitário com a sua localidade.⁹⁷ Os que separaram o futebol do restante do circuito elitista dos bailes e festividades sociais ultrapassaram os limites da territorialidade e fincaram bases em lugares bem distantes das suas sedes. O processo de profissionalização dos clubes foi um divisor de águas entre aqueles que avançaram rumo à popularização e aqueles que continuaram limitados pela adesão exclusiva dos sócios. Ou seja, profissionalismo permitiu a invenção da torcida, pois retirou do sócio o controle sobre os símbolos e destinos da equipe de futebol. O poder, antes concentrado nas mãos do sócio que jogava e torcia, passou para as mãos do jogador, que na verdade se tornou no imaginário social brasileiro o representante do torcedor no campo. O movimento final de transferência de poder no processo de profissionalização do futebol pode ser representado pela decadência do sócio e ascensão da torcida como agente organizador do futebol nos clubes.

Isso não quer dizer que o profissionalismo pôs fim aos conflitos sociais que existiam e existem no futebol. Seria leviano afirmar que a consolidação da participação das camadas populares no futebol após a profissionalização dos clubes, seja jogando ou torcendo, encerrou as tensões raciais e classistas entre jogadores, dirigentes e torcedores. Aliás, o futebol é um espaço pródigo para a verificação dessas clivagens. Entretanto, o profissionalismo não significou apenas uma estratégia de manipulação dos clubes visando o lucro através do esporte. Prefiro entender esse processo como um complexo jogo de interesses, composto por quatro atores principais, que acabou por consolidar um paradigma que até hoje é hegemônico. Primeiro, os dirigentes e sócios preocupados com a saúde financeira da instituição que comandam. Depois, jogadores demandando maior poder de controle sobre a sua carreira. Em seguida, e não menos importante, a torcida, que tem o maior poder de pressão sobre direção e jogadores, mas

⁹⁷ Basta observar os clubes que compuseram o grupo profissional e o grupo amador. Enquanto a liga profissional foi composta inicialmente por América, Bangu, Fluminense, Bonsucesso, Vasco da Gama e Flamengo (dois meses depois da fundação), a associação amadora foi composta por Botafogo, Olaria, Andaraí, Engenho de Dentro, Confiança, Cocotá, Mavilis, Portuguesa, Brasil e River. O número de equipes de clubes amadores que deixou de existir nos anos seguintes foi muito maior.

que não tem poder instituído de veto nem de execução. Por fim, mas igualmente relevante, o Estado, que a partir dos anos 1930 participa mais ativamente desse quadro, ora como mediador das disputas entre as partes citadas, ora como organizador do quadro político institucional dos clubes.⁹⁸

A renúncia de Segreto Sobrinho ocorreu em meio a essa disputa. De um lado, a falimentar tradição amadora; de outro, a novidade profissional. Diante desse panorama que acabei de descrever, não é de se espantar que o Flamengo tenha em fevereiro do mesmo ano convocado uma reunião para discutir o profissionalismo, novamente. O dirigente age visando a maximização dos ganhos materiais e políticos. E naquele momento, com poucas informações disponíveis, a volatilidade das escolhas era grande.

Um dado surpreendente é que José Bastos Padilha, eleito para substituir Segreto Sobrinho, chegou ao poder como representante dos interesses amadoristas, fato que reafirma a dificuldade de surgimento de lideranças progressistas dentro de instituições como o Flamengo. O presidente que entrou para a história do clube como responsável pela profissionalização do clube foi eleito exatamente por combater, num primeiro momento, o profissionalismo. No dia seguinte da posse, o *JS* estampou:

“A presidência do grêmio rubro-negro foi confiada ao Sr. Jose Bastos Padilha... Os novos dirigentes do Flamengo, adeptos declarados da continuação do regime amadorista, ascendem aos seus postos cercados de um prestígio que não pode ser negado e assim estão na obrigação de fazer uma modelar administração... O sr. Paulo da Silva Costa e dr. Paulo Filho, fazendo antes um appello para que, sob qualquer hypotheca, os verdadeiros flamengos não se separassem por divergências de pontos de vista.”⁹⁹

Essa declaração reforça que os sócios não estavam completamente convencidos da escolha amadora. Como a primeira reunião do conselho deliberativo que repeliu o profissionalismo não teve votação nominal, e sim uma aclamação pelo amadorismo, não era possível saber quanto eram os defensores do profissionalismo e quantos estariam dispostos a discutir a questão. Porém, no momento da posse de Padilha, o mais importante era resolver os impasses dentro do clube sobre qual posicionamento tomar. Sendo amador ou profissional, o clube precisava encontrar a estabilidade política.

⁹⁸ Autores como Gilberto Agostino, por sua vez, entendem o interesse do Governo Vargas pelo futebol como uma estratégia para moldar a visão que o brasileiro tinha de si próprio, por isso o interesse estatal pelo esporte. Agostino reproduz a perspectiva da tese “populista”, que entende o futebol como instrumento de manipulação. Sobre o assunto, ver: AGOSTINO, Gilberto. *Vencer ou morrer: futebol, geopolítica e identidade nacional*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002, p. 142.

⁹⁹ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 04 de fevereiro de 1933.

Na reunião do conselho deliberativo no dia 19 de maio, o panorama foi bastante diferente. Adotando a votação nominal, o pleito decidiu implantar o profissionalismo por 117 votos contra 49.¹⁰⁰ Uma vitória acachapante do projeto que havia sido refutado três meses antes por aclamação.

Nesse intervalo de três meses, Padilha agiu de maneira bastante ambígua. Ambigüidade que deve ser entendida mais como estratégia do que como incerteza. A excursão do time de futebol para amistosos no Uruguai é um bom exemplo. Nos preparativos da delegação para o embarque, soube-se da notícia que dois jogadores seriam incluídos no grupo de jogadores: Congo e Leônidas. Esses dois jogadores haviam sido considerados profissionais pela CBD por conta da participação em um torneio de futebol remunerado realizado em Niterói. A imprensa divulgou o caso intrigada: “assegura-se que os dois jogadores aludidos foram convidados para ir ao sul do continente com o rubro-negro. A inclusão desses dois jogadores, aliás, já estaria definida. Não se explica, portanto, tais inclusões em um quadro de amadores.”¹⁰¹

Na mesma época, veio à tona a história da carta enviada por Arnaldo Guinle a José Bastos Padilha, articulando a mudança de posição do Flamengo. Na ocasião, Padilha reforçou a postura amadora do clube e declarou apoio a AMEA e ao Botafogo. Mas, como é sabido, meses depois o Flamengo migrou para a Liga profissional.¹⁰² Talvez, não por coincidência, o primeiro jogo do Flamengo como clube profissional tenha ocorrido em um amistoso contra o Fluminense, no dia primeiro de junho de 1933.

As idas e vindas de Padilha não indicavam incerteza acerca do projeto profissionalista. Pelo contrário, Padilha demonstrou a virtuosa capacidade de conciliar com os grupos conservadores enquanto foi necessário. A consolidação do projeto profissionalista somente poderia ocorrer quando representasse uma solução, não uma traição aos valores do clube. Qualquer liderança que tentasse impor o projeto profissionalista sem apresentar acréscimos materiais ao clube seria alijada do cenário político pelos sócios defensores do amadorismo. Por isso somente após a formação da Liga Profissional e da aproximação com o Fluminense, Padilha pode tomar medidas

¹⁰⁰ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 20 de maio de 1933.

¹⁰¹ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 15 de março de 1933.

¹⁰² Em um dos raros trabalhos sobre a história das ligas de futebol, Antonio Carlos Napoleão apenas cita que em maio de 1933 o Flamengo mudou de idéia e aderiu ao profissionalismo. Sobre o tema, ver: NAPOLEÃO, Antonio Carlos. *História da Ligas e Federações do Rio de Janeiro (1905-1941)*. In.: SILVA, Francisco Carlos Teixeira da. & SANTOS, Ricardo Pinto dos. (orgs.). *Memória social dos esportes (Vol.II)*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006

definitivas sobre os rumos profissionais do clube. Não à toa, os anos subsequentes confirmaram a vocação profissionalista de Padilha.

Portanto, o ano de 1933 foi decisivo para a história do clube. A adesão ao profissionalismo e o consequente afastamento da AMEA e da CBD definiram o posicionamento do clube na pendenga que se esticou até 1937. O lado profissionalista mostrou força política quando fundou a FBF – Federação Brasileira de Futebol – com o apoio das federações mineira, paulista e da liga profissional carioca. A CBD perdeu prestígio e os clubes amadores, ligados a antiga confederação, ficaram cada vez mais isolados, como foi o caso do Botafogo.

Dentro de campo, o ano de 1933 não trouxe grandes novidades para o Flamengo. Com apenas duas vitórias, o clube ficou em sexto na competição e viu o Bangu vencer a primeira liga profissional.¹⁰³ Mas a escolha pela implantação do profissionalismo, levada adiante pela gestão Padilha, mesmo tendo sido feita sob condições de grande ambigüidade e instabilidade, permitiu ao clube iniciar um projeto de total reformulação. A partir daquele momento era preciso reinventar o clube. O profissionalismo exigia mais do que elegância e tradição. Exigia eficácia e criatividade, características típicas de uma empresa que precisava encontrar seus novos clientes. Os novos clientes – torcedores – estavam disponíveis. Era preciso dialogar com eles para seduzi-los. Era preciso levar o futebol para fora do clube.

Tempo de reorganizar: 1934 e a nova ordem profissional

Consolidado o profissionalismo, novas questões começaram a surgir no clube. O primeiro ponto a ser amplamente discutido pela direção foi a necessidade de contratar jogadores para fortalecer a equipe de futebol. Nunca em um início de temporada havia se falado tanto em contratação de jogadores.

A nova ordem profissional trouxe à tona problemas que até os dias atuais estão presentes no noticiário esportivo. Jogadores fechando contratos, negociações sigilosas, especulações. Logo em janeiro o Flamengo assinou contrato com três atletas que estavam na equipe amadora – uma espécie de time B – na temporada anterior. Carlos Alvez, jogador do Fluminense A. C. de Niterói também foi contratado com muita expectativa. Mas o caso mais polêmico do início da temporada ocorreu na negociação entre Flamengo e São Bento da cidade de São Paulo.

¹⁰³ Fonte: www.flamengo.com.br/flapédia, dia 18/12/2011.

O jogador Bindo era amador e atuava pela equipe paulista. O Flamengo, clube profissional, resolveu contratá-lo. Criou-se o impasse. O clube paulista alegou que para contratar o jogador era preciso haver a concessão do “passe” do atleta. Ou seja, era preciso adquirir, comprar o jogador. Acontece que o São Bento era amador e não tinha interesse em negociar o jogador. O dilema era: o que regia a relação entre os clubes? O vínculo contratual profissional ou o vínculo afetivo do sócio?

Como clubes amadores e profissionais podiam negociar em bases distintas? Ou melhor, como era possível comprar uma coisa que não estava à venda? Essa situação, nova e delicada, atormentou dirigentes e jogadores enquanto permaneceu coexistindo clubes amadores e profissionais sem a regulamentação de regras para a transferência. Sem demora, a direção do Flamengo interveio em nome da “liberdade” do jogador.

“Não nos batemos por um elemento que reforçará o nosso team, e sim pela liberdade do jogador... Bato-me pela liberdade dos jogadores. Já não estamos mais na época da escravidão. Como se concebe que um jogador sem contracto esteja preso a um club e que esse club disponha dele como uma propriedade? Não defendo o reforço do Flamengo no caso Bindo. Seria levar a questão para um terreno de interesse pessoal. Vejo no caso de Bindo a causa da liberdade do jogador – e por essa causa baterei sempre.”¹⁰⁴

Padilha recorreu à retórica da liberdade do jogador para defender seu direito de negociar livremente. O interessante foi que contraponto utilizado baseou-se na lógica da escravidão¹⁰⁵, que segundo Padilha imperava nos clubes que detinham direitos sobre o jogador sem ter contratos. É impressionante perceber que em apenas um ano, o renomado defensor do amadorismo passou a associar as práticas amadoras com a escravidão. Para Padilha, como para os profissionalistas, somente o contrato poderia garantir direitos ao jogador. Na sequência do discurso contra o São Bento, Padilha insistiu na necessidade do contrato.

“O S. Bento julga-se com direitos sobre elle. Mas não tem um contrato, não tem nada. E na APEA Bindo não tem registro de profissional. Si o S. Bento apresentasse um contrato de Bindo não discutiríamos mais sobre esse assunto. Eu seria o primeiro a devolver o jogador. O S. Bento porém não pode fazer isso.

¹⁰⁴ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 17 de fevereiro de 1934.

¹⁰⁵ Em outras ocasiões Padilha condenou o trato do jogador como escravo, mas fez questão de ressaltar que defendia a disciplina. Certa vez afirmou: “há uma diferença enorme entre um escravo que se liberta e um indisciplinado. Eu não admito as duas coisas: nem a escravidão nem a indisciplina.” *Jornal dos Sports*, 09 de julho de 1937.

Não tem contrato, não paga a Bindo, racionalmente não tem nenhum direito sobre ele.”¹⁰⁶

Mas se por um lado o clube defendia a liberdade do jogador para atuar onde quisesse, por outro ele passava a exigir com muito mais rigidez a dedicação do atleta que estava sob contrato. Na excursão de março de 1933, antes da implantação do profissionalismo, o jogador Nilo declarou à imprensa que não viajaria porque não estava mais com vontade de dedicar ao futebol tanta atenção. Ele declarou que jogaria apenas vez ou outra, como distração.¹⁰⁷ Um ano depois essa situação seria inadmissível. O mesmo clube que argumentava lutar pela liberdade do jogador, cassou o registro de um atleta porque ele viajou sem autorização da direção.

“O Flamengo enviou à Liga Carioca um officio solicitando ao conselho que aplicasse ao *player* Novinha a pena de cassação do registro. Allega o grêmio rubro-negro que aquelle *inside* tendo se ausentado desta capital sem autorização expressa do club, inflingiu clausulas do seu contrato.”¹⁰⁸

As novas exigências do profissionalismo garantiram ao jogador a remuneração estabelecida por contrato, livrando o atleta das incertezas do “bicho”. Por sua vez, garantiu ao clube prerrogativas sobre a carreira do atleta. Isso quer dizer que o profissionalismo não significou a conciliação entre jogadores de origem popular e clubes de futebol. O conflito não foi exclusividade do amadorismo. O que ocorreu com a implementação do contrato e do “passe” foi a transformação dos conflitos sociais existente entre as partes. O profissionalismo, no fim das contas, reorganizou as estratégias de ação tanto do dirigente como do jogador.

Por esse motivo, vários jogadores que se destacaram no período amador começaram a enfrentar dificuldades na era profissional. Outro exemplo foi a demissão do goleiro titular Amado, que foi muito mal recebida pela imprensa e pelos sócios do clube.¹⁰⁹ Amado era atleta amador desde os tempos do juvenil, e uma discussão com a direção do clube fez com que ele tivesse seu título de sócio cassado. A opinião dos contrários à demissão de Amado fundamentava-se na mesma questão: essa não era a tradição do Flamengo, expulsar sócios.

¹⁰⁶ *Idem.*

¹⁰⁷ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 09 de março de 1933.

¹⁰⁸ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 14 de julho de 1934.

¹⁰⁹ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 11 de agosto de 1934.

Acontece que o momento do clube exigia a invenção de uma nova tradição. A proteção aos sócios estava sendo superada pela exaltação da disciplina profissional. Sendo sócio ou não, a equipe de futebol precisava ser gerida a partir de uma lógica profissional. Não se jogava mais por amor, mas sim por contrato. O descumprimento do contrato, seja por parte de qualquer jogador, precisava resultar em afastamento. Os jogadores que compreenderam essa nova realidade alcançaram muito mais êxito nas negociações com as direções dos clubes. Vale destacar que em 1934 o discurso da disciplina ainda estava incipiente, mas surgia como a grande novidade na gestão do clube.

No campeonato de futebol de 1934, nada de novo. Mesmo com as contratações, o Flamengo voltou a amargar a sexta colocação, ficando na frente apenas do Bonsucesso. De positivo, houve a liberação do empréstimo concedido através de decreto do interventor Pedro Ernesto para as obras de construção do estádio da Gávea fossem iniciadas.¹¹⁰

Mesmo após conflitos com jogadores e uma péssima campanha no campeonato do Rio de Janeiro, o ano foi avaliado de maneira positiva pelos sócios e pela imprensa. Tanto que Bastos Padilha foi reeleito pelo conselho deliberativo do clube. Aliás, em discurso pronunciado no ato da reeleição, Alberto Borgeth, ex-jogador e um dos fundadores do departamento de terra do clube, exaltou os feitos de Padilha em sua empreitada profissionalista. Segundo Borgeth a principal realização do ano de 1934 foi a reorganização do clube. O ano seguinte estava carregado de expectativas muito otimistas.

O “presidente de ferro”: crise e centralização em 1935

Em 1933 houve a doação do terreno onde seria construído o Estádio da Gávea. Em 1934 houve a liberação do empréstimo por parte do interventor Pedro Ernesto para a realização das obras. O ano de 1935, para não fugir a regra, também foi marcado por vultosas doações patrimoniais.

O Natal de 1935 foi verdadeiramente celebrado pelo Flamengo. No dia 22 dezembro, o clube recebeu do governo federal o terreno do Morro da Viúva. O terreno doado serviria para a construção da piscina e do ginásio do clube.

¹¹⁰ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 9 de novembro de 1934.

“Um acontecimento de grande importância para o C. R. Flamengo foi hontem assinalado. É que o chefe do governo sancionou o projecto de lei que cede ao rubro-negro, por aforamento perpétuo, um terreno no morro da viúva... A notícia, como se vê, é das mais auspiciosas para a família flamenga, cujo patrimônio vem assim de ser enriquecido graças ao trabalho incessante e dedicado de sua atual administração.”¹¹¹

Tudo indica que a escolha política do clube pelo profissionalismo estava rendendo bons frutos. Ao menos, a relação com o poder estatal era bastante saudável.¹¹² Aliás, em 1935, a relação entre os dirigentes das ligas profissionais com o Estado começou a ganhar contornos mais nítidos. A partir desse ano, os próprios dirigentes através da imprensa esportiva começaram a reivindicar a atuação do Estado para resolução da cisão entre entidades profissionais e amadoras.

Um dos primeiros grandes imbróglis que contou com a participação direta do presidente Getúlio Vargas foi a questão do reconhecimento do Comitê Olímpico Brasileiro, o COB. O Comitê Olímpico Brasileiro até 1935 esteve submetido à CBD, entidade amadora. Mas em maio de 1935, Arnaldo Guinle, presidente da Liga Carioca profissional e dirigente do COI – Comitê Olímpico Internacional – viajou para a Europa visando obter reconhecimento para o novo COB que estava sendo reorganizado, desvinculado da CBD. As Olimpíadas de 1936 se aproximavam e o comitê brasileiro precisava solucionar o problema dos atletas das ligas profissionais, já que em tese somente atletas amadores filiados à CBD poderiam representar o Brasil.

Arnaldo Guinle embarcou para a Europa em busca do reconhecimento do Comitê Internacional e, dias antes da viagem, recebeu o seguinte comunicado do presidente Bastos Padilha:

“Um apello da directoria ao seu quadro social para que a torcida rubro-negra compareça amanhã a tarde ao embarque do dr. Arnaldo Guinle que parte para a Europa no *Massilia*. É essa uma homenagem que o Flamengo deseja prestar ao presidente do conselho da LCF que torna-se cada vez mais digno da admiração e do apoio de todos os desportistas pela sua actuação na *liderança* na corrente que se bate pela especialização.”¹¹³

¹¹¹ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 22 de dezembro de 1935.

¹¹² Não foi possível demonstrar neste trabalho a existência de uma relação mais próxima entre o interventor Pedro Ernesto e José Bastos Padilha. Mas não deixa de ser impressionante a quantidade de doações recebidas pelo Clube de Regatas do Flamengo no período em que Pedro Ernesto foi prefeito do Distrito Federal.

¹¹³ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 24 de maio de 1935.

No retorno ao Brasil, Guinle teve que responder sobre as acusações da CBD de que estava descumprindo regramentos internacionais. A CBD tratou do caso levantando o baluarte da legalidade. Porém Guinle conseguiu reverter a situação a favor do novo comitê que se formava através de uma estratégia bem articulada. Guinle através do COB convidou o presidente Vargas para ser o presidente de honra da instituição, e o chefe do governo aceitou. Arnaldo Guinle transferiu assim a legalidade para o lado dos profissionalistas, que passavam a contar com o apoio manifesto do Estado.¹¹⁴

Declarando apoio a Arnaldo Guinle e contando com as contrapartidas estatais do Governo Vargas, a gestão Padilha arquitetou uma rede de alianças que permitiu ao Flamengo (re)construir seu patrimônio material e simbólico.

Bem estabelecida as redes de aliança do clube, faltava a Padilha encontrar respaldo interno, do conselho deliberativo. O conselho deliberativo do C. R. Flamengo é constituído até os dias atuais por um arranjo institucional suscetível às crises. Isso porque há no conselho um corpo permanente que reúne, entre outros, ex-presidentes que em grande parte das vezes organizam severa oposição ao presidente em exercício. Exemplo maior da histórica instabilidade política do clube é que entre 1895, ano da fundação, até 1933, ano da eleição de Padilha, onze presidentes haviam renunciado. Até hoje, apenas três mandatários cumpriram cinco anos de mandato em seqüência, e já houve mais seis afastamentos de presidentes, sendo que um por *impeachment*.¹¹⁵

Padilha testou a estabilidade da sua gestão após um jogo entre em Flamengo e Fluminense, pelo campeonato carioca de futebol. O Flamengo perdeu a partida e a diretoria reclamou que as bolas utilizadas no jogo não foram as oficiais da Liga. Os diretores Hilton Santos, Antenor Coelho e Gustavo de Carvalho exigiram que a presidência do Flamengo entrasse com um protesto contra a legalidade da partida. Entretanto, Bastos Padilha se recusou a entrar com protesto contra o Fluminense, alegando que não o fez por uma questão moral. Certamente para Padilha a boa relação política com o Fluminense de Arnaldo Guinle era mais importante que a vitória no Fla-Flu.

Ciente de que não cumpriu a decisão tomada pela diretoria e pelo conselho, Bastos Padilha colocou seu cargo a disposição. A renúncia foi anunciada no dia 15 de outubro e repercutiu na imprensa no dia seguinte como uma bomba. “O presidente do

¹¹⁴ Arnaldo Guinle concedeu longa entrevista ao *JS* sobre o caso. *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 04 de dezembro de 1935.

¹¹⁵ Fonte: http://www.flamengo.com.br/flapedia/Presidentes_do_Flamengo, 12/01/2012.

Flamengo se recusou a protestar contra a legalidade do Fla-Flu”¹¹⁶, estampou a capa do periódico. “Bastos Padilha apresentando sua renúncia à presidência depôs o cargo nas mãos do sr. José Agostinho Pererira da Cunha, sócio número 1 do Flamengo.”¹¹⁷ Três dias depois o conselho deliberativo recuou e o presidente Padilha reassumiu seu cargo sem levar adiante o protesto contra o Fluminense. Ganhava força nesse momento a fama de centralizador de Padilha.

Resolvido o problema interno, o clube deu início aos eventos que passariam a ser marca registrada da gestão Padilha. O primeiro grande evento promovido pelo Flamengo em parceria com a imprensa ocorreu no fim de 1935. A corrida de triciclos era parte da comemoração do aniversário de quarenta anos do clube. Os bailes de gala estavam mantidos, mas passava a haver também uma celebração na rua, voltada para a participação da torcida.

A prova foi disputada na manhã de domingo em Copacabana e contou com ampla cobertura jornalística. Vale registrar que todas as vezes que a prova foi citada no *Jornal dos Sports*, a palavra “popular” esteve presente na divulgação do evento. “Dezenas de estabelecimentos comerciais desta capital, setenta e três concorrentes, participaram domingo da Primeira Prova Popular de Tricycles, promovida pelo C. R. Flamengo,”¹¹⁸ destacou o jornal.

Em 1935 Padilha começou a organizar a guinada que aconteceria no ano seguinte, 1936. O posicionamento a favor do profissionalismo se consolidou¹¹⁹, as relações internas do clube se estabilizaram e até mesmo a equipe de futebol começou a melhorar. Jogadores como Marin e Sá, destaques da equipe, que tinham propostas de clubes até do exterior, resolveram renovar seus contratos e ficar no Flamengo. As campanhas publicitárias começavam a fazer sucesso e o clube dava passos para além da sede. O patrimônio crescia e a boa relação com Estado facilitava o equilíbrio das finanças. Estabilidade política, aliados poderosos, crescimento econômico e marketing. Estavam postas as bases do profissionalismo flamengo.

¹¹⁶ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 16 de outubro de 1935.

¹¹⁷ *Idem*.

¹¹⁸ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 12 de novembro de 1935.

¹¹⁹ Vale dizer que os clubes ainda oscilavam nos seus posicionamentos sobre o profissionalismo. O Vasco da Gama, por exemplo, saiu em 1935 da Liga profissional por conta de um desentendimento com a direção do Flamengo por conta de problemas oriundos do remo. Até 1937, quando houve a pacificação, os clubes oscilavam entre amadorismo e profissionalismo. Sobre a questão do Vasco, ver NAPOLEÃO, Antonio Carlos. Op. Cit., p. 103.

O ano da virada, no campo e na arquibancada: 1936 e o projeto de popularização

Arrisco afirmar que 1936 foi o ano mais importante da história do C. R. Flamengo. Nem de perto foi o mais vitorioso em termos desportivos, afinal, o jejum de títulos no futebol continuou. Mas foi o ano em que o clube se consolidou definitivamente como um dos grandes clubes da sociedade civil brasileira, passando a ser importante não apenas na esfera esportiva, mas também na esfera cultural.

Em 1936 o Flamengo assumiu definitivamente a sua identidade social: o clube da nação brasileira. É claro que não apenas o Flamengo mantinha boas relações com o Estado brasileiro. O Fluminense e o Botafogo tinham dirigentes muito mais influentes nos círculos de poder do que o Flamengo. Basta citar Arnaldo Guinle e Luis Aranha. Mas a relação estabelecida pelo clube com a nação não se resumiu aos arranjos políticos com o estado nacional. Em 1936 o Flamengo assumiu de vez o vínculo simbólico com os valores nacionalistas que eram divulgados pela propaganda getulista. Os elementos simbólicos do nacional-estatismo getulista foram incorporados à identidade do clube e conferiram significado social ao clube.

Em termos patrimoniais, tudo caminhava muito bem. O número de sócios ultrapassou todas as metas estabelecidas pelo clube e o quadro social já continha mais de sete mil sócios. Dez vezes mais do que no início do mandato de Padilha. Somente em janeiro de 1936, seiscentos e sessenta e um novos sócios entraram para o clube. O patrimônio declarado pelo clube superava sete mil contos de réis e estava assim distribuído.

“O campo com 7200 metros quadrados calculando-se 60\$000 o metro, temos 4320 contos de réis. O terreno do morro da viúva 1000 contos de réis, a sede e o respectivo terreno foram avaliados em 1400 contos de réis. Ahi temos 6720 de réis. Acrescente-se o valor dos trophéos, dos móveis, do material sportivo, inclusive barcos e teremos mais de 7000 contos.”¹²⁰

O impacto desse enriquecimento afetou o clube dentro e fora de campo, de maneira articulada. Dentro de campo com a formação de um dos maiores times que o clube já teve. Fora de campo com as campanhas publicitárias e com as obras do Estádio da Gávea.

Pode causar estranheza dizer que o Flamengo não era um clube vitorioso. As referências ao Flamengo nos dias de hoje exaltam a condição de clube vencedor.

¹²⁰ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 18 de fevereiro de 1936.

Porém, analisando objetivamente os números do futebol do clube, pode-se perceber que o cenário não era positivo até meados da década de 1930.

Observando os campeonatos da década de 1930, não há como afirmar que o clube figurava entre os maiores campeões. Em 1930, o Flamengo ficou em oitavo lugar no campeonato carioca, tendo sido goleado por seis gols a um pelo Syrio-Libanês. Em 1931, sexto lugar e três goleadas: cinco a um para o Botafogo, sete a zero para o Vasco da Gama e seis a dois para o Bonsucesso. Em 1932, um resultado melhor: vice-campeão. Em 1933, último colocado em um campeonato com seis equipes. Em 1934, sexto lugar com sete equipes e nova goleada para o Vasco da Gama. Em 1935, terceiro lugar, novamente atrás de Fluminense e América, os únicos grandes que disputaram o campeonato.

É certo que o resultado desportivo não explica a popularidade de um clube de futebol. Mas não adiantaria marketing e crescimento patrimonial para um time que não expressasse em campo as vontades do torcedor comum. Na verdade, a equipe não precisava nem mesmo vencer o campeonato, mas precisava ter jogadores que despertassem no torcedor o vínculo afetivo. Era preciso inventar os ídolos.

A montagem da equipe de 1936 seguiu essa receita. Inevitavelmente, com a chegada de ídolos, a equipe se fortaleceu. Mesmo assim não ganhou o campeonato. Mas pela primeira vez fez frente aos maiores adversários em termos técnicos e contou com jogadores que mesmo na derrota, reforçavam o sentimento de vínculo do torcedor. A história do esporte é repleta de atletas que são ídolos incontestáveis mesmo não tendo sido grandes vencedores. Rivellino foi ídolo do Corinthians sem ser campeão, Maradona é ídolo do Boca Juniors mesmo tendo jogado em uma época ruim para o clube. Batistuta é endeusado pelos torcedores da Fiorentina porque caiu para a segunda divisão do campeonato italiano e renovou o contrato. Ou seja, não é preciso vencer para ser ídolo. O ídolo não se mitifica por ser infalível, mas, na definição de Mircea Eliade, por representar um modelo exemplar de comportamento e ações que orientam o homem em sua inserção no real.¹²¹

O novo torcedor do Flamengo, de origem popular, precisava olhar para o campo e se reconhecer. Seja pelo jeito de jogar, seja pela trajetória de vida dos atletas, ou principalmente pelas ações do jogador fora de campo. Precisava querer se projetar em alguém que estivesse vestindo a camisa do clube. Mas os ídolos não se impõem àquele

¹²¹ ELÍADE, Mircea. *O sagrado e o profano: a essência das religiões*. São Paulo: Martins Fontes, 2008, p. 85.

que adora. A adoração é recíproca, e somente se concretiza quando as idiossincrasias do ídolo conseguem organizar os significados da experiência social de quem idolatra. Por esse motivo, uma mudança primordial precisava ocorrer no Flamengo. O torcedor comum, popular, que ele tanto exaltava nas campanhas nacionalistas, era, em grande maioria, negro. O Flamengo precisava contar com jogadores negros.

Isso não significa afirmar que o torcedor negro se sentia representado apenas por jogadores negros. Admitir tal idéia seria o mesmo que intuir que a identidade negra era a única motivação simbólica das camadas populares. Porém, no universo de possibilidades identitárias dos sujeitos populares em um contexto de marcadas clivagens raciais, a incorporação de atletas negros inevitavelmente contribuiu para o êxito do diálogo entre o clube e as camadas menos abastadas. E para que tal canal de diálogo de fato funcionasse, não bastava contratar qualquer jogador negro ou de origem pobre. Era preciso trazer jogadores que já tivessem destaque na seleção brasileira ou em outros clubes. Em 1936, os três maiores ídolos negros do futebol brasileiro vieram para o Flamengo. Três grandes jogadores que, além de fortalecer o time, iriam criar o vínculo necessário entre clube e torcida. O primeiro a assinar contrato foi Fausto dos Santos.

Fausto, apesar de ter sido ídolo, hoje não figura no hall dos maiores jogadores brasileiros de todos os tempos. Talvez o seu temperamento arredio, avesso às exigências do esporte profissional tenha contribuído para esse esquecimento. Por isso nos dias atuais, não se tem a dimensão do significado de ter um jogador como Fausto dos Santos no time. Fausto jogava no poderoso Nacional do Uruguai, país bicampeão olímpico e campeão da primeira Copa do Mundo. Ele era um jogador disputado, caro e famoso. E a situação contratual dele era muito complicada.

Fausto tinha sido jogador do Vasco em 1934. Ao receber uma proposta tentadora do futebol uruguaio, ele deixou o clube cruzmaltino e disputou o campeonato de 1935 pelo Nacional. Mas ele não cumpriu todo seu contrato com o clube. Após uma derrota para Peñarol, em que ele foi acusado de ter entregado o jogo de propósito, Fausto voltou ao Rio de Janeiro acusando a direção do Nacional de ter armado a confusão para não lhe pagar os valores que ainda deviam. Na época, ao não ficar pelo menos um ano em um clube, o jogador voltava a pertencer ao clube anterior. No caso do Fausto, o Vasco da Gama.

Mas como Fausto havia saído do Vasco de maneira abrupta, a direção vascaína não queria contar mais com o jogador. Dessa forma, Fausto ficou encostado, preso ao Vasco, mas sem jogar. Vários clubes tentaram contratar Fausto. O Atlético Mineiro

mandou seu treinador ao Rio de Janeiro para buscar o jogador. O São Cristóvão anunciou o atleta. O Botafogo chegou a especular sua contratação. Mas todos esbarravam na Censura Teatral, órgão da polícia que registrava os jogadores e que vinculava o “Maravilha Negra” ao Vasco. O Vasco, por sua vez, respaldado pelo contrato, exigia uma indenização para liberar o passe livre para o jogador. Fausto encontrava-se numa situação delicada.

Sem muito alarde, o Flamengo, interessadíssimo no jogador, adotou outra estratégia. Em vez de tentar contratar o jogador através de uma negociação com o Vasco, o clube rubro-negro resolveu buscar um advogado que contestasse a validade do contrato na Censura Teatral. O Vasco, que na época nem pertencia a associação amadora, dificilmente cederia o jogador para o rival. O jeito era provar que ele não possuía vínculos com os *Camisas Negras*.

Após cinco meses de avanços e recuos nas negociações, chegou-se a seguinte situação: o advogado de Fausto, que agia em nome do Flamengo, alegava que contratos entre partes civis não podiam ser fiscalizados pela polícia. Esse assunto era de competência da justiça. Desconsiderando a validade do vínculo com o Vasco, o Flamengo anunciou o jogador, fato que causou revolta entre os vascaínos. Sem contar com o respaldo legal, e com o Sr. Pitta de Castro, chefe da Censura Teatral, tendo encerrado o assunto, restou ao Vasco ceder o jogador como demonstração de cordialidade entre os dois clubes.

Todo esse esforço para ter um jogador era novidade. Fausto chegou ao clube em março de 1936 com status de ídolo, com a faixa de capitão e representando uma nova fase. A fase dos craques negros.

O segundo ídolo negro que chegou ao Flamengo foi Leônidas da Silva. O jogador pertencia ao Botafogo, clube que nunca simpatizou muito com a figura do atleta. Leônidas foi parar no Botafogo por conta da Copa do Mundo de 1934, em que todos os jogadores precisaram romper seus contratos profissionais para serem convocados pela CBD. O problema foi que na volta da Copa, por não terem registro profissional, esses jogadores ficaram com poucas opções para atuar, pois tinham que jogar em clubes da associação amadora. A CBD acabou levando boa parte dos jogadores que atuaram na Copa do Mundo de 1934 para o Botafogo, entre eles Leônidas.

Acontece que o Botafogo nos anos 1930 ainda preservava um caráter aristocrático que fazia com que o próprio torcedor do clube não simpatizasse muito com

Leônidas. Afinal de contas, Leônidas era bastante polêmico. Sobre ele recaíam as acusações de ter desertado do exército, de ter baixado as calças para o público em jogo do Bonsucesso, de ter roubado as jóias de uma suposta amante – daí o apelido Diamante Negro – de assinar contratos com mais de um clube ao mesmo tempo¹²². Por isso o Botafogo não fez o devido esforço para segurar o jogador.

No dia 10 de julho de 1936 o Flamengo anunciou a contratação de Leônidas da Silva e menos de um mês depois, no dia primeiro de agosto, o terceiro ídolo fechou contrato com o clube: Domingos da Guia. Estava montada a espinha dorsal do time que mudou a trajetória do clube.

Espinha dorsal tanto no sentido técnico quanto identitário. No sentido técnico, a chegada dos três representou a melhora significativa do time. Três jogadores de seleção, sendo que um zagueiro, um meio-campista e outro atacante. Um para cada setor da equipe. No sentido identitário, três ídolos com comportamentos distintos e complementares.

Fausto era o mais agressivo dos três. Jogador dos tempos do amadorismo, mais velho que Domingos e Leônidas, avesso a negociação com diretoria de clube. Jogador intempestivo, que chegou a sentar em campo durante um *Fla x Flu* para protestar contra a arbitragem, Fausto representava aquilo que havia de mais conflituoso no futebol. Um jogador negro, pobre e consciente do racismo que sofria.

Leônidas era o gênio do improviso. Rápido, driblador, incorporava os significados da boemia e da *ginga* brasileira. Não entrava em atrito com técnicos e diretores. Quando não queria jogar, inventava uma contusão. Conseguia transitar nos meios mais sofisticados e nos mais pobres. Dentro do arcabouço simbólico da identidade nacional brasileira, representava o bom malandro.

Domingos era o trabalhador padrão. Jogador requintado e pai de família, guardava dinheiro para garantir o futuro dos filhos e sentava-se à mesa com os diretores dos clubes para negociar os próprios contratos. Disciplinado e correto, Domingos representava a moral do trabalhador.

Estava formada a tríade simbólica que serviria como elo entre o Flamengo e as camadas mais populares. Não é demais repetir que nesse período os meios de comunicação difundiam-se e o futebol começava a consolidar a sua vocação midiática.

¹²² Sobre a vida de Leônidas da Silva, ver: RIBEIRO, André. *O diamante eterno: biografia de Leônidas da Silva*. Rio de Janeiro: Gryphus, 1999. & SOUZA, Denaldo Alchone. *O Brasil entra em campo: construções e reconstruções da identidade nacional (1930-1947)*. Rio de Janeiro: Anna Blume, 2008.

Não havia ainda gerações de torcedores consolidados, que transmitiam a escolha do time de pai para filho. O Flamengo se associou ao discurso da mestiçagem no momento de difusão do futebol como elemento da cultura nacional. Mas isso não significou uma simples identificação dos negros e mestiços com o clube, como se bastassem jogadores negros para que ocorresse a adesão às cores da agremiação. O que se criou com essas contratações dos jogadores foi um canal de diálogo mais amplo entre os valores sociais correntes e a instituição.

O negro genial e agressivo, o negro genial e malandro, o negro genial e disciplinado. Valores de negociação e conflito estavam representados por esses jogadores. Os intelectuais ligados ao Flamengo, por sua vez, não inventaram esses tipos mitificados que circulavam no imaginário social popular desde a sociedade escravista.¹²³ O que o clube fez foi dialogar com esses valores através de um projeto de popularização baseado no reconhecimento e institucionalização dos símbolos que circulavam pela sociedade.

Dessa forma, o processo de ampliação das bases populares dos clubes não ocorreu de maneira harmoniosa. Ao contrário, da mesma maneira que a contratação dos três jogadores era parte do projeto de popularização, a relação deles com os dirigentes foi altamente problemática. Para se ter idéia, Fausto foi punido pela direção diversas vezes. Numa delas, Padilha enfatizou: “o club faz mais questão da disciplina do que do jogador.”¹²⁴ Fausto faleceu em 1939 vítima de uma tuberculose adquirida ainda nos tempos em que jogava pelo Flamengo e a direção do clube se recusou a assumir as despesas do enterro. Leônidas foi diversas vezes acusado por treinadores de simular contusões para não jogar, e o diretor e depois presidente Gustavo de Carvalho teve sérios problemas de relacionamento com o craque, que acabou negociado na sua gestão. Por isso enfatizo que falar em diálogo entre clube, jogador e torcida não significa admitir a integração entre as partes e sim a interação. Partes que não negociavam criaram canais de comunicação a partir do profissionalismo; mas isso não significou a superação dos conflitos sociais existentes numa sociedade que permaneceu altamente hierarquizada.

Em sociedades hierarquizadas, a utilização do discurso da integração pode ser uma estratégia não apenas dos grupos dominantes, mas também dos grupos dominados.

¹²³ Sobre o assunto, ver: REIS, João José & SILVA, Eduardo. *Negociação e Conflito*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

¹²⁴ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 08 de maio de 1937.

Mais do que um artifício manipulador do Estado em associação com as classes dominantes, o discurso da mestiçagem permitiu que o futebol se transformasse no espaço social de exaltação de costumes antes condenados. Seguindo as indicações da historiadora Rachel Soihet e de outros autores que tratam do tema, não pode ser desprezado o fato de práticas culturais antes definidas como crime, terem se tornado elementos centrais da identidade nacional a partir dos anos 1930¹²⁵, mesmo reconhecendo que isso era parte de um projeto de poder. Por esse motivo entendo o desporto como um espaço conquistado pelas camadas populares, e não como uma concessão manipuladora. Considerando a configuração social dos clubes da Primeira República é possível perceber que a entrada dos negros nessas instituições representou uma conquista simbólica e material. Nesses termos, o mito da mestiçagem serviu como uma estratégia de inclusão na medida em que os sujeitos históricos que se valeram desse discurso lograram ampliar as suas formas de participação em espaços de sociabilidade antes totalmente restritos.

É preciso enfatizar também que o projeto de popularização do Clube de Regatas do Flamengo não foi obra de mentes iluminadas que criaram a torcida. O mérito da direção do clube foi ter sabido dialogar com as camadas populares através de campanhas publicitárias. Mas os rumos que esse processo tomou não estavam sob controle absoluto da direção do clube. Os significados do “torcer” para o Flamengo não foram forjados de cima para baixo. Conforme afirma Maria Helena Capelato, com base em autores dedicados à História Cultural,

“A eficácia das mensagens depende dos códigos de afetividade, costumes e elementos histórico-culturais dos receptores. Por isso, o efeito não é unívoco e a mesma mensagem pode ser interpretada de maneiras diferentes, produzindo ações diferentes”.¹²⁶

¹²⁵ Na música esse fenômeno é amplamente estudado pela historiografia, com trabalhos que analisam a influência dos ritmos e danças africanas sobre a musicalidade brasileira. No futebol, podemos utilizar como exemplo a participação dos torcedores durante as partidas. Antes condenada na Primeira República, passou a ser a marca registrada da paixão brasileira pelo futebol. Vide as ruas fechadas em dias de jogos da seleção nacional de futebol, fato que hoje é encarada como manifestação cultural. Sobre o assunto referente à musicalidade, ver: SANDRONI, Carlos. *Feitiço decente: as transformações do samba no Rio de Janeiro (1917-1923)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001; SOIHET, Rachel. *A subversão pelo riso: estudos sobre o carnaval carioca da Belle Époque ao tempo de Vargas*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1998; VIANNA, Hermano. *O mistério do samba*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

¹²⁶ CAPELATO, Maria Helena R. *Multidões em cena*. Propaganda política no varguismo e no peronismo. Campinas/São Paulo, Fapesp/Papirus, 1998, p. 38.

Em consonância com a ascensão dos jogadores negros no clube, estavam as campanhas nacionalistas. Em 1936 houve o primeiro acontecimento emblemático de associação do clube aos símbolos patrióticos. Isso ocorreu na Regata Internacional de Berlim, disputada por atletas da Alemanha, França, Irlanda, Polônia e Suíça.

A CBD, por conta do dissídio entre amadores e profissionais, não autorizou a disputa dos atletas do Flamengo na competição. Entretanto, mesmo com a proibição da Confederação Brasileira de Desportos, o clube fez a inscrição dos seus atletas¹²⁷ e enviou uma delegação representando o Brasil no evento. Bastos Padilha alegou que contava com o apoio da Federação Internacional, a FISA, e por esse motivo autorizou a participação dos remadores do clube.

“As guarnições do Flamengo foram autorizadas pela FISA a intervir... Não me regozijo pela victoria da facção a que eu pertenço. Declaramos que os nossos barcos correriam. Disseram que e elles correram. Alegro-me antes do mais porque foram brasileiros que brilharam... Como brasileiro, alegro-me pela figura esplêndida dos nossos patrícios, sem distinguir se são desta ou daquela facção.”¹²⁸

Os dirigentes da CBD, aliados da FISA, questionaram a autorização e após as regatas alegaram que nenhum barco rubro-negro competiu na Alemanha. O C. R. Flamengo garantiu oficialmente que seus atletas disputaram as competições e que conquistaram posições honrosas. Através da imprensa, dirigentes da CBD, facção amadora, e José Bastos Padilha, dirigente da facção das especializadas (profissional), travaram um debate acerca da participação do clube no evento que acabou enveredando por questões de cunho nacionalista.

O dirigente da CBD e do Botafogo, Carlos Martins da Rocha, mais conhecido como Carlito Rocha, contestou formalmente a participação do Flamengo na competição e chegou a afirmar que “a participação do Flamengo nas regatas de Grumau é a maior mentira sportiva de todos os tempos.”¹²⁹ Padilha respondeu a acusação no mesmo tom agressivo: “seria uma atitude ridícula a minha se fosse perder tempo para demonstrar que se realizou um facto que todos sabem ter acontecido. Talvez digam que essas coisas do Carlito sejam próprias dos tempos modernos.”

¹²⁷ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 29 de maio de 1936.

¹²⁸ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 30 de junho de 1936.

¹²⁹ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 14 de julho de 1936.

A questão ficou ainda mais tensa quando o Flamengo foi buscar respaldo político na figura do presidente Getúlio Vargas. Em uma atitude estratégica, Padilha concedeu ao presidente do país o título de presidente de honra do clube durante festividades que celebravam a participação do Flamengo em Berlim. Após a entrega do título, Vargas congratulou o clube pela “brilhante figura de suas guarnições nas regatas internacionais.”¹³⁰

A congratulação feita por Vargas foi utilizada pelo clube para legitimar a participação dos seus atletas nas regatas. Rebatendo as acusações da CBD, Padilha afirmou: “Não creio que a CBD ponha em dúvida a palavra do honrado presidente da República. Pois bem, quando o Flamengo foi levar a S. Excia o título de presidente de honra do nosso club, o dr. Getulio Vargas disse-lhe: O Flamengo brilhou na Alemanha, ouvi a irradiação das regatas.”¹³¹ Diante da palavra do presidente, o que a CBD, ávida por apoio estatal, poderia fazer?

Outra atitude tomada pela direção do clube visando confirmar a participação dos barcos do Flamengo foi a divulgação de uma carta enviada por um dos membros da delegação que viajou para Berlim. Se a carta é de fato legítima, é difícil afirmar. Mas seu conteúdo indica qual era a posição do clube diante da situação. A direção do Flamengo tratou o caso como uma questão nacional. A participação do clube significava a participação da nação brasileira. A negação da participação do clube significava desconfiar dos êxitos dos símbolos nacionais. A carta enviada pelo remador dizia:

“Caríssimo sr. Padilha, Dispondo-me ao grato dever de formular alguns dizeres que sejam portadores do meu saudoso abraço ao insigne e incomparável amigo, faço-o não só de modo particular, mas também como membro gratissimo da Delegação Brasileira. Desde o momento em que largamos rumo a esta bella Allemanha tenho em mente a sua expressão: ‘brasileiros, confio na vossa disciplina e no vosso patriotismo’, e dentro della procurarei com todas as forças corresponder a confiança de que sou depositário, como brasileiro, honrando o nome do nosso querido Brasil com a victoria sportiva. Tratados por cortezia inescdíveis por parte deste grande povo, temos procurado corresponder elevando assim, não só o nosso Brasil como o nosso glorioso Flamengo.”¹³²

¹³⁰ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 10 de julho de 1936.

¹³¹ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 14 de julho de 1936.

¹³² Carta enviada pelo remador Henry ao presidente do C. R. Flamengo, publicada no *Jornal dos Sports*, 07 de julho de 1936.

Padilha sustentou a defesa do Flamengo no debate contra a CBD respaldado primeiro pelos valores nacionalistas, depois pelo presidente Vargas. A legitimidade do clube assentava-se no fato de utilizar a força política e simbólica desses dois aliados.

A resposta de Carlito Rocha apenas confirmou a estratégia utilizada pelo Flamengo. Carlito em entrevista ao *JS* reclamou: “a exploração de que o Flamengo defendeu ou defendera o nome do Brasil é uma tola asserção sentimental. Ninguém é mais brasileiro e ama mais a sua terra do que eu.”¹³³

Contra a pressão de Carlito e da CBD, coube ao Flamengo buscar apoio no Estado. E ao buscar apoio no Estado e nas causas nacionalistas, Padilha deixou seu rival numa situação delicada. Carlito, em vez de denunciar a retórica nacionalista, ao contrário, baseou-se nela para dizer que não cabia ao Flamengo o papel de representante da nação. Em outras palavras, no lugar de combater o discurso ufanista do rival, ele questionou a legitimidade do Flamengo de falar em nome da nação. Isso indica como os diversos setores da sociedade civil, mesmo antagonistas, estavam articulados em torno do nacionalismo nesse período. Por esse motivo, aqueles que conseguiram se apropriar desses valores de maneira mais visível, certamente passaram a contar com maior simpatia da sociedade brasileira.

Outro ponto que merece ser citado nessa questão diz respeito à convocação do Estado como mediador da disputa política. É muito comum na historiografia brasileira encontrarmos estudos sobre a atuação do Estado como regulador das políticas desportivas, principalmente a partir do Estado Novo. De fato, houve interesse do Estado em coordenar uma política desportiva baseada na centralidade institucional e na utilização do desporto como instrumento de propaganda.¹³⁴ Por outro lado, é interessante mostrar também quando as instituições da sociedade civil recorreram ao Estado como forma de solucionar dilemas sociais. O acontecimento envolvendo o Flamengo em Berlim mostrou como não só o Estado agiu visando a organização do desporto brasileiro, submetendo os clubes – entidades civis – ao seu controle. Pelo contrário, nesse caso o Estado foi convocado por ambas as partes envolvidas. A atuação do Estado no campo desportivo a partir da década de 1930 é inegável, mas é interessante também destacar o quanto a participação estatal foi resultante de demandas sociais.

¹³³ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 15 de julho de 1936.

¹³⁴ Podemos destacar: MANHÃES, Eduardo Dias. *Política de esportes no Brasil*. Rio de Janeiro: Graal, 1986. & SARMENTO, Carlos Eduardo. *Origens da fundação da pátria de chuteiras*. http://www.ibase.br/userimages/dv33_espacoaberto.pdf, 10/12/2011.

O ano de 1936 marcou o momento em que o nacionalismo e a mestiçagem passaram a fazer parte da identidade do clube. E esse processo não ocorreu por imposição do Estado, nem por invenção da imprensa. Ao contrário, o Estado foi convocado para dentro do clube. A reformulação do Flamengo, que teve início com a profissionalização e culminou com a nacionalização do clube, não foi o resultado do controle estatal ou da simples propaganda da integração das raças. A popularização do clube reproduziu os conflitos simbólicos que circulavam no imaginário social; mas ao reproduzir esses conflitos, permitiu aos atores sociais envolvidos se identificarem com o clube que estava envolvido diretamente nessas questões. É inegável que integração e nacionalismo estavam no cerne dos dilemas sociais enfrentados pela sociedade brasileira nos anos 1930. Porém, mais do que servir como mero divulgador desses dilemas, o clube, ao convocar o Estado como aliado, ao defender os ritos nacionalistas e ao contratar jogadores de origens populares, funcionou como espaço de experimentação dos embates políticos e culturais existentes na sociedade brasileira. Não afirmo com isso que os mitos da democracia racial e da nação integrada tenham cooptado de maneira passiva o ingênuo torcedor seduzido por um discurso nacionalista redentor. Afirmo sim que ao trazer para o futebol a complexa rede de valores que envolviam os dilemas sobre negociação e conflito, nacionalidade e regionalidade, mestiçagem e integração, o clube criou um alfabeto simbólico legível para o brasileiro que começava a escolher as agremiações de futebol para torcer. Em outras palavras, essas questões faziam parte das estratégias de sociabilidade brasileira, e por isso eram populares.

Principalmente por esse motivo, um clube que até os anos 1930 primava pelo elitismo e pelo refinamento, passou em menos de dez anos a representar a popularidade brasileira, a frente de clube operários, como o Bangu, e a frente de clubes historicamente populares, como o Vasco da Gama. Por se identificar com as principais questões sociais existentes no Brasil, o Flamengo, clube nacionalista, conseguiu atrair mais adeptos do que os clubes operários, os clubes aristocráticos e os clubes de imigrantes. A questão nacional sobrepuja essas questões nos anos 1930.

Às futuras gerações flamengas: as campanhas publicitárias de 1937

O último ano da gestão José Bastos Padilha foi marcado pelas campanhas publicitárias voltadas para a formação de gerações de torcedores. No ano da pacificação

dos esportes, com a oficialização do profissionalismo e com a reunificação do campeonato carioca, que estava dividido entre clubes amadores e profissionais, o clube viveu tempos de grande otimismo e agitação.

Dentro de campo, a equipe repleta de grandes jogadores havia feito uma campanha valorosa em 1936. Ficou em segundo lugar, tendo perdido o campeonato apenas no jogo desempate contra o Fluminense. Entretanto, como já foi mostrado no primeiro capítulo, perdeu em campo, mas ganhou na arquibancada, na competição das torcidas.

No dia 12 de fevereiro de 1937, foi capa do *Jornal dos Sports* o lançamento da primeira campanha de caráter pedagógico promovida pelo clube. O programa de educação física e cívica anunciava a preparação de milhares de crianças que formariam a futura *geração flamenga*. A notícia enaltecia o plano, que era o resultado final dos anos anteriores de transformação do clube.

“A obra realizada pela administração Bastos Padilha está enquadrada em um programa vasto, iniciado há quatro anos e que prossegue sem desfalecimentos. O programma não surgiu, claro, aos olhos do público, quando em 1933, o sr. Bastos Padilha assumia a presidência do Flamengo. Depois se chegou à evidência de que tudo obedecia a um plano traçado. Por isso mesmo, não houve um passo em falso. Mas a grandeza desse programma não conhecido em seus detalhes mínimos obriga a uma pergunta: qual será o programma de 1937 ou, pelo menos, qual será o ponto inédito do programma do Flamengo para 1937? Fala-se na campanha dos dez mil sócios, na contrução do stadium, mas esses pontos já foram atacados e caminham para a realização integral. A interrogação tem de buscar o inédito, se é que o Flamengo em 1937 vae emprehender o que não tentara em anos anteriores. Recebe-se então um sim. O sr. Bastos Padilha declara que o Flamengo vae preparar a futura geração flamenga.”¹³⁵

Em 1937, a meta final do processo de profissionalização começava a ser realizada: a popularização. A própria relação amistosa com a imprensa, que enaltecia os feitos do Flamengo destacando a continuidade das ações do clube, também era parte desse projeto. Não bastaria levar adiante um programa de popularização do clube se não houvesse canais de divulgação desses planos.¹³⁶

A campanha em si consistia em um plano de educação física para os filhos dos sócios do clube. Sem pagar a mais para freqüentar as escolinhas, as crianças poderiam freqüentar as quadras e campos do clube, tendo aulas sobre os fundamentos dos esportes

¹³⁵ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 12 de fevereiro de 1937.

¹³⁶ Exemplo que confirma essa boa relação eram os cocktails oferecidos pelo clube à imprensa. Vale ainda destacar que Mario Filho, cunhado de Padilha e dono do *JS* era freqüentador assíduo do clube.

e sobre moral e civismo do cidadão. A campanha ainda estava restrita aos filhos dos sócios, mas nessa época o quadro social tinha mais de sete mil membros. Por isso objetivo da campanha era alcançar mais de dez mil crianças, um número significativo para o Rio de Janeiro da década de 1930. Além disso, ainda era novidade no país um plano de educação física para jovens. Vale lembrar que apenas em 1931, com a Reforma Francisco Campos, a educação física passou a ser obrigatória no ensino secundário.¹³⁷

Nas declarações da direção do clube, a valorização da atividade física vinha sempre acompanhada da exaltação do sentimento nacionalista, pois essa era marca principal das campanhas do clube. Em todos os eventos promovidos pelo clube em 1936 e 1937, o objetivo maior era a exaltação da nação moderna e popular. Moderna, pois era a expressão da “raça” brasileira em constante progresso; popular porque era composta por diversos setores da sociedade, especialmente os trabalhadores. Essa perspectiva estava presente na declaração oficial do clube sobre a campanha educacional: “o Flamengo proporcionará educação física científica racional a milhares e milhares de crianças. Plasmará uma juventude eugênica, pronta a servir a Pátria em todos os domínios da actividade humana.”¹³⁸

Seguindo a perspectiva nacionalista corrente, Padilha destacou na solenidade de lançamento que a campanha de formação da geração flamenga era um “empreendimento gigantesco, que assume vital importância para os destinos da nacionalidade. As crianças de hoje formarão o Brasil de amanhã. Preparando a futura geração rubro-negra, o Flamengo trabalha pela pátria.”¹³⁹ Em última análise, a finalidade da campanha era “a exaltação de dois nobres sentimentos: o amor pela pátria e o interesse pela educação física.”¹⁴⁰

Ainda durante o lançamento da campanha de educação física, o clube anunciou a organização de um programa complementar ao plano de educação dos jovens torcedores. Contando com a parceria do *Jornal dos Sports* e de *O Globo*, o clube preparou um concurso aberto para todas as crianças em que o objetivo era a associação das palavras Flamengo e Brasil. As crianças teriam que colecionar os selos publicados nos periódicos e enviar uma carta contendo os selos e a frase criada. O concurso permitia a participação de crianças de até quinze anos e a frase que serviu como modelo

¹³⁷ MATTA, Dinalba Ferreira da. *A educação física no Brasil: com uma visão transformadora na educação básica, transpirando menos e pensando mais*. Lato & Sensus. Belém, vol. 2, n. 3, julho de 2001. p. 31.

¹³⁸ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 02 de março de 1937.

¹³⁹ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 13 de fevereiro de 1937.

¹⁴⁰ *Idem*.

para os concorrentes era a utilizada pelo clube nas medalhas dos atletas que participaram das Olimpíadas de 1936: “Como Flamengo, servi ao Brasil.”¹⁴¹

Os prêmios iam desde bicicletas, carrinhos de brinquedo, até bonecas, já que meninos e meninas estavam divididos em categorias diferentes. Os selos foram publicados entre os dias dois de março e trinta de abril, e o resultado do concurso foi divulgado no dia quatro de maio. Nesse tempo, o concurso que ficou conhecido como “Pelo Brasil e pelo Flamengo” mobilizou milhares de jovens torcedores.

A exaltação dos valores nacionalistas pelo Flamengo atingiu seu ponto máximo nesse concurso. Nenhum outro clube insistiu tanto na associação entre a sua marca e a nação. Nem mesmo o Fluminense, clube muito bem relacionado com o Estado Nacional, promoveu esse movimento de aproximação com o sentimento nacionalista. Até porque, o Fluminense após a profissionalização organizou os seus símbolos identitários em torno da preservação do caráter aristocrático que era marca do clube nos tempos da sua fundação. Por mais que o Fluminense tivesse sido o grande líder da articulação do processo de profissionalização, isso não significou no caso tricolor uma associação com a popularização do clube. E os valores nacionalistas correntes na década de 1930 dialogavam necessariamente com a questão popular.

Com a foto constantemente estampada na capa do *Jornal dos Sports*, Padilha divulgava os preceitos das campanhas do clube através de matérias de grande destaque, que muitas vezes ocupavam três páginas. Nessas matérias o patriotismo exacerbado chegava a ser caricato:

“Na grande família flamenga, cohesa, irmanada pelos mesmo anseios generosos, o jovem vê a sinthese de todas as nobres virtudes vivas, Flamengo e Brasil. Duas palavras que aparecem sempre juntas, porque ser Flamengo verdadeiro é uma forma de ser patriota.”¹⁴²

Seguindo o mesmo tom de Padilha, o *JS* de Mario Filho divulgava o sucesso do concurso. No dia nove do mesmo mês a manchete do jornal exaltava:

“Brasilidade – é o traço marcante da alma rubro-negra: toda a trajetória do Flamengo tem sido marcada por um vivo sentimento de brasilidade. É o traço predominante da alma rubro-negra. E isto é geralmente reconhecido na

¹⁴¹ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 14 de fevereiro de 1937.

¹⁴² *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 02 de março de 1937.

comunhão sportiva nacional. Basta folhear a correspondência referente ao grande concurso.”¹⁴³

No dia da divulgação do resultado dezenas de frases foram publicadas no jornal. A comissão julgadora, composta por Padilha e Mario Filho, examinou 5.526 cartas.¹⁴⁴ As frases que citavam o nome do presidente do Flamengo, mesmo não estando entre as vencedoras, foram divulgadas. As três mais destacadas foram: “Criança! Procura ser para o Brasil o que Padilha é para o Flamengo! Pedro Alvarez descobriu o Brasil e Padilha o Flamengo! Deus fez o mundo, Padilha o Flamengo!”¹⁴⁵

Em cinco anos de mandato, Padilha se tornou o primeiro presidente a dialogar com a torcida de um clube. Até então, os presidentes eram citados na imprensa esportiva apenas nos eventos sociais ou nas querelas entre dirigentes. Utilizando um forte discurso nacionalista e abrindo o clube para a participação da torcida, Padilha passou a ser associado à imagem de fundador do clube, como se antes dele não existisse Flamengo para ser vivenciado por esses sujeitos. Esse sentimento indica como o ato de torcer era uma experiência nova para o torcedor comum naquele momento.

As frases vencedoras foram enviadas por Marcio Lyra, de treze anos e Maria de Lourdes Magalhães, de 11 anos. O menino escreveu: “O Flamengo ensina: amar o Brasil sobre todas as coisas” e ficou com uma bicicleta. A menina recebeu o primeiro prêmio pela frase “Um Flamengo grande, um Brasil maior.” Outras frases premiadas foram: “Brasil e Flamengo, palavras que se confundem num mesmo sentimento”, “Flamengo, alerta pelo Brasil!”, “O Brasil é a Pátria dos meus sonhos, o Flamengo é o club do meu coração!”¹⁴⁶

A frase do menino Marcio Lyra acabou sendo utilizada pelo clube em eventos oficiais. Mas independente da consagração das frases vencedoras, todas as citadas no jornal eram marcadas pela mesma forma e sentimento dos slogans do clube. Torcida e clube estavam usando as mesmas referências simbólicas através da imprensa.

A campanha seguinte ao concurso das frases foi menos sofisticada. A proposta do clube era organizar uma prova popular para ver quem seria capaz de levantar cem quilos. Mais uma vez a divulgação do evento ressaltava:

¹⁴³ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 09 de março de 1937.

¹⁴⁴ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 04 de maio de 1937.

¹⁴⁵ *Idem*.

¹⁴⁶ Todas as frase foram publicadas no *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 04 de maio de 1937.

“Há dias apenas iniciamos a publicação sobre o certamen e já recebemos a adesão de grande numero de atletas. É interessante accentuar que a prova obedece a um cunho inteiramente popular, não havendo distinção de cor e política. Trata-se alias de um programa do Flamengo: sport para a massa, pelo Flamengo e para o Brasil!”¹⁴⁷

Todas essas campanhas eram vistas como parte de um só projeto, o programa de 1937. O propósito do programa de 1937, no fim das contas, era inventar e consolidar a marca publicitária do clube. Por isso a repetição incessante dos símbolos que configuravam essa marca: nação, popularidade e modernidade. Era mesmo como se fosse uma pregação desses novos valores. Repetição e visibilidade, estratégia fundamental utilizada no marketing. No cerne da divulgação dessa nova marca, ganhava corpo a expressão que até hoje é a principal alcunha do clube: *o mais querido do Brasil*.

“Nenhuma campanha supera em beleza essa que o club mais querido do Brasil vem realizando infatigavelmente. Para a pregação desse novo evangelho, Bastos Padilha utilizou as armas mais modernas, mais gentis e mais efficientes da technica de publicidade. Sabe vestir as phrases e as idéias de roupagem deslumbrantes. Sabe alimentar o manancial de fé e entusiasmo que existe no íntimo de toda a creatura humana. E por isso a sua cruzada; tão bella e tão útil a nacionalidade e a raça em formação, conquista a cada dia novos proselytos.”¹⁴⁸

Até 1937, a imprensa tratava o clube como o “campeão de terra e mar”, ou como o clube da “força de vontade”. Mesmo tendo vencido o Concurso Salutaris, que o apontou como clube mais popular da cidade em 1927, foi apenas dez anos depois que houve o reconhecimento público do título.

Os ecos do projeto arquitetado pelo clube durante a gestão Padilha não ficaram restritos ao Rio de Janeiro. As articulações com as emissoras de rádio começaram a ganhar força em 1937. Neste trabalho, eu utilizei o periódico esportivo com maior tiragem da época para localizar a transformação da identidade social do clube. Mas os mesmos elementos que nortearam as campanhas divulgadas pelos jornais impressos também estiveram presentes nas transmissões esportivas dos rádios.

A emissora de rádio Cruzeiro do Sul criou em março de 1937 um programa dedicado aos clubes de futebol do Rio de Janeiro. Cada semana um clube era homenageado pelo programa. O primeiro homenageado foi o Clube de Regatas do

¹⁴⁷ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 03 de abril de 1937.

¹⁴⁸ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 30 de maio de 1937.

Flamengo. Na abertura da transmissão, Bastos Padilha mais uma vez fez questão de associar o Flamengo ao sentimento nacionalista:

“Já não é a primeira vez que a Radio Cruzeiro do Sul presta uma homenagem ao Club de Regatas do Flamengo. As poderosas antenas desta estação irradiam diariamente informes, programmas e ensinamentos sobre os diversos sports da nossa terra pátria; ella trabalha sempre com amor pella difusão da cultura physica. O Club de Regatas do Flamengo reconhece e quer fazer justiça, dizendo atravéz do seu proprio transmissor que se sente irmanado com o mesmo sentimento que preside a sua finalidade: trabalhar pelo engrandecimento do Brasil... O Flamengo quer dar a creança a educação sportiva (...) quer fazer da creança flamenga de hoje o homem perfeito do Brasil de amanhã.”¹⁴⁹

Com as transmissões alcançando uma amplitude territorial cada vez maior, era bastante interessante para o clube associar a sua imagem ao sentimento nacional, em vez de se apresentar como representante da fidalguia carioca, como faziam os outros clubes da cidade. É certo que o discurso nacionalista foi o fator decisivo no processo de nacionalização da torcida nos primeiros anos do profissionalismo. Não por coincidência o então locutor da Radio Cruzeiro do Sul utilizou em demasia a associação do Flamengo com os valores nacionalistas, arrebatando milhões de torcedores por todo o país: Ary Barroso.¹⁵⁰

Jornais, emissoras e também cinema. O projeto de popularização do clube através do discurso nacionalista chegou em 1937 aos cinemas. No mês de julho, Padilha assinou contrato com o diretor da Brasília Films, Alberto Campeglia e com o autor do argumento, Milton Rodrigues, irmão de Mario Filho. O filme intitulado *Alma e corpo de uma raça*, produzido pela Cinédia, contava a história de uma atleta do Flamengo, Maria Helena, que estava dividida pela paixão por dois jogadores do clube. Luizinho, estudante de medicina de origem pobre, e Rubens, craque da equipe de futebol e de origem aristocrática. Ao final da película, Rubens decide não disputar o coração de Maria Helena, pois percebe que ela amava Luizinho. Ao som do hino nacional, o filme encerra consagrando a união da bela atleta com o jovem trabalhador, marcando a ascensão social do rapaz que educou o corpo e a mente.¹⁵¹

Repleto do compromisso civilizador que era marca do nacionalismo dos anos 1930, o filme tinha como questão central a formação da “alma brasileira”. Alma que era

¹⁴⁹ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 07 de março de 1937.

¹⁵⁰ Sobre a relação de Ari Barroso com o Flamengo, ver: CABRAL, Sergio. *No tempo de Ari Barroso*. Rio de Janeiro: Lumiar Editora, 1993. & CARVALHO, Joaquim Vaz de. *Flamengo: uma emoção inesquecível*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1995.

¹⁵¹ Fonte: <http://oicult.blogspot.com/2007/10/do-corpo-alma-de-uma-raa.html>, 20/12/2011.

entendida como o resultado do aperfeiçoamento da raça ocorrido através da educação e do esporte. É fácil associar a trama do filme com tudo que estava presente no programa do clube desde 1936.

O ano de 1937 teve ainda a segunda edição do concurso de fotografias e a prova de triciclos em Copacabana. A foto vencedora, para não fugir à normalidade, foi a de um torcedor segurando a bandeira do Brasil e do Flamengo.¹⁵² Ao final do ano, o clube havia promovido a campanha educacional, o concurso das frases nacionalistas, um filme que acabou sendo somente lançado em 1938, o concurso das fotografias e dos triciclos. Todas as campanhas visavam levar o clube para além da sua sede. E os projetos lograram êxito.

A repentina renúncia em meio às agitações de 1937

Em dezembro de 1937, Padilha renunciou. Muito foi discutido sobre a renúncia, o conselho deliberativo apelou para que o presidente não entregasse o cargo, a diretoria inteira entregou o cargo em solidariedade a Padilha. A torcida se mobilizou enviando cartas para os jornais pedindo que o presidente reconsiderasse a sua posição. Nada disso demoveu o presidente da sua decisão: descansar.

A família do ex-presidente alegou em entrevista os mesmos motivos apresentados por Padilha na época para renunciar: dedicar tempo ao descanso e à vida pessoal. É legítimo considerar a validade dessa justificativa. Afinal de contas, ser presidente de um clube exige um envolvimento que acaba impedindo o convívio familiar. Mas, se observarmos a data da renúncia, podemos, ao menos, elaborar interpretações que indicam mais do que somente questões pessoais como fator da renúncia.

Pouco mais de um mês antes da renúncia, um acontecimento político de grande porte agitou o Brasil. Em 10 de novembro de 1937 ocorreu o golpe que inaugurou a ditadura do Estado Novo. Em termos de política cultural, o Estado Novo consolidou uma visão sobre a função social do intelectual muito próxima ao ideal de Padilha. Ou seja, tanto para Padilha, quanto para os ideólogos do Estado Novo, o intelectual tinha a missão de ser o representante da consciência nacional. O intelectual devia ter um

¹⁵² *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 22 de dezembro de 1937.

compromisso cívico e pedagógico, trabalhando como organizador das massas.¹⁵³ Nesses termos, é possível aproximar Padilha dos preceitos do Estado Novo.

Porém, a matriz autoritária e antidemocrática presente nos intelectuais que aderiram ao regime pós-1937 não compunha o imaginário político de Padilha. De fato, Padilha era um centralizador e um disciplinador, mas que nunca rompeu com os valores democráticos. Já distante do clube, em 1945, Padilha apoiou publicamente a campanha udenista do Brigadeiro Eduardo Gomes. Ainda em 1932, declarou solidariedade a João Neves da Fontoura, amigo próximo que apoiou a causa paulista na luta pela reconstitucionalização. Padilha se apropriou e divulgou os símbolos nacionalistas que norteavam as ações centralizadoras do Governo Provisório, mas se afastou do regime de Vargas nas vezes em que esse se opôs aos valores da liberal-democracia. Por isso, não é estranho admitir que a sua renúncia possa ter sido motivada mais por questões políticas do que pessoais.

É importante destacar que Padilha era um empresário, que ascendeu socialmente através do estudo e do trabalho. Esses eram os pilares da sua visão social de mundo moderna: educação e produtividade. Esses valores estão de acordo com a missão civilizatória presente no discurso trabalhista. Porém a rede de sociabilidade de Padilha, composta também por liberais e desafetos de Vargas, certamente contribuiu para que as suas escolhas políticas se afastassem do autoritarismo getulista.

Recordo-me que a primeira coisa que D. Lilia enfatizou na entrevista feita em 2009 foi que “seu marido não era getulista”. Essa passagem é bastante importante, pois abre caminho para seguinte conclusão: Padilha não era getulista, era nacionalista; assim como o projeto nacionalista não é exclusividade do getulismo. É sabido que o getulismo se articulou ao projeto trabalhista nacional-popular, mas seria um equívoco historiográfico associar naturalmente Getúlio ao trabalhismo. Getúlio se aproximou do discurso nacionalista, assim como outras lideranças, e não o forjou de baixo para cima. Se restringirmos o discurso nacionalista e popular a Vargas, estaremos concebendo que todo o arcabouço de um imaginário político extremamente bem-sucedido foi construído maquiavelicamente por mentes brilhantes das fileiras estatais. Ora, caminho muito mais profícuo é entender a difusão das práticas políticas nacionalistas e populares como o resultado da relação conflituosa entre demandas sociais e estratégias de legitimidade

¹⁵³ VELLOSO, Mônica Pimenta. *Os intelectuais a política cultural do Estado Novo*. Rio de Janeiro: Centro de Pesquisa e documentação de história contemporânea do Brasil, 1987.

política¹⁵⁴. Padilha e Getúlio se apropriaram dos mesmos referenciais simbólicos, sem que isso significasse adesão aos mesmos grupos sociais. Nesses termos, o Flamengo fundado por Padilha não é um clube necessariamente getulista, e sim um clube nacionalista.

Padilha saiu do clube sem ser campeão no futebol. Mas conseguiu consolidar o projeto de popularização do clube através de um bem articulado programa baseado na propaganda nacionalista e popular. Em seu discurso de renúncia, Padilha enfatizou: “Procurei e creio que consegui administrar tendo em vista os altos interesses rubro-negros. Fiz da disciplina um programa.”¹⁵⁵

Raul Dias Gonçalves, presidente eleito, confirmou em seu primeiro discurso que Padilha havia construído os rumos para o clube. A estabilidade política da instituição havia encontrado seu fundamento simbólico: o discurso nacionalista e popular. Necessariamente, os presidentes que sucederam Padilha precisaram jogar com o arcabouço simbólico gestado em seu mandato. Por isso, Raul Dias afirmou no seu primeiro dia como presidente: “Não tenho mais nada a fazer. Concluir o que Padilha iniciou é fazer tudo pelo rubro-negro.”¹⁵⁶

“Amar o Brasil sobre todas as coisas”. O lema que marcou a gestão José Bastos Padilha conferiu identidade ao Clube de Regatas do Flamengo. Um clube que até 1933 estava atolado em dívidas e restrito ao universo aristocrático da zona sul do Rio de Janeiro, se reinventou em cinco anos e conseguiu se tornar a instituição desportiva mais popular do país ao longo do restante do século XX.

Apoiado em campanhas publicitárias nacionalistas, Padilha construiu os canais de comunicação necessários para o clube dialogar com a torcida. Essa relação de interação edificou o maior processo de popularização ocorrido em um clube de futebol no Brasil. A direção do clube não inventou o discurso nacionalista que atraiu milhões de torcedores. Ao contrário, o Flamengo apenas se apropriou do discurso nacionalista que vinha fundamentando o processo de inclusão social pela qual passava a classe trabalhadora brasileira nos anos 1930. Mestiçagem e integração nacional, modernidade

¹⁵⁴ Perspectiva já adotada por autores como FERREIRA, Jorge: *Trabalhadores do Brasil: o imaginário popular (1930-1945)*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1997.

¹⁵⁵ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 28 de dezembro de 1937.

¹⁵⁶ *Idem*

e popularidade, elementos centrais no discurso modernizador do estado brasileiro na era Vargas que foram incorporados pela propaganda do Clube de Regatas do Flamengo no momento de grande circularidade desses valores nas camadas populares. Baseado na mesma perspectiva difundida pelos ideais nacionalistas correntes nos anos 1930, o clube forjou a “alma brasileira” em consonância com a mística do Flamengo.

Padilha, como publicitário, sabia que um clube de futebol não se fazia apenas com bons jogadores. Assim como as instituições políticas que fundamentam sua legitimidade através do compartilhamento de símbolos em uma comunidade de sentidos¹⁵⁷, os clubes como entidades sociais também precisam buscar a sua legitimidade através da configuração de uma identidade compartilhada pela torcida.

Quando escreveu o livro *Histórias do Flamengo*¹⁵⁸, Mario Filho através de uma frase apaixonada nos deu pistas sobre os motivos da popularização do Flamengo. Refletindo sobre porque o Flamengo era um fenômeno popular, ele afirmou: “O Flamengo se deixa amar.” De fato, o Clube de Regatas do Flamengo se “deixou amar” quando utilizou os símbolos que estavam disponíveis no imaginário social na década de 1930.

¹⁵⁷ BAZCKO, Bronislaw. *A imaginação social*. In. LEACH, Edmund. *Anthropos-homem*. Lisboa: Imprensa Nacional, 1985.

¹⁵⁸ FILHO, Mario. *Histórias do Flamengo*. Rio de Janeiro: Irmãos Pongetti, 1945.

Figura I

JORNAL DOS SPORTS

MAIS DE MIL CHAPAS

No Concurso Photographico Do Flamengo

O SENSACIONAL CERTAME, PATROCINADO PELO "JORNAL DOS SPORTS"
DOZE MACHINAS DE PREMIO DESTINADAS A AMADORES

O Concurso Photographico do Flamengo, sob o patrocínio do JORNAL DOS SPORTS alcança um exito ruído. Não se pôde avallar o numero de provas que recebemos diariamente. Mas desde já se pôde adiantar que a "Exposição Photographica" que coroará o certamen, será a maior de quantas se realizaram no Brasil. O publico terá occasião de ver, em desfile, mais de mil photographias sobre o Flamengo — chapas de todos os acontecimentos da vida do grande club no periodo de 8 de Novembro a 20 de Dezembro.

OS PREMIOS PARA OS PROFISSIONAES

Os premios para os profissionais, como já está largamente annunciado, são os seguintes: um conto de réis para a melhor photographia, quinhentos mil réis para o segundo collocado, e quinhentos mil réis para serem sorteados entre todos os concorrentes que apresentarem chapas até o dia 20 de Dezembro, ás 18 horas, encerramento do concurso.

DOZE MACHINAS PARA OS AMADORES!

Os premios para amadores são: uma Roll-Film, Dietzchell, 6x9, com objectiva F45, e uma camera Kodak, marca Pullet, 4 1/2x6, todas offerecidas pela Casa Bertica, à rua Sete de Setembro, numero 120.

Para a photographia mais original dos amadores, a Casa Carl-Zeiss offerecerá: uma camera Zeissikon, tipo Ihente 3x4, automatico Teima.

Para a photographia collocada em segundo lugar, entre os amadores, a Casa Demerra offereceu uma machina Jiffy Vet. Pocket 4 1/2x2 cm. A Kodak Brasileira Limited offereceu uma Kodak Six 20, com objectiva 7.63 e 30 rolos de films Kodak Verichromine.

A "Casa Para Amadores" de R. Fardião, da rua Sete de Setembro, 83, offereceu cinco machinas do tipo Univex de Luxo. A Casa Cinefoto, da rua Republica do Perú, n. 75, offerece de uma machina Brownie Six 20 E. K. C.



Uma magnifica impressão photographica do Flamengo, sob o patrocínio do JORNAL DOS SPORTS: uma avosinha estrepito da blusa do netinho o garoto — lê-se na physionomia — está impaciente para ostentar o symbolo do "c.ub" — uma, para o concurso photographico do Flamengo, sob o patrocínio do JORNAL DOS SPORTS: uma avosinha estrepito da blusa do netinho o garoto — lê-se na physionomia — está impaciente para ostentar o symbolo do "c.ub" — mais querido do Brasil!...

Anúncio veiculado pelo JS sobre o concurso de fotografias do Flamengo. Na foto, uma senhora bordando o escudo do clube para a crianças. (*Jornal do Sports*, Rio de Janeiro, 21 de novembro de 1936, p.2. Biblioteca Nacional: periódicos)

Figura II

Attinge A Sua Phase Culminante
O Concurso Photographico do Flamengo
MAIS PREMIOS PARA OS PHOTOGRAPHOS AMADORES E PROFISSIONAES



Hans Peter Lange flagrou um concorrente fotografando de cima de um telhado. (*Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 26 de novembro de 1936, P. 2. Biblioteca Nacional: periódicos)

Figura III

O Grande Concurso Photographico do Flamengo

Um Conto De Réis Pela Melhor Photographia Sobre O Rubro - Negro
Alcança exito o certamen patrocinado Pelo "Jornal Dos Sports"

A manhã de hoje, na Gávea, marcará uma das pias e mais interessantes do concurso photographico que o Flamengo promove com o patrocínio do JORNAL DOS SPORTS. Toda a cidade festeja com entusiasmo a ideia da original certamen e a prova da interesse despertado está no gran numero de prêmios que recebem de momento, a importância de todos os membros do Flamengo. E isto porque o concurso mais estabelecido preferencia para um determinado sport, não se restringe apenas a actividades sportiva. Que quer coisa de qualquer acontecimento do Flamengo poderá triumphar no Concurso Photographico.

PREMIOS PARA OS PROFESSIONAIS

Para os photographos profissionais o Flamengo instituiu tres premios. O primeiro de um conto de réis a melhor photographia. O segundo de mil réis mil réis e o terceiro, também de mil réis, que será sortido entre todos os concorrentes.

Como amuleto, o concurso teve o seu laudo ás 4 horas da manhã de domingo e se encerrará a 23 de dezembro ás 15 horas. Immediatamente após o encerramento se reunirá a comissão de cinco membros para julgar as provas de profissionais e amadores.

QUATRO PREMIOS PARA OS AMADORES

Varias casas de material photographico, querendo auxiliar o concurso do Flamengo, offerceram premios aos seus praticantes entre os concorrentes amadores.

A Casa Brêda, á rua 200 de Setembro, 128, offerceu gratuitamente um aparelho Kodak, marca Paltet, 4 1/2 x 6. O Sr. Mauricio Castro, estabelecido á avenida Rio Branco, 105, com artigos photographicos, offerce uma

machim Brownie, 4 1/2 x 6. Todos estes premios serão sortidos entre os concorrentes amadores. O Flamengo e o JORNAL DOS SPORTS



Está aqui um interessantissimo exemplar enviado ao JORNAL DOS SPORTS para o concurso photographico do Flamengo, sob o nosso patrocínio. Foi obtido em uma das tribunas rubro-negras, na Gávea, pelo artista Sr. Peter Lange, uma "asa" da machim Brownie, 4 1/2 x 6.

Foto vencedora do concurso de fotografias de 1936. Operários trabalhando na construção do Estádio da Gávea. (Jornal dos Sports, Rio de Janeiro, 15 de novembro de 1936, p. 2. Biblioteca Nacional: periódicos)

Figura IV

O Sr. Lopes Castanheiras No Conselho Administrativo — Como Se Observarão As Transferencias De Players



REALIZOU-SE, hoje, a primeira Assembleia Geral da Federação Brasileira de Football, após a pacificação, sob a direção de presidente em exercício, Dr. Flávio Leite. Compareceram os representantes de todas as entidades filiadas. O Dr. Flávio Leite, depois de fazer sua declaração, deu inicio aos trabalhos.

NOVO MEMBRO PARA O CONSELHO ADMINISTRATIVO

Depois de lida e aprovada a acta da ultima assembleia, procedeu-se a eleição para a vaga no Conselho de (Conclue na 4ª pag.)

Reprodução do original com que Altair Lima conquistou o 1º premio do concurso

Altair Lima, O Primeiro Colocado NO CONCURSO PHOTOGRAPHICO DO FLAMENGO

Foto vencedora do concurso de 1937. Torcedor com a bandeira do Flamengo e do Brasil. (Jornal dos Sports, Rio de Janeiro, 22 de dezembro de 1937, Capa. Biblioteca Nacional: periódicos)

Figura V



Foto enviada pelo jornalista Roberto Marinho para o concurso de fotografias do Flamengo. (*Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 25 de novembro de 1936, Capa. Biblioteca Nacional: periódicos)

Figura VI



Jovem torcedor brincando com uma pipa que contém o escudo do clube. (*Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 20 de novembro de 1936, p. 2. Biblioteca Nacional: periódicos)

Figura VII

DESVENDANDO O FUTURO MONUMENTO RUBRO-NEGRO



Na manhã clara de domingo o Flamengo conseguiu do sport local e a imprensa sportiva, á quem foram des- andamento dos trabalhos, através de demorada visita. SPORTS á distancia sobre as da lagoa Rodrigo de Frei-
 temir nos terrenos onde está sendo erguido o seu sta- vendados os mais interessan tes detalhes da obra em an- Mostra-nos a gravura uma perspectiva grandiosa do fu-
 las, vendo-se de frente, além do pittoresco bar em pleno funcionamento, a fachada provisória de "garage" e as

Foto da construção da Sede da Gávea. (Jornal dos Sports, Rio de Janeiro, 02 de março de 1937, Capa. Biblioteca Nacional: periódicos)

Figura VIII

Pela Criança De Hoje; Pelo Brasil De Amanhã !

O Flamengo Transforma Em Realidade Sua Campanha De Educação Physica Da População Infantil !!

PETIZES DE TODAS AS CATEGORIAS REUNIDOS EM AULAS AO AR LIVRE NO GRAMADO DA GAVEA



Anúncio da campanha pedagógica realizada pelo Clube de Regatas do Flamengo durante a gestão José Bastos Padilha. (Jornal dos Sports, Rio de Janeiro, 11 de junho de 1937, Capa. Biblioteca Nacional: periódicos)

Figura IX



Primeiro selo da Campanha “Geração Flamengo”, promovida pelo *Jornal dos Sports* em conjunto com o jornal *O Globo*. As crianças escreviam frases associando Brasil e Flamengo no verso do selo e enviavam para a redação dos jornais. (*Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 02 de março de 1937, Capa. Biblioteca Nacional: periódicos)

Figura X

FOI UM ACONTECIMENTO O Desfecho Do Concurso Do Flamengo

IMAGINAÇÕES INFANTIS QUE CRISTALISARAM BRASIL E FLAMENGO EM
PHRASES MAGNÍFICAS DE VIBRAÇÃO E PATRIOTISMO
AS EXPRESSÕES CLASSIFICADAS — CRITÉRIO DO JULGA-
MENTO — QUASI SEIS MIL PHRASES EM CONFRONTO



Os Srs. Bastos Padilha, Mario Rodrigues Filho e Gerson Bandeira, quando procediam ao julgamento das frases do concurso da criança flamenga

José Bastos Padilha, Mario Filho e Gerson Bandeira apurando as melhores frases do concurso “Geração Flamengo”. (*Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 04 de maio de 1937, Capa. Biblioteca Nacional: periódicos)

Figura XI

VARCO MIREDOZ: BRISD RODRIGUES ZIBRO V. MARALU MONTAVITV MARALU MONTAVITV

CREANÇAS RUBRO-NEGRAS: PELO FLAMENGO E PELO BRASIL!

Inicia-se, Sob Os Auspícios De «Jornal Dos Sports» E «O Globo»
A GRANDE CAMPANHA DO FLAMENGO



«Crianças rubro-negras escrevem na areia de Copacabana a legenda rubro-negra: "Uma vez Flamengo, sempre Flamengo»

UM CONCURSO ORIGINALÍSSIMO
DESPERTANDO O INTERESSE DA INFÂNCIA PELOS SPORTS - A QUE SE PROPOE O Club Rubro-Negro - Bases do Certamen

FLAMENGO educará milhares de crianças em 37...

A ERA DO INICIO DA PERLA MADUREIRA X ATLANTA
Liga: Tráfico E Bomfian

Partida internacional de futebol entre o Madureira e o Atlanta será seu início de temporada, por isso o "kick-off" só será dado às 18 e 30 horas. O jogo é pela Light Tráfico e Bomfian. O jogo promete, seu início de temporada será de 14 e 15 horas, escrito de Jairo e do Carlos de Jesus Carneiro.

O AMERICA DE BELLO HORIZONTE
Embora Amanhã, Para O Norte

DE BELLO HORIZONTE, 13 DE FEVEREIRO DOS SPORTS. O embarque do América para o Norte, está marcado para amanhã às 18 horas. A partida belhorizontina irá ao Rio, onde haverá, no dia 17, o jogo "Cosmos", no qual já estão reservados jogadores para os times da Jockey Club.

A partida de "Luz" mencionado na capital baiana, terá início na noite de 21 de corrente, e se prolongará até o dia 7 de março.

Convidados os seus compromissos em São Paulo, o Américo seguirá para Recife, onde, a convite do clube pernambucano, jogará algumas partidas de futebol.

PARA REPRESENTAR A F. B. F. EM S. PAULO

O Madureira Fará Contra O Atlanta
O BAPTISMO INTERNACIONAL
Promptos, Os Adversarios, Para A Luta De Amanhã
Cerca O Match Real Espectativa — A Figura Do Onze Argentino



Crianças desenhando o lema do Flamengo nas areias da praia de Copacabana em anúncio do Programa de Educação Física que era parte do Concurso Geração Flamengo. (*Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 13 de fevereiro de 1937, Capa. Biblioteca Nacional: periódicos)

Figura XII

«Alma E Corpo De Uma Raça»

ESTE O TITULO DO GRANDE FILM CINEMATOGRAFICO QUE O FLAMENGO REALIZARÁ

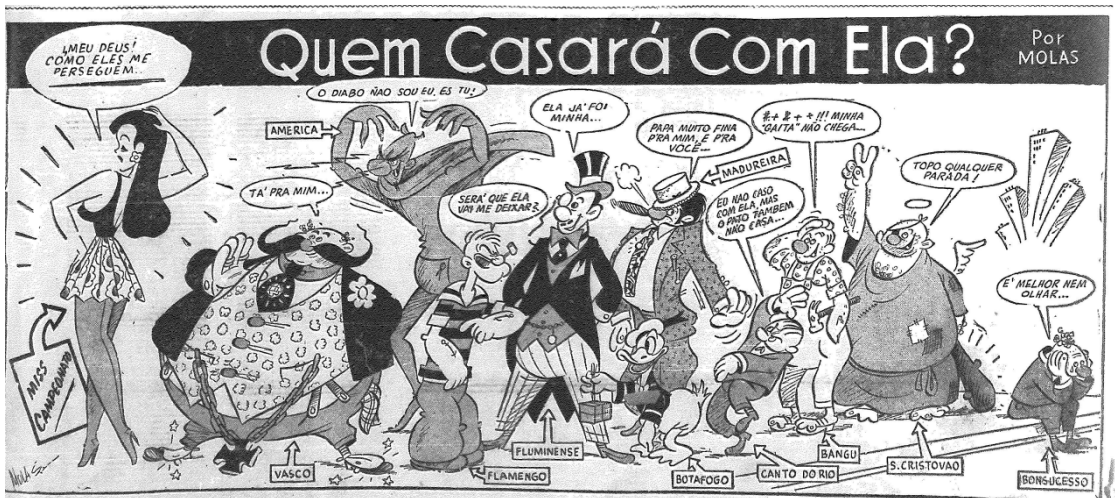


Um flagrante da assignatura do contrato para execução do film "Alma e Corpo De Uma Raça", vendo-se na photographia os Srs. Bastos Padilha, presidente do rubro-negro; Alberto Campeggia, director da Brasilia Films, e Milton Rodrigues, autor do argumento, que também dirigirá o film

Encarregado hontem official.

José Bastos Padilha assinando o contrato de produção do filme "Alma e Corpo de uma raça", que foi lançado em novembro de 1938. (*Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 29 de julho de 1937, Capa. Biblioteca Nacional: periódicos)

Figura XIII



Charge dos clubes pretendentes ao “título” do campeonato carioca de 1944. Os mascotes ilustram as identidades das equipes. (*Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 01 de julho de 1944, Capa. Biblioteca Nacional: periódicos)

Figura XIV



Charge da Miss Campeonato recusando o galanteio tricolor. (*Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 19 de julho de 1944, Capa. Biblioteca Nacional: periódicos)

Figura XV



Casamento da Miss Campeonato com o estivador Popeye, mascote do Flamengo. (*Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 31 de outubro de 1944. Capa. Biblioteca Nacional: periódicos)

Figura XVI



O Presidente da República entregou ao Sr. Gilberto Cardoso, presidente do Flamengo, o Troféu Getúlio Vargas, instituído pela Comissão de Imposto Sindical do Ministério do Trabalho. O Flamengo foi o quinto clube de Série de Clubes, conquistando inúmeros títulos. Não que recebeu o troféu. Na ocasião, vê-se o Presidente da República, quando entregava o Troféu "Getúlio Vargas", e ainda, o diretor de JORNAL DOS SPORTS, e o Ministro Luiz Gelboi.

Getúlio Vargas e Gilberto Cardoso na cerimônia de premiação dos jogos infantis de 1954. Entrega do Troféu Getúlio Vargas sendo feita pelo próprio presidente da República. (*Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 06 de junho 1954, p. 4. Biblioteca Nacional: periódicos).

Capítulo III

A tradição inventada: o clube mais querido do Brasil

Nos últimos anos da década de 1930, sem José Bastos Padilha na presidência do clube e sob o comando primeiro de Raul Dias Gonçalves e depois de Gustavo Adolfo de Carvalho, o futebol do Flamengo passou a viver dias mais vitoriosos também dentro dos gramados. O clube que havia se reinventado simbolicamente e se reestruturado financeiramente, finalmente começava vivenciar conquistas esportivas que permitiam reforçar e divulgar ainda mais os elementos simbólicos que foram gestados nos anos anteriores. As vitórias em campo vieram consolidar o projeto de popularização, e apenas reforçaram o processo que já estava em andamento.

Mudanças relevantes também ocorriam no cenário político nacional. O golpe do Estado Novo, de novembro de 1937, que aboliu os partidos políticos, dissolveu o Congresso e outorgou uma nova Constituição, formalizou características autoritárias que já vinham se manifestando desde o Governo Provisório de Getúlio Vargas. Dentre os pontos estratégicos que ganharam maior incentivo estatal após o golpe, a propaganda política merece ser destacada. Segundo Maria Helena Capelato, “a primeira preocupação do novo regime, oriundo de um golpe de Estado, foi assegurar a sua legitimidade”,¹⁵⁹ e por esse motivo a propaganda política tornou-se instrumento vital para o sucesso do regime.

Em busca do respaldo popular, o Estado Novo, gestado de forma autoritária, precisou organizar as bases simbólicas da sua legitimidade através de um amplo sistema midiático. Para tal, foi criada em dezembro de 1939 a entidade governamental que materializou toda a prática propagandista do governo: o Departamento de Imprensa e Propaganda – DIP.

Sob o comando de Lourival Fontes, o DIP centralizou e institucionalizou a propaganda política estadonovista. Setores como a radiodifusão, a imprensa, o teatro e o cinema passaram a ser diretamente coordenados pelos agentes estatais. O poder estatal espalhou-se pela produção cultural brasileira, buscando controlar desde grandes acontecimentos, como manifestações cívicas, a pequenos eventos, como enquetes sobre os artistas favoritos do público brasileiro.

¹⁵⁹ CAPELATO, Maria Helena. *Estado Novo: o que trouxe de novo?* IN.: FERREIRA, Jorge & DELGADO, Lucilia de Almeida Neves. *O Brasil Republicano – o tempo do nacional estatismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007, p. 117

Mais do que um mero divulgador das realizações governamentais, o propagandismo político coordenado pelo DIP buscava construir através de ações culturais dos diferentes canais de mídias o vínculo simbólico entre o Estado Nacional e as práticas culturais representantes da brasilidade popular que se inventava. Não se tratava apenas de divulgar as políticas públicas que estavam sendo realizadas. O principal mote era ressaltar que a legitimidade daquele regime político residia no fato do Estado Novo representar os interesses do povo brasileiro. Ou seja, o propagandismo do DIP destacava o regime como uma necessidade histórica. Nesses termos, o caráter autoritário das instituições políticas esvaziava-se em nome das exigências para a realização do progresso social. O sentido da propaganda estadonovista está expresso nas palavras de Julio Barata: “a nova constituição brasileira é a democracia em atos e não em palavras, é a democracia do povo e não a democracia dos partidos.”¹⁶⁰

O Estado Novo, mesmo autoritário, buscou nas manifestações culturais populares a legitimidade para apresentar-se, através de uma vasta propaganda política, como representante dos interesses nacionais. No cerne da valorização das práticas populares estava a figura do trabalhador urbano. Principal sujeito social das transformações simbólicas e materiais do período, o trabalhador era “de fato o principal responsável pela construção da grandeza da pátria”.¹⁶¹ Portanto, era preciso falar para ele e em nome dele.

Seja no rádio, no cinema ou no teatro, a ação do DIP visava sempre dialogar e educar o trabalhador brasileiro. Ao mesmo tempo em que o trabalhador era engrandecido pela propaganda do regime, a mesma servia para apontar os caminhos para a formação do homem brasileiro. Num misto de exaltação ao trabalho e educação para o trabalho, as produções culturais coordenadas pelo DIP ressaltavam que o estado nacional brasileiro somente cumpriria a sua missão modernizadora se estivesse comprometido com as demandas dos trabalhadores.

Não é de se estranhar que literatos, pintores, cineastas e professores tenham se tornado agentes da propaganda política estadonovista. Tendo o papel de identificar as características culturais do povo brasileiro, o intelectual era figura fundamental nesse jogo duplo de exaltação e educação. Segundo a historiadora Mônica Velloso,

¹⁶⁰ BARATA, Julio *apud* CAPELATO, Maria Helena. *Multidões em cena: propaganda política no varguismo e no peronismo*. São Paulo: UNESP, 2009, p.163.

¹⁶¹ GOMES, Ângela de Castro. *A invenção do trabalhismo*. Rio de Janeiro: FGV, 2005, p. 222.

“Cabe ao intelectual auscultar as fontes vivas da nacionalidade, de onde emana a autêntica cultura. Nesta perspectiva, a sua reflexão sobre a nacionalidade deve necessariamente ser inspirada no rico manancial popular. Entretanto esta ida ao popular implica um retorno, uma vez que este é configurado como motivo de inspiração, ou como matéria bruta a ser trabalhada por um saber superior. Não se trata de consagrar o popular errado do morro, mas sim de resgatar o espírito de grandeza subjacente às suas manifestações.”¹⁶²

Se de um lado, era preciso criar o vocabulário necessário para construir a comunidade de sentido com o trabalhador brasileiro, de outro era preciso cumprir a função pedagógica de orientar o povo. Educar e dialogar eram tarefas que não poderiam ficar a cargo apenas de agentes políticos, muitas vezes insensíveis às especificidades culturais das camadas sociais dominadas. Construir um projeto político-pedagógico para o trabalhador brasileiro exigia o conhecimento das práticas culturais, dos espaços de sociabilidade do trabalhador. Não à toa, músicos populares como Ary Barroso e Almirante tornaram-se parte da equipe da Rádio Nacional. Pelo mesmo motivo, artistas como Candido Portinari e Oscar Niemeyer, mesmo distantes ideologicamente do regime, compuseram a pasta do ministro Gustavo Capanema.

Os mesmos elementos que norteavam as ações do DIP durante o Estado Novo também já orientavam as campanhas publicitárias do Flamengo. Civismo e trabalho, pátria e progresso, eram esses os temas comuns das campanhas realizadas nos anos de José Bastos Padilha na direção do clube. O caráter pedagógico, sempre presente nas iniciativas de marketing organizadas pelo clube, acentuava a semelhança das estratégias de propaganda do clube e do Estado Nacional. Educar e incluir o homem comum no mundo do trabalho formal como condição de desenvolvimento econômico e de conquista da soberania nacional eram as bases do nacionalismo modernizador corrente nos anos 1930.

É interessante notar que o Estado Novo marcou a crescente utilização da propaganda nacionalista como estratégia de legitimidade. A criação do DIP apenas confirmou essa tendência. Mas, mesmo antes da criação desse departamento, o caráter pedagógico dos eventos cívicos do Estado já era a marca da propaganda estatal. Lourival Fontes, homem forte da propaganda governamental, já em 1934 atuava no Departamento de Propaganda e Difusão Cultural, e nesse mesmo ano foi chefe da

¹⁶² VELLOSO, Mônica Pimenta. *Os intelectuais e a política cultural do Estado Novo*. Rio de Janeiro: Centro de Pesquisa e documentação de história contemporânea do Brasil, 1987, pp. 48-49

delegação da seleção de futebol que foi para a Copa do Mundo da Itália.¹⁶³ Ou seja, o DIP não inventou a propaganda nacionalista estadonovista. O DIP organizou e centralizou as campanhas publicitárias que já vinham caracterizando o governo Vargas desde os primeiros anos da década de 1930.

Portanto, com a ascensão do Estado Novo, mesmo com uma nova direção, era indispensável para o Flamengo prosseguir com o mesmo perfil das campanhas publicitárias deixado por Padilha. Isso não significa que o clube posicionava-se a favor do Estado Novo, mas que as diretrizes propagandistas que os guiavam eram as mesmas. E situar-se ao lado de um agente público bem-sucedido na tarefa de promover a sua legitimidade sem dúvida era estratégia interessante para o Flamengo.

Educar o povo para a modernidade, exaltar as particularidades da nação, incluir os agentes populares nos eventos cívicos. Esses projetos presentes no clube desde a gestão Padilha encontraram no Estado Novo maior receptividade ainda. E os títulos do time de futebol foram muito bem utilizados dentro desse contexto. O campeonato carioca de 1939 marcou o início das grandes vitórias no campo e nas arquibancadas.

A conquista do Campeonato de 1939

Doze anos: tempo recorde de jejum de títulos do futebol rubro-negro. Ao longo de todo processo de profissionalização ocorrido na década de 1930, o clube amargou o pior momento da sua história em termos de resultados desportivos. Isso mostra como o fator vitórias em campo pouco ou nada explica a formação de vínculos identitários entre torcida e agremiação. Situação análoga atravessou o Corinthians Paulista nas décadas de 1950, 1960 e 1970. A fiel torcida alvinegra cresceu enormemente nos vinte e três anos de espera por um título, que ocorreu simultaneamente à carreira do Rei Pelé, que pelo Santos tinha o hábito de maltratar o Corinthians nos clássicos regionais. Surras atrás de surras nos gramados paulistas marcaram o crescimento do popular timão e não resultaram na popularização do clube da cidade de Santos, que em termos simbólicos nunca conseguiu atingir a grandeza representativa do seu principal jogador.

A popularização do Flamengo não ocorreu por conta do título de 1939 ou por causa dos tricampeonatos, extremamente valorizados à época, de 1942-43-44 e 1953-54-55. Mas, é claro que as conquistas facilitaram a divulgação da propaganda nacionalista do clube. Vencer, antes de qualquer coisa, garante capas de jornais, textos

¹⁶³ GUNTERMAN, Marcos. *O futebol explica o Brasil: uma história da maior expressão popular do país*. São Paulo: Contexto, 2010, p.76

exultantes, festejos nas ruas e também muito dinheiro. Porém, vencer não basta. Nem de perto o Flamengo era o clube mais vencedor da época. O Vasco da Gama, por exemplo, ao longo da década de 1940 sempre foi a base da seleção brasileira de futebol. Nos anos 1950, o clube cruzmaltino conseguiu inclusive êxitos internacionais, tarefa muito difícil para os clubes brasileiros que enfrentavam maus bocados quando jogavam em outros países sulamericanos. Justamente nesse período, o Vasco da Gama assistiu a consolidação do Flamengo como clube mais querido do Brasil.

As vésperas do fim do jejum, em novembro de 1939, o Flamengo já colhia as glórias do reconhecimento da sua popularidade. Notoriedade que era tratada como parte da tradição da instituição por parte da imprensa. A nacionalidade do clube era naquele contexto tida como algo essencial, construída naturalmente. Menos de uma década de campanhas publicitárias bastou para os jornais atribuírem com imensa espontaneidade o vínculo do Flamengo com o sentimento nacional. Em 1939, as bases da tradição nacionalista e popular do clube já estavam fundadas. Segundo texto publicado no *Jornal dos Sports*:

“Quando se convencionou chamar o Flamengo de “club mais querido do Brasil” não se procurou com isso *lisongear* a poderosa agremiação que há quarenta e quatro anos vem trabalhando sem desfalecimentos pela causa dos sports no nosso paiz. É que, realmente, de Norte a Sul do território Nacional, os feitos dos rubro-negros da velha-guarda como as realizações da nossa geração ‘flamenga’, encontram ecos dos mais intensos e dentro do lemma ‘uma vez Flamengo, sempre Flamengo’, congrega-se uma interminável legião de desportistas de raça aos quaes nunca falta animo de dedicação e espírito de luta.”¹⁶⁴

Se o clube já era o mais querido, não era, porém, o favorito para a conquista do campeonato carioca de 1939, o mais importante da temporada. Os jornais não viam no Flamengo potencial para vencer os principais adversários. Até mesmo periódicos mais contidos nos comentários esportivos, como o *Jornal do Brasil*, demonstravam não acreditar no triunfo da equipe dirigida pelo técnico Flavio Costa. Na ocasião em que o treinador fez alterações na equipe por conta da derrota para o Botafogo, a matéria publicada no caderno de esportes alfinetou o técnico dizendo que Caxambu, um dos principais jogadores do time, estava novamente sendo colocado de lado por ser visto como responsável “duma derrota esperada”¹⁶⁵ para o Botafogo. Até mesmo o sempre “simpático” *Jornal dos Sports*, na ocasião da conquista, perguntou na capa da sua

¹⁶⁴ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 15 de novembro de 1939.

¹⁶⁵ *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 11 de outubro de 1939.

edição de 28 de novembro: “mereceu o Flamengo o título de campeão?”¹⁶⁶ Na mesma matéria, o texto respondia destacando a descrença inicial: há pouco mais de um mez, evidentemente que não merecia.”¹⁶⁷

Mesmo contando com Leônidas da Silva e Domingos da Guia, destaques da Copa do Mundo de 1938, o time foi bastante irregular durante o campeonato. Disputada em pontos corridos, a competição contou com nove equipes que se enfrentaram em três turnos. O Flamengo, que vinha de vice-campeonatos em seqüência, conseguiu logo no segundo jogo o maior triunfo de todo o torneio, que foi também um dos maiores da sua história. Em um jogo marcado pela presença do presidente da FIFA, o sr. Jules Rimet, o Flamengo conseguiu superar a forte equipe botafoguense por um incrível placar de 4 gols a 1. O sr. Rimet, que estava no Brasil para avaliar as possibilidades do país sediar a Copa do Mundo de 1942, ficou encantado com a atuação dos jogadores da seleção brasileira de futebol que atuavam pelos times, apesar dos atos de indisciplina dos jogadores que insistiam em contestar as decisões do árbitro. No total, eram oito atletas que haviam jogado pela seleção na brilhante campanha do ano anterior, na Copa do Mundo da França.¹⁶⁸ Mas, após essa exibição de gala para o presidente da FIFA, o Flamengo, no mesmo estádio da Gávea, foi goleado por 4 gols a 0 pelo Bangu, e no segundo turno levou outro grande revés quando perdeu para o mesmo Botafogo por 5 a 1. No terceiro turno, outra derrota para o Botafogo, e empate com o Madureira nas Laranjeiras.¹⁶⁹

Apesar dos percalços na campanha, foram as vitórias nos jogos contra o Fluminense que decidiram a sorte da equipe no torneio. Nos *Fla-Flus* do campeonato de 1939, aconteceu o que costumeiramente ocorre no clássico: o time que jogou pior venceu. Por duas vezes o rubro-negro bateu o tricolor por 2 gols a 1, mas sempre sendo dominado em campo. No Fla-Flu do terceiro turno, a manchete do dia seguinte ao jogo destacava a superioridade do Fluminense: “Dois a um, o placard infiel do FlaxFlú da noite de ontem.”¹⁷⁰

Mesmo inferior tecnicamente, passando dificuldades nos principais jogos, sendo goleado em clássicos e com o treinador sendo contestado, o Flamengo fez daquele

¹⁶⁶ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 28 de novembro de 1939.

¹⁶⁷ *Idem*.

¹⁶⁸ ASSAF, Roberto. *Grandes jogos do Flamengo. Da fundação ao hexa*. São Paulo: Panini Books, 2010, p. 30

¹⁶⁹ ASSAF, Roberto & MARTINS, Clovis. *História dos campeonatos cariocas de futebol 1906-2010*. Rio de Janeiro: Maquinaria, 2010.

¹⁷⁰ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 05 de novembro de 1939.

campeonato o acontecimento que faltava para a sua transformação definitiva. Se nos anos anteriores, as campanhas publicitárias visaram reconstruir os símbolos identitários do clube, o triunfo de 1939 serviu para mostrar em um momento de glória a nova roupagem do clube. O campeão de 1939 não foi o time dos brios amadores de 1927, composto por jogadores sócios que sofriam em campo por não terem tempo para treinar. Os jogadores de 1927 foram heróis do clube, mas os atletas de 1939 tornaram-se heróis da torcida. Leônidas, Domingos, Sá, Jarbas, Médio, Valido, representavam a vitória do torcedor comum, que lotava anônimo as arquibancadas da Gávea ou da Rua Domingos Lopes em Madureira, e que torcia pelo clube em lugares distantes da nação. Aliás, os jornais destacaram após o título exatamente a celebração das pessoas comuns, conferindo ao título um significado construído de fora para dentro da sede do clube. A vitória do campeonato expressava a conquista do povo, e não somente o êxito dos jogadores. Os jogadores apenas representavam a torcida em campo,¹⁷¹ e por esse motivo gozavam de prestígio que ultrapassava os muros do clube. Somente um amplo reconhecimento popular justificaria a visita do presidente Getúlio Vargas a concentração do clube, somente para conhecer os craques Leônidas e Domingos, ídolos nacionais.¹⁷²

Por isso, não seria arriscado afirmar que o título de 1939 foi a primeira comemoração de título popular da história do clube, pois o objetivo do clube passou a ser representar os anseios e características dos torcedores comuns. Pela primeira vez, a torcida se fez clube em uma conquista, tornando-se parte ativa no processo de invenção dos símbolos da instituição. Por isso, de nada valeria ser campeão sem fechar as ruas da cidade. Não bastariam jantares e bailes nos salões da sede social, sem que as manifestações por todo o Brasil fossem divulgadas destacando a abrangência cultural do clube. Nos dias seguintes a conquista do campeonato, jornais nordestinos estampavam o êxito do clube. O paraibano *A União* destacou o título antecipado do campeão de 1939¹⁷³. Em Recife, o *Diário de Pernambuco* celebrou a comemoração da torcida, ressaltando que após a homenagem aos jogadores seria realizada “uma passeata monstro da qual participarão mais de 1000 automóveis.”¹⁷⁴

¹⁷¹ Leônidas e Domingos, exemplos maiores da idolatria da torcida, eram exaltados nos jornais e nas ruas da cidade. Essa idolatria, porém, não era compartilhada pelo presidente do clube Gustavo de Carvalho, que era obrigado a aturar a indisciplina do Diamante Negro pelo fato dele ser o ídolo maior do clube.

¹⁷² *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 20 de julho de 1938.

¹⁷³ *A União*, João Pessoa, 28 de novembro de 1939.

¹⁷⁴ *Diário de Pernambuco*, Recife, 30 de novembro de 1939.

Menos importava ter o melhor jogador, se ele não despertasse nos torcedores a paixão e o ódio que Leônidas era capaz de despertar pela sua genialidade e pelos seus atos de indisciplina. O campeão era o clube do “povo brasileiro”, e esse aspecto era mais importante do que qualquer outro aspecto técnico, tático ou administrativo. Mas não bastava ser a vitória do povo, do torcedor anônimo. Era preciso ressaltar que a participação do homem comum era tradição na história do Flamengo. Talvez, involuntariamente, o jejum de doze anos de títulos tenha ajudado nessa tarefa de naturalizar a vocação popular. A distância da última conquista era tanta que tornava mais fácil a empreitada de inventar a tradição popular do clube. De uma hora para outra, a vitória de 1939 tornou-se o paradigma da celebração do clube. Como se o fidalgo clube dos anos 1920 também fosse o mais querido das camadas populares nacionais. Para a invenção da memória popular do clube, essa estratégia é muito bem-sucedida. Porém, é impensável em qualquer interpretação historiográfica comprometida com a demonstração das profundas transformações sociais ocorridas nos anos 1930. Não deixa de ser ingênuo acreditar nas palavras eufóricas do *Jornal dos Sports* do dia 30 de novembro.

“Vibrou a cidade com o Flamengo. Na noite de hontem os campeões de 1939 obtiveram a sua consagração máxima. Trânsito interrompido defronte a sede, o jantar aos craques e os discursos – 500 carros no cotejo triunfal. **A popularidade do Flamengo tornou-se uma tradição** (*grifo meu*) e a prova está no cognome “o club mais querido do Brasil”; mas as manifestações de hontem suprehenderam pela sua unanimidade, estamos certos com o calor dos applausos foi a melhor recompensa ao esforço exaustivo dispendido pelos defensores do pavilhão rubro-negro.”¹⁷⁵

Comemoração como a de 1939 não era tradição no clube, nem na cidade do Rio de Janeiro, até mesmo se considerarmos os jogos da seleção nacional. A campanha da Copa do Mundo de 1938, por exemplo, é vista de maneira consensual pela historiografia como o primeiro exemplo de manifestação popular positiva nas ruas por causa de um jogo de futebol. Vale lembrar que o campeonato sulamericano de 1919 já havia mobilizado torcedores, mas a imprensa e os próprios jogadores da equipe condenaram o comportamento passional dos torcedores comuns nos jogos do Brasil. As manifestações de patriotismo que começavam a despertar nos torcedores brasileiros eram ainda

¹⁷⁵ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 30 de novembro de 1939.

retrucadas pelos cronistas e mesmo pelos integrantes do selecionado nacional.¹⁷⁶ O goleiro e ídolo da equipe, Marcos Carneiro de Mendonça, chegou a manifestar a sua insatisfação com os rumos do futebol por conta do comportamento “inadequado” dos torcedores comuns nos jogos do Brasil. De fato, havia interesse popular pelo futebol desde os tempos amadores. Porém, não havia por parte dos clubes e da imprensa o reconhecimento da legitimidade da participação popular nos eventos futebolísticos. Além disso, o futebol em 1919 despertava mais curiosidade na maioria dos brasileiros do que propriamente afetividade. Não havia nem mesmo o conhecimento dos jogadores que compunham o selecionado nacional por parte dos torcedores comuns, pois não havia uma imprensa especializada que se dedicasse a cobertura dos jogos a fim de informar os pormenores das partidas. Por esses motivos, torna-se problemático defender a tese da tradição das manifestações populares da torcida os clubes de futebol desde os tempos do amadorismo.

Em 1939, a torcida foi festejada e por isso encontrou espaços para festejar. Ao contrário do que acontecia nas décadas anteriores, os festejos populares foram exaltados pela imprensa e pelo clube e ocorreram além dos bailes da sede social. Com isso, uma nova forma de torcer que vinha sendo gestada desde 1933 acabou sendo consagrada no Flamengo. Não havia nessa forma de torcer um vínculo tradicional com os tempos passados, e sim uma ruptura com o paradigma da relação entre clube e torcida no momento de uma conquista.

Na década de 1940, mais conquistas em campo permitiram a celebração do novo relacionamento entre torcida e clube. O tricampeonato de 1942-43-44 foi, até aquele momento, o apogeu da divulgação da identidade popular do Flamengo. Divulgação que ocorreu sempre em contraste com os outros clubes, conflitando o Flamengo nacionalista e popular com as identidades alternativas que compunham as outras agremiações. Nos anos 1940, os intelectuais que divulgavam o Flamengo não só deram seqüência a invenção do clube, como consolidaram a invenção das rivalidades. Progressivamente, as outras identidades clubísticas foram sendo forjadas na relação de oposição ao clube da nação. Suburbanos, portugueses, grã-finos, foram definidos na oposição com o Flamengo, que reivindicava o posto de representante da brasilidade popular. Ari Barroso, José Lins do Rego e Mario Filho foram três agentes fundamentais nesse processo, que acabou contando também com os próprios adeptos dos outros clubes. Zé

¹⁷⁶ PEREIRA, Leonardo Affonso de Miranda. *Footballmania: uma história social do futebol no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000, pp. 134-154.

de São Januário, cronista da torcida vascaína no *Jornal dos Sports*, ao falar do Vasco acabou reforçando todas as características do Flamengo que desejavam os intelectuais ligados ao clube rubro-negro. Fundava-se apenas nesse momento a associação da torcida do Vasco ao lusitanismo. Lusitanismo que se formou em oposição à pretensa brasilidade rubro-negra.

Entre a brasilidade e o lusitanismo: Flamengo e Vasco

Pergunta recorrente sobre as rivalidades no futebol do Rio de Janeiro é a seguinte: se o Vasco foi o primeiro clube a aceitar jogadores de origem social humilde, por que não é o clube mais popular da cidade? Nada mais lógico do que o clube que primeiro se profissionalizou, primeiro encheu as arquibancadas com trabalhadores negros e mestiços, fosse, por consequência, o clube representante do trabalhador brasileiro. Seria lógico se não fossem as disputas simbólicas ocorridas nas primeiras décadas do futebol profissional no Brasil. Disputas que reorganizaram o lugar dos clubes no imaginário social brasileiro.

De fato, o Vasco foi o primeiro clube a aceitar a inclusão de jogadores de diferentes condições sociais em seu grupo de jogadores. E isso trouxe para o clube cruzmaltino uma série de problemas na AMEA – Associação Metropolitana de Esportes Atléticos – que acabou com o desligamento da agremiação vascaína e com a fundação de uma nova liga de futebol no Rio de Janeiro. A vitória acachapante do Vasco no campeonato de 1923 não foi bem recebida por Flamengo, Fluminense e América, e o argumento amadorista, repleto de preconceitos raciais, acabou punindo o clube campeão. O time do Vasco, com jogadores profissionais e pobres, representava nos anos 1920 a ameaça ao fidalgo esporte que ainda era o futebol, em termos institucionais, nos grandes clubes da cidade.¹⁷⁷

Porém, o que se vê no Vasco da Gama nos primeiros anos do profissionalismo, do qual ele foi defensor e pioneiro, difere do perfil popular do clube nos primeiros anos de participação no campeonato. Na imprensa esportiva, com o advento da liga profissional, o clube passou a ser cada vez mais associado ao sentimento lusitano, afastando-se do papel de representante do discurso da democracia racial. As próprias escolhas políticas do clube, motivadas pelas brigas com os dirigentes do Flamengo,

¹⁷⁷ SILVA, Carlos Leonardo Bahiense. *Sobre o negro no futebol brasileiro, de Mário Filho*. IN.: SILVA, Francisco Carlos Teixeira & SANTOS, Ricardo Pinto. (orgs.) *Memória social dos esportes: futebol e política: a construção de uma identidade nacional*. Rio de Janeiro: MAUAD, 2006.

acabaram afastando o Vasco da Liga Carioca de Futebol, que agrupava os clubes profissionais da cidade. Ou seja, nos primeiros anos do profissionalismo o Vasco da Gama não aproveitou para colher os frutos materiais e simbólicos do seu pioneirismo ao afastar-se do Liga profissional, que contava com o respaldo da imprensa e com o apoio crescente do Estado Nacional.

Recentemente, as ações de marketing do clube buscaram resgatar o perfil popular que norteou o clube nos primeiros anos de participação no futebol carioca.¹⁷⁸ Porém, o que pode ser notado a partir dos anos 1930 é que o Vasco da Gama envolveu-se na construção de uma identidade contrastiva com o Flamengo que envolvia a dicotomia brasilidade *versus* lusitanismo.

Há um vasto debate na historiografia brasileira sobre os momentos de construção do sentimento nacionalista e antilusitano. Para os autores mais recentes, os movimentos sociais que atuaram na emancipação política do Brasil em 1822 não trouxeram em suas bases a formatação da identidade nacional brasileira. Porém, a ausência da noção de pertencimento a nação não significava a inexistência do sentimento antilusitano na sociedade brasileira. Esse sentimento, por sua vez, não se expressava em movimentos emancipacionistas, mas era reproduzido nas ações populares e nos conflitos raciais e classistas.¹⁷⁹ Ou seja, o antilusitanismo é um sentimento presente nas camadas populares e a aversão ao comerciante branco e português está presente nas tensões sociais que permeiam o processo de construção da identidade nacional brasileira.¹⁸⁰

As ações do clube e o discurso utilizado pelos seus próprios torcedores tornam possível observar que a identificação do Vasco da Gama com o sentimento lusitano pode ser localizada apenas a partir dos anos 1930. É sabido que o Vasco e o Lusitânia, clubes que se fundiram para formar o departamento de terra do clube cruzmaltino, eram agremiações da colônia portuguesa. Mas o Vasco nunca proibiu a participação de brasileiros nos seus quadros sociais e nas suas equipes desportivas, ao contrário do coirmão Lusitânia, que exigia que seus atletas fossem portugueses. O próprio hino do

¹⁷⁸ Em 2011 o Vasco da Gama lançou uma camisa com os dizeres “Democracia Racial” no peito para celebrar o perfil democrático do clube. Nos últimos anos, especialmente após a saída do presidente Eurico Miranda, as campanhas de marketing do clube têm sido cada vez mais associadas ao caráter popular e democrático da instituição, característica que por décadas ficou em segundo plano nas gestões de Antonio Soares Calçada e Eurico Miranda.

¹⁷⁹ Sobre o assunto, ver: RIBEIRO, Gladys Sabina. *A liberdade em construção: identidade nacional e conflitos antilusitanos no Primeiro Reinado*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002.

¹⁸⁰ Um exemplo emblemático dos significados do sentimento antilusitano no campo esportivo foi a Copa do Mundo de 1966. Após a eliminação do Brasil para Portugal, diversos estabelecimentos comerciais portugueses foram saqueados e depredados pelos torcedores brasileiros.

clube demonstra que os símbolos do clube mudaram na era profissional. O primeiro hino do Vasco da Gama, o hino oficial, não faz referência aos laços culturais das duas nações.

“Clangoroso apregoa, altaneiro\ O clarim estridente da fama\ que dos clubes do Rio de Janeiro\ invencível é o Vasco da Gama\ Se vitórias já tem no passado\ Glórias mil a ter no porvir\ O seu nome é por nós adorado\ como estrela no céu a fulgir!\ Avante então\ que pra vencer\ sem discussão\ basta querer\ Lutar, lutar\ Os vascaínos\ de terra e mar\ Os paladinos\ É mundial\ A sua fama\ “Vasco da Gama”\ Não tem rival\ Mais uma glória\ Vai conquistar\ Lutar, lutar\ Para a vitória\ Sobre os peitos leais, vascaíno\ Brilha a cruz gloriosa de malta\ Corações varonis, leoninos\ que o amor pelo Vasco inda exalta\ Quando o Vasco em qualquer desafio\ lança em campo\ o seu grito de guerra\ invencível, nervoso arrepio\ Faz tremer o rival e a terra.”¹⁸¹

Apenas o hino popular, a famosa marcha “Vamos todos cantar de coração”, composta em 1949 por Lamartine Babo, destaca em sua letra o vínculo identitário do clube com Portugal: “Vamos todos cantar de coração\ a cruz de malta é o meu pendão\ tu tens o nome do heroico português\ Vasco da Gama a sua fama assim se fez...\ No atletismo és um braço\ no remo és imortal\ no futebol és o traço\ de união Brasil-Portugal”.¹⁸² Ou seja, a identidade lusitana não representa o clube desde os primórdios da sua fundação, e somente passou a ser difundida após a ascensão do profissionalismo. Mesmo momento em que o Flamengo se associou ao nacionalismo.

Zé de São Januário, que era o pseudônimo usado pelo jornalista Álvaro Nascimento, utilizou como ninguém a imagem do Vasco como representante do sentimento lusitano. Ao escrever colunas intituladas “Uma pedrinha na shooteia”, com provocações aos outros clubes no *Jornal dos Sports*, ele não perdoava nem mesmo os símbolos nacionais exaltados pela política cultural do DIP. No dia 27 de março de 1943, o cronista escreveu a seguinte conversa com o amigo Antonio Maria Veloso:

“Agora Zé de São Januário, conta-me as novidades cá da terra.
- Não há novidades, a não ser o torneio relâmpago com mau football e boas rendas.
-Eu assisti aos últimos jogos no campo do Vasco. Os encontros foram ‘cacetes’, mas os alto-falantes do estádio são um verdadeiro suplício chinês. Aquilo é pior do que batuque de macumba. Aquilo é parecido com certas estações de rádio que cobram anúncios a cinquenta centavos o texto, e, depois, de anunciarem os

¹⁸¹ SOUZA, Bruno de Castro. *Os hinos do futebol carioca: de Coelho Neto a Lamartine Babo*. Rio de Janeiro: Editora SEI, 2012, p. 84.

¹⁸² *Idem*.

produtos de todas as quitandas, padarias e carreoarias dos bairros, tocam uma gravação de samba ou marchinha carnavalesca só para tapear.

-Ora Velloso! Na quarta-feira justificava o fato dos alto-falantes do estádio do Vasco só irradiarem gravações de sambas e marchinhas carnavalescas. O Fluminense não resolveu fazer um carnaval com o Flamengo, então: os sambas e marchinhas eram para o baile”¹⁸³

Naquela semana o Fluminense havia aplicado uma goleada impiedosa no Flamengo na final do torneio relâmpago: 5 a 1. Na provocação aos rubro-negros, Zé de São Januário aproveitou para condenar a execução dos sambas no campo do Vasco. Nos anos 1940, comparar as gravações de samba e marchinhas carnavalescas aos “batuques de macumba” mal tocados já não era mais um posicionamento hegemônico. Nessa época, a Rádio Nacional contava com uma equipe de cantores e compositores que já haviam elegido o samba como o legítimo representante da brasilidade. O próprio Ari Barroso, símbolo maior de intelectual nacionalista que transitava entre o samba e o futebol, fazia questão de ressaltar o valor do samba como gênero artístico. Numa passagem narrada por Sergio Cabral, um dos biógrafos do músico, ele conta que Ari não aceitava que as pessoas se referissem ao gênero como “sambinha”, já que nenhum brasileiro se referia ao tango como “tanguinho” ou ao jazz como “jazzinho”. Depreciar o samba seria o mesmo que declarar guerra ao principal compositor brasileiro da época. Ainda mais depreciar o samba numa coluna dedicada à gozação com os torcedores do Flamengo.¹⁸⁴

Por isso, era fácil imaginar que haveria uma resposta de Ari Barroso à provocação. E não demorou muito para que o Flamengo desse a oportunidade para Ari responder. Após um triunfo do Flamengo sobre o Fluminense, Zé de São Januário publicou na própria coluna a resposta do rubro-negro:

“Só conheço dois homens capazes de justificar tudo. Um é o Célio de Barros, o outro é o Ary Barroso. Foi justamente o Ary Barroso, depois do encontro, que me explicou o milagre. Com meu Pauli-Poli no canto da boca ouvi atentamente o locutor da Tupi.

- O Flamengo fez, em verdade, a sua semana santa. Depois daquele carnaval do torneio relâmpago que terminou com um baile de máscaras no estádio de São

¹⁸³ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 27 de março de 1943.

¹⁸⁴ Enquanto Ari Barroso, rubro-negro declarado, inspirava a formação da “Charanga do Flamengo”, primeira torcida organizada a levar instrumentos musicais ao estádio de futebol, Zé de São Januário publicava uma coluna condenando a execução de sambas no campo do Vasco. É sabido que Ari Barroso acabou batizando sem querer a torcida organizada, pois charanga era um terno que fazia alusão a um grupo de músicos ruins. Mas Ari Barroso tanto implicou com a qualidade dos músicos, que o nome acabou se popularizando e até hoje a Charanga, criada por Jayme de Carvalho em 1942, continua frequentando os jogos do Flamengo.

Januário, o Flamengo considerou aquela mal-fadada quarta-feira dos 5 X 1 como sendo a quarta-feira de cinzas. Os diretores do Flamengo compenetraram-se de tal maneira, graças a sua fé católica, que no domingo por ocasião do torneio *iníthium*, viram nos jogadores a imagem de Cristo, cheio de chagas.

-Mas a quaresma já acabou no Flamengo?

- Já, ontem foi sábado de aleluia. Você não está vendo que os pobres Cristos ressuscitaram?

-Mas você não disse aos cronistas que ontem foi sábado de aleluia no Flamengo;

-Pra quê, Zé de São Januário?

-Você ainda pergunta pra quê?

-Pra malharmos o Judas... Lá devia haver um pelo menos.”¹⁸⁵

A resposta bem-humorada de Ari Barroso redimiu religiosamente o Flamengo da goleada sofrida para o arquirrival tricolor. Comparando a trajetória do time à *Via Crucis*, Barroso fez questão de ressaltar o aspecto mais popular da celebração cristã: a malhação do Judas. O baile imposto pelo tricolor no carnaval foi reconhecido. Mas superado pelo momento de redenção dos pecados: a semana santa.

A complementariedade das duas datas populares compunha o imaginário nacionalista difundido pelo DIP: o festejo brasileiro do corpo e da alma.¹⁸⁶ O cruzamento dos códigos sagrados e profanos é uma prática comum nas camadas populares e Ari Barroso, ao longo da sua obra, soube combinar esse aspecto com a construção da identidade nacional popular. Zé de São Januário acabou criando a polêmica que Ari Barroso precisava para enfatizar o sofrimento religioso presente na experiência de ser um torcedor do Flamengo.

Alguns anos mais tarde, o cronista Nelson Rodrigues acabou consagrando a correlação entre religiosidade e futebol no Brasil. Porém, vale destacar que isso já era feito por escritores mais antigos que o gênio tricolor na imprensa esportiva. O próprio Zé de São Januário, além do Ari Barroso, também gostava de envolver o Flamengo e o Vasco em questões religiosas. A coluna do dia 10 de janeiro de 1943 contou a história do dia em que o Santo português se vingou do Vasco e deu a vitória ao rubro-negro:

“A mulher e a santo não se faz promessa. Na véspera do encontro entre os juvenis do Vasco e do América o Álvaro de Andrade fez uma promessa a Santo Antonio. Foi atendido, graças a Deus! Na hora de pagar a promessa foi a Igreja e disse ao Santo que aquilo não foi milagre. Milagre seria se o Vasco derrotasse o América por vinte a zero. Quando chegou a hora do Flamengo, **o Santo Antonio, que nunca foi rubro-negro e sempre foi vascaíno, como bom**

¹⁸⁵ *Jornal dos Sports, Rio de Janeiro*, 06 de abril de 1946.

¹⁸⁶ Alma e corpo da raça é uma expressão presente nas campanhas de marketing do clube nos anos 1930, como foi mostrado no capítulo anterior.

português que é (grifo meu), resolveu vingar-se do Álvaro de Andrade. Deu a vitória ao Flamengo nas duas partidas, embora o grêmio da Gávea jogasse apenas com dez jogadores.”¹⁸⁷

Em suma, mesmo brincando com símbolos religiosos, a temática nacionalidade estava explicitamente presente nos textos do Zé de São Januário. Contudo, ao associar o Vasco da Gama ao lusitanismo, o cronista acabou transferindo para o clube o possível ônus de ter que enfrentar o antilusitanismo presente nas camadas populares brasileiras.

O tricampeonato conquistado em 1944 ilustra bem a tensão entre as identidades vascaína e rubro-negra. Este título talvez tenha sido o primeiro grande momento de radicalização da rivalidade nacionalista que vinha sendo gestada nos anos anteriores. É claro que Flamengo e Vasco já eram grandes rivais desde os tempos das regatas chiques e ensolaradas. Mas o confronto de 1944 teve ingredientes diferentes. Primeiro, porque ocorreu em meio aos acontecimentos mais tensos e decisivos da Segunda Guerra Mundial. José Lins do Rego causou espanto em setores da imprensa quando afirmou que o tricampeonato do Flamengo “era mais importante para o povo brasileiro do que as batalhas de Stalingrado.”¹⁸⁸ Segundo porque o jogo foi decidido no último instante, com um gol supostamente irregular, marcado pelo jogador Valido, que estava febril. Além disso, Augustín Valido substituíra Perácio, atleta que estava combatendo na Força Expedicionária Brasileira. Tudo apropriado para que a imprensa explorasse ao máximo os contornos épicos da partida.

Mario Filho engrossou o coro daqueles que viam no jogo uma grande batalha, assim como o amigo José Lins. Segundo Filho, havia uma guerra desencadeada também aqui dentro do país, que fora gerada “pela paixão do povo pelo seu clube, pela sua cidade, pelo seu Estado e até pelo seu Brasil.”¹⁸⁹ Por isso se justificava, segundo Filho, o aparato de guerra montado pelo Flamengo na Gávea, que contava até mesmo com suporte militar. O GMAC – Grupamento Móvel de Artilharia da Costa – organizou a segurança dos torcedores nas arquibancadas, além de, segundo Filho, torcer pelo Flamengo.

“Foi a bola entrar e foi a Gemac invadir o campo. Barqueta, o quíper do Vasco, quando deu acordo de si, estava no chamado grande círculo, como um soldado,

¹⁸⁷ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 10 de janeiro de 1943.

¹⁸⁸ REGO, José Lins do. (1944) *apud*. COUTINHO, Edilberto. *ZéLins, Flamente até morrer*. Recife: Ci e Trop. Vol.19, n.1, 1991. P. 47

¹⁸⁹ FILHO, Mario. *O Negro no futebol brasileiro*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003. P. 262

depois de uma derrota, aturdido ainda pelo fragor da batalha, perdido, vagueando, à procura não se sabe de que. Fora o impacto, menos do gol, ou da derrota, do que das divisões do exército inimigo que, em levadas sucessivas, invadiu o campo e levavam tudo de roldão aos gritos de “Flamengo, Flamengo”! Subitamente, Barqueta se viu na guerra de que falava sempre Ondino Vieira em que não acreditava muito. Sabia que o mundo estava em guerra, mas lá longe, nos campos da Europa, da África, da Ásia, nos mares do Atlântico, do Pacífico, não aqui. Ele era paisano vestido de quíper. E subitamente, lá estavam os soldados. Desarmados, mas soldados. Enlouquecidos por uma vitória do Flamengo... O Flamengo era tricampeão da cidade. A cidade ficou em festa a noite toda. Zé Lins do Rego acompanhando a multidão que gritava, pulava e sambava.”¹⁹⁰

É preciso destacar que o relato de Mario Filho visava antes de tudo enfatizar a emotividade do evento. Mesmo assim, sua validade reside exatamente no fato do jornalista deliberadamente tentar associar o clube a um determinado sentimento. É sabido que no ano anterior, em outubro de 1943, o Flamengo homenageou o GMAC na cerimônia de entrega do título de grande benemérito para o General Eurico Gaspar Dutra.¹⁹¹ Essa boa relação do clube com o destacamento militar confere maior credibilidade ao relato empolgado de Mario Filho. Mas, para além dos exageros jornalísticos, o que Filho acabou fazendo foi aproveitar o fato de um grupamento militar torcer em peso para a equipe do Flamengo em tempos de guerra para indicar o teor nacionalista atribuído a vitória da agremiação rubro-negra.

Ainda segundo o relato de Mario Filho, os soldados não apenas apoiaram o Flamengo, como também invadiram o campo na hora do gol, fato que interferiu na partida e gerou revolta entre os jogadores do Vasco. Vale lembrar que o GMAC havia perdido oficiais nos diversos naufrágios dos navios mercantes brasileiros causados pelos submarinos alemães. Os naufrágios marcaram a entrada do Brasil na Segunda Guerra e causaram grande comoção nacional. Sendo assim, a adesão desse grupamento não pode ser visto como algo sem apelo popular. Especialmente em tempos de guerra que contam com o respaldo da população, como foi o caso da guerra contra o eixo fascista, os grupamentos militares despertam grande simpatia popular. Naquele jogo, as arquibancadas acabaram unindo militares e civis torcendo pelo clube que reivindicava o posto de representante da brasilidade. A vitória dramática contra o clube lusitano, por fim, materializou o “espetáculo patriótico”.

Os próprios vascaínos, especialmente o treinador Ondino Vieira, reclamaram em demasia do desfecho truculento da partida, tentando inclusive reunir fotos que

¹⁹⁰ *Idem.*

¹⁹¹ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 12 de outubro de 1943.

mostravam irregularidades na hora do gol do título. Quem mais tripudiou da reclamação vascaína foi, como sempre, Ari Barroso. Sobre o lance do gol de Augustín Valido, que supostamente teria se apoiado nas costas do defensor cruzmaltino para conseguir pular mais alto e cabecear a bola, o locutor sentenciou: “queria que o Flamengo fosse campeão com um gol feito com a mão..., mas com todo mundo vendo, sobretudo o juiz, porque se o juiz não visse não tinha nenhuma graça.”¹⁹²

Mas Ari Barroso não apenas brincou com a reclamação vascaína. Ele aproveitou grau de dramaticidade da partida para destacar os significados do confronto entre os dois clubes. Em uma carta publicada pelo Diário de Pernambuco, periódico que dedicou diversas edições à cobertura daquele jogo, Ari escreveu:

“Nunca um jogo de futebol despertou tanto interesse... E por que tanto nervosismo? Por motivos diversos: a) O C. R. Flamengo orgulha-se do título de ‘club mais querido do Brasil... b) O C. R. Vasco da Gama, pelo trabalho pelo trabalho perseverante dos seus prodramos..., é uma alta expressão da vitalidade desportiva brasileira e um vigoroso traço de união entre duas pátrias.”¹⁹³

Mais uma vez, Flamengo e Vasco apareceram em campos opostos marcados pela nacionalidade. O mais querido do Brasil *versus* o traço de união Brasil-Portugal. Mesmo nos momentos mais sérios de Ari Barroso como comentarista esportivo, a distinção sobre as raízes identitárias das duas instituições era clara.

Dias após a polêmica vitória do Flamengo, Ari Barroso escreveu o texto que conseguiu sintetizar o significado popular que a agremiação rubro-negra já possuía . A publicação veiculada pelo Diário de Pernambuco dizia:

“A resposta que os profissionais rubro-negros deram ante-ontem a todos aqueles que procuraram denegrir os seus esforços e a sua dedicação sem par ao clube que defendem, vale por uma confirmação eloquente do estribilho tradicional que o país inteiro já decorou: ‘O Flamengo é o clube da força de vontade’. Porque meus amigos, só quem priva da intimidade rubro-negra, quem lhe conhece as amarguras e dificuldades e o alto espírito de renúncia e sacrifício que orna o trabalho gigantesco de seus homens, pode medir com justeza a expressão da vitória neste campeonato, sem dúvida um dos mais duros e sensacionais do metropolitano. Há qualquer fluido invisível inspirando as atitudes e os gestos da gente rubro-negra. Os próprios jogadores em contacto com dirigentes, torcida, técnico e adeptos, deixam-se banhar nas águas límpidas do afeto ao grêmio, sentindo-se também flamengos, vibrando nos instantes de alegria, sofrendo nas horas de amargura. Fazem lembrar os velhos dias do amadorismo puro, quando

¹⁹² *Idem.*

¹⁹³ *Diário de Pernambuco*, Recife, 31 de outubro de 1944.

os atletas entravam em campo a despeito de contusões, meniscos, gripes e outros males.”¹⁹⁴

Mostrando ser um frequentador dos bastidores do Flamengo, Ari Barroso aproveitou para destacar o comprometimento dos jogadores profissionais do clube. Barroso contribuiu decisivamente para o surgimento dos primeiros ídolos do clube.

“Eu fui visitar Valido, em sua residência, a meia noite de sábado. Estava abatido, ardendo em febre, sob os cuidados médicos do Dr. Paes Barreto, que não ousava um prognóstico conquanto não se desdobrasse em atenções para com o valente jogador. Pirilo só entrou em campo porque resolveu reunir todas as suas reservas de energia para o último e decisivo arranco, de vez que, de saúde, era o mais precário possível o seu estado. Bria, o tal ‘bonde paraguaio’, hoje uma das expressões mais fortes da técnica carioca esteve a pique de não jogar, pois pela parte da manhã viu agravado um tumor a altura dos rins, chegando ao ponto de ser operado imediatamente. Coisas assim, além de recomendar o respeito alheio a figura do profissional de futebol, tão caluniado e injuriado, vale pela confirmação de uma mística que empolga a família rubro-negra, mística admirável que leva o clube às conquistas mais espetaculares e dos triunfos mais retumbantes... Já recebi mais de dois mil telegramas de todos os quadrantes do Brasil trazendo aos novos tri-campeões da cidade palavras de agradecimento e de estímulo. Pode-se dizer, sem medo de errar, que houve, ainda ontem, pelas ruas da cidade um carnaval extra. A torcida flamenga saiu à rua com pandeiros, tambores, cuícas, flautas e reco-recos. A galeria Cruzeiro viveu instantes de terça-feira gorda. E quem quer percorresse os bairros da metrópole veria em todos eles idênticos expressões de contentamento. Foi uma festa da cidade.”¹⁹⁵

Mesmo sendo um texto comemorativo, Barroso começou fazendo uma expressiva defesa aos jogadores profissionais, comparando-os com os tempos do amadorismo puro. O ideal do jogador amador, dedicado ao clube por conta dos seus vínculos afetivos, servia como elo de continuidade da trajetória do clube, como se as conquistas profissionais reapproximassem a instituição dos seus bons tempos iniciais. Firmava-se nessa comparação o mito da tradição popular, buscando no passado remoto as bases da identidade clubística. Em outros termos, reinventava-se o passado visando legitimar o clube profissional, como se entre os tempos amadores e profissionais houvesse linearidade e não ruptura. Porém, em última análise, o passado amador descrito no texto engrandece o profissionalismo, conferindo ao clube naquele momento a legitimidade de permanecer exercendo a sua vocação histórica. Por fim, o objetivo de Ari era mostrar que o projeto “profissionalista” continha também os elementos necessários para consolidar o Flamengo como clube da “força de vontade”.

¹⁹⁴ *Diário de Pernambuco*, Recife, 01 de novembro de 1944.

¹⁹⁵ *Idem*.

A estratégia de relacionar os eventos contemporâneos ao passado mítico era recorrente, pois um clube de futebol assenta sua identidade exatamente nos termos da tradição. Por isso a insistência em afirmar que as festas nas ruas eram tradicionais, que a raça dos jogadores era tradicional, que a mística adesão dos torcedores era histórica. A invenção da tradição era parte central na construção do novo clube e no esquecimento do antigo, mesmo para isso o passado fosse reescrito.

Mas, além da defesa da tradição, outros aspectos renovadores do profissionalismo estão presentes no texto de Ari Barroso. O mais interessante é a definição das partes atuantes que compõem um clube de futebol. Jogadores, dirigentes, torcida, técnico e adeptos são partes distintas que formam o espírito de luta da equipe. É o contato dos jogadores com a torcida que permite a formação do espírito necessário para as vitórias. A torcida aparece então como sujeito do clube. Sem a torcida, os jogadores não teriam condições de superar as adversidades. O jogador profissional, de fato, joga para a torcida, além de dever satisfação aos dirigentes e comissão técnica.

Além disso, torcida e adeptos são partes diferentes na instituição. Os adeptos estão dentro do clube; são os sócios que, mesmo torcendo pelo clube, têm interesses e práticas distintas do torcedor comum. O torcedor comum, que celebrou nas ruas do país, que enviou telegramas de todos os quadrantes do Brasil com mensagens de apoio aos jogadores, contagiou o clube, tornou-se a razão de ser dos jogos de futebol do Flamengo. Mas o sócio, adepto que faz política dentro do clube, não mantém com os jogadores, por exemplo, a mesma relação de idolatria. As alianças políticas dentro dos clubes também faz com que os sócios muitas vezes tenham interesses que andam na contramão dos anseios do torcedor comum. Nos clubes do Rio de Janeiro, especialmente no Flamengo, há demonstrações históricas das diferenças entre os sócios e os torcedores. Programas como o “sócio-torcedor”, que em tese garantiriam vantagens aos torcedores que se associassem, sempre foram fracassos retumbantes. Tanto porque não interessa ao torcedor frequentar a sede do clube, muitas vezes por se tratar de um ambiente hostil ao sujeito que não frequenta o bairro de forma assídua, como também não interessa ao sócio dividir suas regalias associativas com os “baderneiros” que só gostam de futebol. Essas tensões são até hoje visíveis nos bastidores do clube. Recentemente, em 2010, o departamento de esporte amador, reduto de atuação política dos sócios, realizou uma festa de fim de ano para celebrar as conquistas do clube em modalidades olímpicas e fez questão de não convidar pessoas ligadas ao departamento de futebol. Entre as muitas justificativas, os esportistas amadores acusaram os

profissionais do futebol de não honrarem a camisa do clube, utilizando a mesma retórica amadorista que enxerga somente no sócio a verdadeira virtude desportiva. Outro exemplo recente de tensão diz respeito ao antigo projeto de transformação do estádio da Gávea em um campo para jogos de futebol profissional de porte médio. Esse projeto enfrenta severa resistência dos próprios sócios que atuam na associação de moradores do bairro Leblon. A ex-presidenta Patricia Amorim, eleita com o voto dos esportes amadores em 2009, enfrentou como nenhum outro presidente da história do clube as tensões entre os torcedores de futebol e os interesses dos associados.¹⁹⁶

O texto de Ari Barroso, por fim, destaca a maneira como foi festejado o triunfo rubro-negro. Ruas cheias, instrumentos musicais, como se a cidade estivesse no carnaval. O carnaval da torcida aparecia em 1944 como parte indissociável das conquistas desportivas.

A íntima relação do carnaval e dos músicos compositores contribuiu também para que as rivalidades identitárias chegassem às canções populares. Flamengo e Vasco duelaram também nos rádios. Em uma das marchinhas mais famosas do carnaval de 1946, “No boteco do José”, a letra composta pelo famoso rubro-negro Wilson Batista exaltava a vitória vascaína e a comemoração no boteco tipicamente português.

“Vamos lá que hoje é de graça \ no boteco do José \ entra homem, entra menino \ entra velho, entra mulher \ é só dizer que é vascaíno \ que é amigo do Lelé \ solta foguete até de madrugada \ canta-se o fado bebendo a champanhada \ segunda-feira só abre por insistência \ quando o Vasco é campeão \ seu José vai a falência.”¹⁹⁷

As diferentes formas de celebração das vitórias também reforçavam as identidades. Enquanto a torcida do Flamengo era descrita festejando e tocando instrumentos nas ruas, ou chorando nos trens e ônibus após as derrotas, o vascaíno era sempre retratado, mesmo nas músicas comemorativas, celebrando nos estabelecimentos comerciais portugueses.

Wilson Batista certamente foi o compositor que mais fez questão de destacar nas suas composições a distinção social das duas torcidas. Nas suas letras, o popular sambista utilizou bastante a referência ao lusitanismo como expressão dos interesses dos

¹⁹⁶ Em matéria de 12 de julho de 2012, o globo esporte repercutiu essa questão. <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/flamengo/noticia/2012/07/livre-das-criises-do-futebol-gavea-evolui-e-gestao-de-prefeito-vira-trunfo.html>

¹⁹⁷ <http://letras.mus.br/wilson-batista/1765823/>, visualização em 20 de dezembro de 2012.

proprietários, contrapondo a torcida do Flamengo como vítima da exclusão social e das relações de dominação. Na composição “O juiz apitou”, Wilson Batista relata o sofrimento causado por mais uma derrota do Flamengo e prevê a gozação do dia seguinte:

“eu tiro o domingo pra descansar, mas não descansei \ que louco fui eu \ Todo queimado de Sol \ o Flamengo perdeu pro Botafogo \ Amanhã vou trabalhar \ meu patrão é vascaíno \ e de mim vai zombar”¹⁹⁸

No samba “Memórias de um torcedor”, Batista lamenta outra derrota do Flamengo e descreve o esforço do torcedor suburbano que atravessa a cidade para ir à Gávea: “Faço sacrifício, venho lá do Realengo, uma vez Flamengo, sempre Flamengo.”¹⁹⁹ As canções de Wilson Batista por exaltarem a condição social sofrida da torcida do Flamengo acabaram registrando muitas derrotas e vexames do clube.

Em um dos sambas mais famosos do Wilson Batista, a canção “Coisas do destino”, composta em 1942, o autor mostra o dilema social vivido pelo torcedor do Flamengo, que não deixava de ser um protesto sobre a sua relação de trabalho com o empregador: “São coisas do destino, sou rubro-negro, meu patrão é vascaíno. Este emprego eu vou perder, mas deixar de ser Flamengo, não pode ser.”²⁰⁰

As composições de Wilson Batista tiveram a marca das tensões ocorridas com a ampliação da entrada do trabalhador no mundo do trabalho formal.²⁰¹ A moral do trabalho e do esforço, prestigiadas pela propaganda estado-novista, foram alvos de ataques, mas também foram celebradas pelo compositor. É comum encontrar em sua obra letras que ora elogiavam o homem regrado, o bom trabalhador, ora condenavam o esforço em vão feito pelo trabalhador e exaltam a boemia.²⁰²

¹⁹⁸ As principais músicas dedicadas ao Clube de Regatas do Flamengo estão listadas em: http://www.flamengo.com.br/flapedia/Flamengo_na_M%C3%BAsica, visualização em 20 de dezembro de 2012.

¹⁹⁹ *Idem.*

²⁰⁰ *Idem.*

²⁰¹ Uma história famosa que retrata a tensão entre Flamengo e Vasco no mundo do trabalho é a contada pelo ex-jogador Edu Coimbra sobre o seu pai, o Sr. Antunes. Coimbra conta em um documentário que o sonho do pai, que trabalhava em uma padaria, era jogar no Flamengo. Quando o patrão vascaíno soube que Antunes havia marcado um teste para ingressar no rubro-negro, ele ameaçou despedi-lo. Anos depois, Sr. Antunes deve ter se sentido recompensado, pois seu filho caçula, Arthur Coimbra, o Zico, tornou-se o maior jogador da história do Flamengo. Relato disponível em:

<http://www.youtube.com/watch?v=ggzACyw-ySk>, último acesso em 12 de janeiro de 2013.

²⁰² “O Bonde de São Januário” e “Inimigo do Batente” são duas composições que ilustram bem a tensão gerada pela adesão ou recusa aos valores do mundo do trabalho formal.

Nas canções que abordavam a torcida do Flamengo, Batista também aproveitou para destacar o bom comportamento operário. Se em “Coisas destino” e “O juiz apitou”, o mundo do trabalho representava o espaço de humilhação e dominação, em “Ganha-se pouco, mas é divertido”, Batista utilizou todas as referências positivas em relação ao sentimento da brasilidade popular.

Ele trabalha de segunda à sábado \ com muito gosto sem reclamar \ mas no domingo ele tira o macacão \ e manda no barracão, põe a família pra sambar \ lá no morro ele pinta o sete \ com ele ninguém se mete \ ali ninguém é fingido \ ganha-se pouco, mas é divertido \ ele nasceu sambista \ tem a tal veia de artista \ carteira de reservista \ está legal com o senhorio \ não pode ouvir pandeiro, não \ fica cheio de dengo \ é torcida do Flamengo \ nasceu no Rio de Janeiro.²⁰³

Nas músicas de Wilson Batista, o rubro-negro trabalhador sofria com a vida operária, mas também sabia conciliar o esforço com os compromissos formais. Contas pagas, serviço militar em dia e fim de semana pra festejar com a família no barracão. O estereótipo do bom brasileiro forjado pelo DIP. Por outro lado, o malandro valente, sem família, era a representação condenada pelo estado-novo. Mas isso não significava abdicar do tempo para diversão. O samba, no barracão e com a família, era a opção.

Já na década de 1950, os compositores Pereira Gomes, Pedro Gomes e Ailton Amorim fizeram o samba “Ser Flamengo”, que anos depois ficou famoso na voz de Geraldo Pereira. Essa composição extrapolou os limites da boa convivência e exagerou a rivalidade entre Flamengo e Vasco ao descrever o verdadeiro comportamento do torcedor do clube.

“Ser Flamengo é ir pro estádio ao meio-dia \ ficar com a barriga vazia \ torcendo até o apito final \ é também ter um sangue de assassino \ toda vez que um vascaíno \ diz que o Pavão é um perna de pau.”²⁰⁴

A rivalidade entre Flamengo e Vasco, já consolidada na década de 1950, foi alimentada nas primeiras décadas do profissionalismo pela utilização recorrente do discurso nacionalista por parte expressiva da imprensa. Esse aspecto confere maior tensão aos confrontos entre os dois clubes até os dias atuais. Tensão que não se verifica, por exemplo, no *Fla X Flu* e nem mesmo nos jogos do Flamengo contra o Botafogo, que até a década de 1980 eram dominados pelo clube alvinegro com larga hegemonia.

²⁰³ *Idem.*

²⁰⁴ *Idem.*

Isso ocorreu porque o Vasco da Gama foi o clube que mais ofereceu material simbólico para os intelectuais ligados ao Flamengo reforçarem o discurso nacionalista. Pelo fato de ser um clube ligado à colônia portuguesa, o Vasco acabou servindo como contraponto à brasilidade reivindicada pelo rubro-negro. Isso não quer dizer que o clube tenha necessariamente organizado um projeto de adesão ao lusitanismo, e que somente portugueses e seus descendentes torçam pelo clube cruzmaltino. Mas indica que no imaginário compartilhado pelos torcedores, a rivalidade entre os dois clubes foi construída nos termos das tensões antilusitanas, que perpassam inclusive por questões econômicas e sociais. É importante destacar que a adesão de um torcedor ao clube de futebol, assim como a um partido político, não resulta exclusivamente da sua renda ou posição na estrutura social de produção. As pessoas escolhem clubes dentro de um campo de possibilidades simbólicas que melhor representam sua visão social de mundo. Por isso não é absurdo que até os dias atuais, torcedores do Vasco entoem nas arquibancadas o grito “silêncio na favela” quando enfrentam o Flamengo, apesar dos mesmos torcedores serem moradores das comunidades pobres do Rio de Janeiro. Por sua vez, um menino abastado de família tradicional da zona sul que torce pelo Flamengo também faz questão de se denominar torcedor da “mulambada” ou da “urubuzada” quando está nos estádios de futebol. Em jogos de futebol com ingressos cada vez mais caros, é bastante comum ouvir cânticos exaltando o “favelado” e o “maloqueiro”.

Nesses termos, importa menos aquilo que os clubes supostamente pensavam sobre si mesmos, mas vale a maneira como eles foram historicamente inventados pelos agentes que contaram e inventaram as suas histórias. Mais importante ainda é se essas invenções foram apropriadas pelo imaginário social. Considerando a popularidade de intelectuais como Ari Barroso, Mario Filho e Wilson Batista, é possível verificar que o perfil social dos clubes inventados por esses agentes foi bastante bem-sucedido e encontrou alto grau de circularidade cultural.²⁰⁵ A invenção do “ser Flamengo” ocorreu em sincronia com a invenção do “ser Vasco”.

Na posse do presidente Dario de Mello Pinto, em janeiro de 1943, o discurso inaugural da nova gestão indicou o reconhecimento dos responsáveis pela associação do

²⁰⁵ Ou seja, como as identidades dos clubes de futebol foram apropriadas por diferentes sujeitos de variadas posições sociais, o que mostra que o projeto nacional-popular não é exclusivamente a expressão dos valores do trabalhador, e que sua apropriação não é impossível por setores da sociedade alheios à vida operária. Nesse caso, o conceito de circularidade está sendo utilizado nos termos propostos por Ginzburg. Sobre o assunto, ver: GINZBURG, Carlo. *O queijo e os vermes: o cotidiano e as idéias de um moleiro perseguido pela Inquisição*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

Flamengo ao nacionalismo. Sem citar nomes, o novo presidente afirmou que os rubro-negros deviam manter-se fiéis ao tradicional lema do clube: “O Flamengo ensina: amar o Brasil sobre todas as coisas”.²⁰⁶ O tradicional lema, como já foi mostrado neste trabalho, era uma das frases vencedoras do concurso promovido apenas seis anos antes na gestão José Bastos Padilha. Sem precisar tornar explícito, Dario Mello Pinto deixou claro que a vocação do clube mudou apenas na gestão de Padilha.

Por incrível que pareça, o próprio Zé de São Januário já nos anos 1940 ainda fazia referências ao mandato de José Bastos Padilha. Dizendo-se amigo íntimo do ex-presidente, o cronista vascaíno lamentou em um das suas colunas a ausência de Padilha na presidência do Flamengo.

“Ai meu Deus! Que saudades da Amélia! Esta Amélia aqui está em sentido figurado. Porque em boa verdade o que o Zé de São Januário deseja dizer é o seguinte: Ai meu Deus! Que saudades do Bastos Padilha! Aquilo sim era homem! Os cronistas esportivos passavam fome ao lado dele e achavam bonito não ter o que comer. E quando os cronistas viam o Bastos Padilha contrariado ainda diziam: Seu Padilha, o que se há de fazer... Longe do borbórinho do football, o Bastos Padilha quando dá os seus churrascos nunca se esquece dos cronistas esportivos, aqueles rapazes que ao seu lado fizeram a maior campanha de propaganda em prol do Flamengo de que há memória nos anais esportivos da cidade.”²⁰⁷

Zé de São Januário tocou no ponto central da gestão Padilha: a associação com a imprensa. A popularidade do clube não resultou da simples vontade da imprensa, mas está intimamente associada ao bom relacionamento entre o clube e os intelectuais dispostos a integrar o Flamengo ao discurso nacionalista e popular. A gestão Padilha construiu o conteúdo discursivo nacionalista. Mas isso não bastaria se não fosse arranjada a forma de divulgá-lo através da imprensa, contando com profissionais que nem mesmo tinham vínculo histórico com o futebol. Ari Barroso, José Lins do Rego e especialmente Padilha mantinham atividades laborais completamente afastadas do futebol. Apenas Mario Filho possuía maior proximidade com o esporte e com os clubes, mas a própria carreira do reconhecido jornalista apenas decolou na época do profissionalismo, contando com o apoio financeiro de empresários como Padilha.

Das rivalidades futebolísticas que surgiram no Rio de Janeiro, a mais associada ao projeto de Padilha sem dúvida foi o Flamengo e Vasco. O *Fla X Flu* entrou para a

²⁰⁶ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 20 de janeiro de 1943.

²⁰⁷ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 30 de setembro de 1943.

história como o clássico mais citado pelos jornalistas e literatos brasileiros que se dedicaram ao futebol. Mas o Flamengo e o Vasco condensou as rivalidades mais tensas no momento de grande receptividade dos símbolos nacionalistas pelas camadas populares. As ações estatais distributivas que geravam melhorias concretas nos padrões de vida do trabalhador, associadas à propaganda estatista, geraram terreno fértil para a difusão dos valores nacionalistas. Coube ao Flamengo se associar ao projeto de sociedade que foi capaz de se enraizar na cultura política brasileira.

Vargas Netto, dirigente da CBD, costumava enaltecer o Vasco dizendo que “nós brasileiros somos também portugueses”.²⁰⁸ Movido por essa convicção, Vargas Netto passou por uma situação constrangedora ao final de um Flamengo e Vasco. Após a vitória da equipe rubro-negra em jogo realizado em General Severiano, o dirigente saiu do estádio em companhia de Mario Filho, o relator da história. Na porta de um botequim, Vargas Netto se deparou com dois negros gritando Vasco e se solidarizou com os dois homens. Ao se aproximar dos torcedores, Vargas Netto foi surpreendido pela gozação dos dois, que eram “Flamengo e dos bons” e ao reconhecerem o dirigente começaram a provocar os torcedores do Vasco.²⁰⁹ Talvez, as tensões entre Flamengo e Vasco possam ajudar a demonstrar que brasileiros não são tão portugueses como pensava Vargas Netto.

O jogo maior que os clubes: o *Fla x Flu*

A rivalidade entre Flamengo e Fluminense é bastante diferente das tensões existentes entre Flamengo e Vasco. É claro que isso não anula as provocações e até mesmo eventuais enfrentamentos entre as duas torcidas. Mas é corrente tanto na imprensa esportiva, quanto entre os torcedores, que o clássico *Fla x Flu* não desperta os mesmos sentimentos furiosos que os jogos entre Flamengo e Vasco.

Sempre vinculado ao “espírito brasileiro”, o *Fla x Flu* tornou-se um evento cultural para além do jogo de futebol. É como se o clássico representasse os símbolos culturais que melhor sintetizam a brasilidade. No site da FIFA, os maiores clubes do mundo possuem pequenos textos que contam brevemente a história da agremiação. Na página do Flamengo, o texto que descreve o clube para os torcedores de futebol de todo mundo faz referência ao *Fla x Flu* nos mesmos termos das principais festividades brasileiras:

²⁰⁸ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 22 de agosto de 1944.

²⁰⁹ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 05 de outubro de 1943.

“Até hoje, em dias de FlaxFlu, a vida para no Rio e o clima de carnaval toma conta da cidade, com um colorido de espetáculo e paixão que só os brasileiros sabem fazer.”²¹⁰

O outro bom exemplo da mística conciliadora criada em torno do clássico pode ser visto no *Fla x Flu* da taça São Sebastião. Em 1999, após um curto período de obras, a geral do Maracanã foi reaberta. A geral era o espaço mais barato do estádio, e as torcidas ficavam misturadas, em vez de serem separadas por cordões policiais. Esse espaço sempre foi exaltado pela imprensa esportiva como o lugar de manifestação genuína do torcedor brasileiro, mas com o aumento da violência nos estádios, gradativamente as autoridades brasileiras e estrangeiras foram encontrando artifícios para fechar essa parte do estádio.²¹¹ Por esse motivo, a reabertura desse setor era vista com receio por parte da imprensa. As possibilidades de grandes brigas e o aumento da criminalidade no Rio de Janeiro representavam sérios riscos para as autoridades políticas que estavam no evento. O Governador Anthony Garotinho e o Prefeito Luiz Paulo Conde passariam por momentos delicados caso algum incidente violento ocorresse naquela parte do estádio. Não à toa, o jogo escolhido para a ocasião foi o *Fla x Flu*.

Nos jornais da véspera da partida, os termos “espaço democrático” e “festa do povo” foram amplamente divulgados pela imprensa. Todo o direcionamento da cobertura do jogo visava enfatizar que as torcidas de Flamengo e Fluminense, com seu espírito tipicamente festivo, poderiam reconduzir a cidade aos tempos mágicos do passado de ouro da cidade. No dia seguinte ao jogo, os jornalistas não pouparam esforços para atribuir um caráter mítico e nostálgico ao sentimento despertado pelo *Fla x Flu* lotado.

A quarta-feira foi genuinamente carioca. Dia de São Sebastião (padroeiro do Rio), feriadão, sol, gatinhas se torrando nas areias, famílias passeando pelo calçadão e Maracanã lotado, colorido e festivo. Tudo com nos bons e velhos tempos. Para completar, a chuva de gols da volta da geral.²¹²

²¹⁰ <http://pt.fifa.com/classicfootball/clubs/club=44132/index.html>, acesso realizado em 10 de dezembro de 2010.

²¹¹ A FIFA alega desde os anos 1990 que a geral foi fechada nos estádios ao redor do mundo por conta do desconforto dos torcedores que são obrigados a assistir aos jogos de pé.

²¹² Jornal *O Lance*, Rio de Janeiro, 21 de janeiro de 1999.

O mesmo discurso de conciliação e festividade foi utilizado no *Fla x Flu* do centenário, realizado em julho de 2012.²¹³ O designer Roberto Stein, da equipe de produção da Rede Globo, criou a taça que foi entregue para os dois capitães dos times no jogo comemorativo. A taça podia ser repartida ao meio, detalhe fundamental que configurava a marca do clássico. O designer explicou o conceito da taça.

Ao mesmo tempo que existe a rivalidade, existe o versus, existe a união, o encontro, a história de um ter vindo do outro. Unimos então duas peças que formam um X, que consegue simbolizar esta história e ao mesmo tempo se desmembram para que cada clube fique com uma metade.²¹⁴

Diversos fatores contribuíram para o surgimento da mística conciliadora dos dois clubes da zona sul. É fácil localizar as íntimas relações dos dirigentes dos dois clubes nos tempos do amadorismo. Um dos fundadores do tricolor das laranjeiras, Virgílio Leite, foi presidente também do Clube de Regatas do Flamengo, ainda quando o rubro-negro não tinha departamento de terra e equipe de futebol. Já o próprio futebol do Flamengo foi criado em 1911 por conta de uma briga que motivou a saída dos jogadores do Fluminense. Os jogadores tricolores, que nas regatas já apoiavam o rubro-negro, procuraram o Flamengo para criar uma nova equipe de futebol. A entrada do Flamengo na Liga Metropolitana contou também com o apoio do Fluminense, que apoiou o ingresso do novo time rubro-negro diretamente na Primeira Divisão.²¹⁵

Ao longo da história os dois clubes promoveram troca-troca de jogadores visando fortalecer o rival²¹⁶, participaram em conjunto de campanhas publicitárias, encheram diversas vezes o Maracanã em jogos festivos e finais de campeonatos. Aliás, o maior público do Estádio Jornalista Mário Filho, o Maracanã, aconteceu em um FlaxFlu disputado em dezembro de 1963, com 177.020 pagantes. Esse permanece sendo o maior público de um jogo entre clubes da história do futebol brasileiro.²¹⁷

Contudo, é sabido que a histórica boa relação nos bastidores não seria capaz de explicar, isoladamente, porque as duas torcidas compartilham os símbolos que forjam o

²¹³ As duas equipes de futebol de Flamengo e Fluminense se enfrentaram pela primeira vez em 07 de julho de 1912, por isso os clubes organizaram esse evento comemorativo durante a disputa do campeonato brasileiro.

²¹⁴ <http://globoesporte.globo.com/futebol/100-anos-de-fla-flu/noticia/2012/06/no-jogo-do-centenario-do-fla-flu-taca-sera-dividida-literalmente.html>, acesso realizado em 08 de julho de 2012.

²¹⁵ MAZZONI, Tomás. *História do futebol no Brasil*. São Paulo: Leia, 1950.

²¹⁶ O ex-presidente tricolor Francisco Horta insistia que precisava fortalecer o Flamengo para garantir as finanças do campeonato carioca.

²¹⁷ PEREIRA, Luis Miguel. *Bíblia do Flamengo*. São Paulo: Almedina, 2010. P. 159

FlaxFlu como clássico representativo do espírito festivo brasileiro. Não basta destacar a proximidade dos dirigentes dos clubes. Dirigentes e torcedores são partes diferentes de um clube de futebol.

Por isso, seria pouco proveitoso procurar os significados da rivalidade existente no FlaXFlu sem investigar o momento de invenção do clássico, e os agentes responsáveis pela invenção da tradição do clássico. Vários exemplos de cordialidade entre os dois clubes poderiam ser expostos para confirmar o caráter conciliador dessa rivalidade, mas com isso nada seria explicado. É preciso então interpretar os discursos que construíram a rivalidade e divulgaram seus significados.

Assim como a rivalidade entre Flamengo e Vasco pode ser investigada a partir da interpretação da obra dos principais comentaristas do clássico, o mesmo pode ser feito com o *Fla x Flu*. Com algumas facilidades, pois o próprio termo *Fla x Flu*²¹⁸, que não sofre variação mesmo que o Fluminense seja o mandante do jogo, tem data de nascimento e criador. Além disso, localizar o momento e os responsáveis pela invenção da mística do *Fla x Flu* é mais fácil porque, sem dúvida, esse é o jogo mais comentado da imprensa esportiva brasileira.

Até mesmo as pessoas que não acompanham futebol sabem da importância da família Rodrigues para a história do *Fla x Flu*. Especialmente o escritor Nelson Rodrigues, lido e muito comentado nos dias atuais, é bastante conhecido também pelas crônicas esportivas e pelas diversas referências ao *Fla x Flu*. A mais célebre delas, a crônica “Irmãos Karamazov”, narra em tom dramático o surgimento do Flamengo em meio às brigas no futebol tricolor, como se o parentesco entre os dois clubes tivesse selado para sempre os destinos da rivalidade. Afinal, para Rodrigues, Flamengo e Fluminense são os irmãos do futebol brasileiro.²¹⁹

Nelson Rodrigues escreveu textos empolgados sobre o Flamengo e nunca fez questão de esconder que seu segundo time era o rubro-negro. No famoso “Manto Sagrado”, o dramaturgo descreveu com grande emoção a importância da camisa para o Clube de Regatas do Flamengo, capaz de jogar sozinha quando “o time não dá nada.”²²⁰

²¹⁸ Na região sul do Brasil, o termo *Fla x Flu* faz referência ao jogo de totó ou pebolim. Isso mostra a abrangência nacional do clássico.

²¹⁹ RODRIGUES, Nelson. *Os Irmãos Karamazov*. IN.: MARON FILHO, Oscar & FERREIRA, Renato. (orgs.) *Fla x Flu... e as multidões despertaram!* Rio de Janeiro: Europa, 1987.

²²⁰ *O Manto Sagrado*, disponível em: <http://www.youtube.com/watch?feature=endscreen&NR=1&v=EupRfhDlqjk>, acesso realizado em dezembro de 2012.

Na própria crônica “Irmãos Karamazov” ele afirma categoricamente, bem ao seu estilo: “Cada brasileiro, vivo ou morto já foi Flamengo por um instante, por um dia.”²²¹

O estilo literário *rodriguiano* é muito afeito ao futebol. O tom épico, o drama, as certezas passionais e o desprezo pela objetividade são características que tornam a obra de Nelson Rodrigues um caso raro de popularidade na imprensa esportiva. No centenário do nascimento do escritor, que por coincidência ocorreu junto com a comemoração do centenário do *Fla x Flu*, programa esportivos que nunca se dedicaram a temáticas literárias passaram dias analisando a obra de Rodrigues e despertaram grande participação dos telespectadores através dos canais interativos de participação. Ou seja, o texto do Nelson Rodrigues, repleto de descompromisso explicativo, é extremamente sedutor também para o torcedor de arquibancada, mesmo quando escrito de maneira rebuscada.

Porém, mesmo gozando de enorme prestígio na imprensa esportiva, não é possível associar a obra de Nelson Rodrigues ao futebol. Mesmo tendo participado de resenhas esportivas importantes como a Mesa Facit, programa de televisão que inaugurou o formato de mesa redonda desportiva no Brasil, a crônica esportiva foi uma faceta menor da produção do dramaturgo. Ao contrário do seu irmão, Mario Rodrigues Filho, que dedicou quase toda a sua obra à cobertura jornalística dos eventos desportivos brasileiros.

Mario Filho escrevia já nos anos 1930 tudo aquilo que serviu de base para as crônicas de Nelson Rodrigues nas décadas subsequentes. Menos famoso que o irmão nos dias atuais, Mario Filho foi o responsável pela criação do termo *Fla x Flu* e pelos elementos simbólicos conferidos ao clássico.

O “Negro no Futebol Brasileiro”²²² é a principal obra de Mario Filho. Publicada apenas em 1947, ela reúne as memórias e as principais matérias feitas pelo jornalista desde o início do trabalho como repórter. Por isso, muitas vezes o relato preciso do jornalista se mistura com passagens memorialistas, sem o devido compromisso documental. Seria inócuo ficar tentando desvendar se obra de Filho é literatura ou história. O que mais vale da obra é o argumento simples e precioso que norteia toda a narrativa: o profissionalismo foi uma estratégia de inclusão social do negro.

²²¹ *Idem.*

²²² Neste trabalho estou utilizando a quarta edição, lançada em 2003: FILHO, Mario. *O negro no futebol brasileiro*. 4 edição – Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

Nos últimos anos, a retomada da obra de Gilberto Freyre, que ocorreu em consonância com o aumento das investigações sobre resistência escrava, acabou contribuindo para a redescoberta da obra de Filho. Esquecido durante décadas pelas pesquisas acadêmicas, o livro “Negro no Futebol Brasileiro” enfrenta até os dias atuais a dura missão de se livrar dos rótulos atribuídos por algumas leituras apressadas. O rótulo mais comum, e superficial, é o do livro se basear em argumentos racistas.

De fato, a questão central do livro é analisar a ascensão social do negro através do futebol. Portanto, um argumento inegavelmente de cunho racial, não necessariamente racista. Filho retorna aos tempos do amadorismo para mostrar como o futebol era elitista e como os clubes faziam questão de manter a postura aristocrática. Com o aumento das rivalidades entre as agremiações e com gradativa entrada de jogadores negros nas equipes de futebol, os clubes passaram a viver as contradições do discurso elitista em oposição ao processo de popularização da prática do esporte. Nos anos 1930, o sucesso de jogadores como Leônidas e Domingos no selecionado nacional abriu caminho para que o futebol se tornasse um espaço de realização material e simbólica dos atletas negros, processo esse que somente foi consolidado com a vitória da seleção brasileira na Copa do Mundo de 1958, liderada pelo representante máximo da inclusão social do negro no Brasil, o jogador Pelé.

Muito resumidamente, este é objetivo do livro de Filho. Fazer uma história do futebol brasileiro, tendo como gênese o elitismo racista dos primeiros anos e como ápice o triunfo na Copa do Mundo de uma seleção mestiça. Se considerarmos a estrutura da narrativa, parece mesmo uma novela em que o herói supera com muito esforço as adversidades e, após severas humilhações, triunfa redimindo inclusive aqueles que o humilharam. Porém, o livro é bem mais do que um relato fictício, e leituras que reduzem a interpretação de Filho a um floreio romântico negligenciam aspectos muito mais relevantes no texto do autor.

Antes de tudo, é preciso historicizar a interpretação do autor, situá-la no contexto social vivido por ele. O primeiro passo, que seria localizar suas inspirações acadêmicas, não exige muito. Ora, não é preciso grandes esforços analíticos para vincular a obra de Filho ao referencial teórico de Gilberto Freyre. Até porque, o prefácio do livro é escrito pelo próprio Freyre. E talvez por esse motivo, Mario Filho tenha sofrido de maneira precipitada todos os ataques direcionados às teses do antropólogo.

Não são poucos aqueles que acusam Freyre de ter “adocicado” as relações de dominação escravistas no Brasil²²³. Ao analisar os espaços de sociabilidade que formaram a cultura nacional mestiça, Freyre sofreu diversos ataques. O principal deles ocorreu por parte dos historiadores que refutaram a tese de que a mestiçagem seja no Brasil a expressão de uma democracia racial. Não cabe aqui entrar no arriscado campo de discussão sobre a obra freyreana e seus impactos políticos.²²⁴ Mas vale dizer que muitas das críticas à noção de “democracia racial” direcionadas a Freyre acabaram servindo também para atacar Mario Filho.

A integração nacional era uma preocupação dos dois autores. Freyre quando elaborou a tese que deu origem ao clássico “Casa-grande e senzala”,²²⁵ certamente estava envolvido com as questões políticas que orientavam os debates sobre a formação da nacionalidade brasileira. Nesse sentido, as obras de Mario Filho e Gilberto Freyre se aproximam demais. Filho também estava também inserido no debate acerca da formação da identidade nacional que inspirava a maioria dos intelectuais dos anos 1930. Nesse ponto, os dois compartilham a visão positiva sobre a inclusão social brasileira, facilitada pelas nossas particularidades históricas.

Porém, transferir imediatamente todas as críticas feitas à concepção “democracia racial” para a obra de Filho é uma tarefa digna de contestação. Se Filho foi buscar em Freyre a referência teórica para o seu trabalho, isso se justifica por uma das suas premissas: no Brasil, sujeitos oriundos de experiências culturais diferentes – leia-se raça - conseguem conviver nos mesmos espaços de sociabilidade. Isso está presente em Freyre, e Mario Filho recorreu para demonstrar a trajetória do negro no futebol no Brasil. Mas isso não significa para Mario Filho em hipótese alguma o fim dos antagonismos e das tensões raciais. Pelo contrário, as diferenças constituem as rivalidades agonísticas do futebol – e o *Fla x Flu* será a expressão máxima dessas clivagens sociais positivas e modernas.

É possível dizer que a obra de Gilberto Freyre não ignora o fim dos antagonismos na sociedade colonial, e, portanto, isso não seria suficiente para diferenciar os dois autores. Porém, há um dado poucas vezes considerado que diferencia

²²³ Por exemplo, a vertente historiográfica que construiu a concepção de “escravo-cárcere”, representada por historiadores como Décio Freitas e Clóvis Moura. Sobre o assunto, ver: VAINFAS, Ronaldo. *Ideologia e escravidão*. Petrópolis: Vozes, 1986.

²²⁴ Sobre o assunto, ver PALLARES-BURKE, Maria Lucia. *Gilberto Freyre: um vitoriano dos trópicos*. São Paulo: UNESP, 2005.

²²⁵ FREYRE, Gilberto. *Casa-grande e senzala.: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal*. São Paulo: José Olympio, 1933.

completamente a obra dos dois autores: o objetivo das obras. Freyre investigou a formação da família patriarcal, e mostrou como a sociabilidade racial é um traço da identidade brasileira formatada em uma sociedade arcaica e escravista. As fontes de Freyre fornecem informações sobre a vida privada, e a sua interpretação visa mostrar, em última análise, como a formação da brasilidade ocorreu nos espaços de convívio íntimos, familiares, privados. Basta uma breve investigação sobre a vida política conservadora de Freyre para concluir que a sua relação com a modernidade nem sempre foi tão positiva. Pois, para Freyre, a sociabilidade construída na sociedade patriarcal não necessariamente resultará em uma sociedade moderna inclusiva. Ao contrário, a inclusão dos agentes tradicionais na modernidade resultará no fim dos laços positivos de sociabilidade construídos na sociedade de engenho. Não á toa, algumas referências à obra de Freyre acabam enveredando por debates improdutivos sobre a defesa da legítima identidade nacional. A obra de Freyre é positiva em relação à mestiçagem, mas não à modernidade inclusiva. Portanto, é passível de uma leitura conservadora.

Em caminho oposto seguiu Mario Filho. Mesmo partindo da visão positiva da integração nacional. Filho escreveu sobre uma sociedade urbana, em vias de modernização. O seu escopo foi analisar a construção das bases da nacionalidade no espaço público, nas arenas desportivas, nos clubes, ou seja, nas instituições da sociedade civil. Mario Filho escreveu exaltando a inclusão moderna, destacando a transformação da sociedade. Para Filho, o passado representava a exclusão elitista das famílias brancas. O futuro do futebol brasileiro representava a participação de jogadores oriundos de todas as camadas sociais. De fato, um argumento em prol da mestiçagem. Mas que só ganha sentido na obra de Filho se for considerado outro aspecto de extrema relevância: a inclusão social do negro passava necessariamente pela inserção no mercado de trabalho moderno, regido pelas regras formais.

O profissionalismo, questão muitas vezes deixada em segundo plano nas análises sobre o “Negro no futebol brasileiro”, é o ponto central da argumentação de Filho. A questão racial está posta no título e em toda a narrativa. Mas a superação da questão racial não significava a ascensão de uma “democracia racial”, e sim a construção de uma sociedade moderna em que o esforço e o mérito do jogador fossem recompensados. E essa recompensa só ocorreria com a entrada dos jogadores negros nos clubes através das contratações profissionais.

Em um trabalho recente que sintetiza as críticas ao livro de Mario Filho, Antonio Jorge Soares acusa Mario Filho de desviar “o foco do amadorismo, que se caracteriza

como um código de distinção social, para a discussão de segregação e racismo.”²²⁶ Para Soares, Filho destacou a questão racial em detrimento dos conflitos de classe, contribuindo decisivamente para a criação da mística do racismo no futebol brasileiro. Talvez tenha faltado para Soares perceber que sociedades com passado escravocrata constroem suas hierarquias a partir da dicotomia existente na estrutura de produção escrava. Utilizando as palavras de Stuart Schwartz,

O regime de grande lavoura não criou as graduações, mas sua estrutura interna, com a propriedade como apanágio dos europeus, o trabalho forçado proveniente de indígenas e posteriormente de cativos africanos ou crioulos, e as funções artesanais e administrativas exercidas por brancos mais pobres, negros libertos e pessoas de cor, reforçou a hierarquia social e reafirmou as graduações de uma forma prática e perceptível.²²⁷

O vocabulário racial de Mario Filho era o mais plausível em um contexto em que as clivagens sociais eram construídas a partir das permanências semânticas da hierarquia escravista. E a ascensão material, através do futebol não significava necessariamente o fim da tensão racial. O vocabulário racial expressava conflitos que não restringiam a questão da cor da pele ou das práticas culturais. Ao contrário, diziam respeito à escolaridade, renda e até mesmo local de nascimento. Nesses termos, para Filho, não se tratava de discutir o fim do racismo, mas de encontrar estratégias de desconstrução da hierarquia social escravista que impedia a ascensão social dos jogadores pobres. O futebol, em última análise, era uma estratégia, uma porta de entrada das camadas populares para a sociedade moderna. Em outras palavras, a tese de Filho, atenta aos dilemas da sua geração, tinha como cerne a questão desenvolvimentista e não apenas o preconceito racial.

Em uma passagem do “Negro no futebol brasileiro” fica clara a utilização dos termos raciais em referência a outros conflitos sociais. Ao contar a história da transferência de Leônidas do Botafogo para o Flamengo, Filho sentenciou:

O que explica o fracasso de Leônidas no Botafogo e o sucesso de Leônidas no Flamengo... Não adiantava nada, e justamente por isso, pela exceção, um preto só no time... O Botafogo era Vítor, Martim, Carvalho Leite, a prata da casa, como se dizia. Ou mesmo Nariz, apesar de ter vindo do Fluminense. Não faz

²²⁶ SOARES, Antonio Jorge. *Futebol, raça e nacionalidade no Brasil: releitura da história oficial*. Rio de Janeiro: UGF (Tese de doutorado), 1998, p.153.

²²⁷ SCHWARTZ, Stuart. *Segredos internos: engenhos e escravos na sociedade colonial*. São Paulo: Companhia das letras, p. 213.

mal, parecia que tinha jogado no Botafogo a vida toda: branco, distinto, acadêmico de medicina.²²⁸

Leônidas não fracassou no Botafogo só porque era preto. Ser preto significava para Filho que ele reunia as condições para fracassar em um clube ainda aristocrático. Mas a questão central era ele não ser a tal “prata da casa”, ou seja, ser o jogador formado no clube, o sócio. O jogador “prata da casa” tinha status, pois vinha de boa família e tinha bons empregos. Leônidas, negro, não possuía esses atributos. Por isso foi “dado” pelo Botafogo ao Flamengo, que fez de tudo para contratá-lo. O Flamengo ao contratar Leônidas não estava necessariamente levantando a bandeira contra o racismo, mas agindo de maneira profissional. Profissionalismo que não era o espaço da democracia racial em termos simbólicos, mas o espaço da ascensão material. E essa diferença entre a questão racial e material está explícita no título do capítulo do livro: “a ascensão social do negro”.

Há décadas atrás, Mario Filho deu a dica para os pesquisadores contemporâneos. O profissionalismo beneficiou o Flamengo, contribuiu decisivamente para a sua popularidade. O antropólogo José Sergio Leite reproduziu de maneira fiel a tese de Filho em artigo recente.

“O fato de o Flamengo contratar jogadores como Fausto, Domingos da Guia e Leônidas da Silva contribuiu para que esse clube, que antes tinha uma política amadorista, se fosse tornando o mais popular da cidade. Assim a década de 1930 ficou marcada pelo avanço de um processo de democratização no interior do futebol.”²²⁹

Filho, utilizando termos menos acadêmicos, escreveu que “o povo sentiu-se Flamengo”, pois o “Flamengo levava para a Gávea os grandes jogadores do futebol carioca, quase todos pretos, Fausto dos Santos, Leônidas da Silva, Domingos da Guia, brasileiros até nos nomes.”²³⁰ Mesmo faltando o devido rigor acadêmico exigido às pesquisas, está presente na tese de Filho uma das premissas que norteia este trabalho e que já foi apresentada desde o início: os clubes brasileiros foram refundados com o advento do profissionalismo. A década de 1930 é momento-chave para entendermos os rumos tomados pelas instituições futebolísticas no Brasil.

²²⁸ FILHO, Mario. *Op.cit*, p.208.

²²⁹ LEITE LOPES, Jose Sergio. *Classe, etnicidade e cor na formação do futebol brasileiro*. IN.: BATALHA, Claudio, SILVA, Francisco Teixeira da. & FORTES, A. (orgs). *Cultura de classe*. Campinas: UNICAMP, 2004, p. 144

²³⁰ FILHO, Mario. *Op. Cit*, p. 210.

É claro que não bastou para o Flamengo contratar os jogadores negros. E o próprio Filho não disse apenas isso. Ele deixou claro que o profissionalismo foi o fator determinante para a popularização do clube. E vimos até agora que os significados do processo de implantação do profissionalismo no Flamengo foram muito mais amplos do que apenas contratar jogadores negros.

A defesa do profissionalismo não era apenas a expressão da postura intelectual de Mario Filho. Havia também interesses materiais sobre a questão do modelo de gestão do futebol brasileiro. Filho era um empresário da comunicação, um homem que, acima de tudo, sabia do potencial mercantil do futebol. Na época da polêmica sobre a construção do Estádio do Maracanã, Filho defendeu de maneira agressiva a construção de um palco enorme para o futebol, que servisse para abrigar todas as camadas sociais do Brasil. Para o jornalista, o estádio de futebol precisava abrigar a “multidão composta por homens, mulheres, operários e grã-finos.”²³¹

Operários e grã-finos, clivagem utilizada a exaustão por Filho e pelos intelectuais que escreveram no *Jornal dos Sports*, de sua propriedade. Clivagem que não representava uma rivalidade antagônica, mas sim as partes de uma formação social, as partes fundamentais de uma sociedade moderna. Trabalhadores e patrões, agentes da nação moderna vislumbrada pelo desenvolvimentismo de Mario Filho, onde os espaços de sociabilidade se realizavam nas arquibancadas e nos gramados. Dessa relação de complementaridade dos agentes produtivos modernos, foi inventada a rivalidade do *Fla x Flu*.

O *Fla x Flu* inventado por Mario Filho e divulgado por Nelson Rodrigues tinha como base simbólica a relação entre trabalhadores e patrões existentes em uma sociedade fabril moderna. Não foram poucas as vezes que Filho falou em nome da presença do operariado nos jogos de futebol. Na Copa do Mundo de 1950, ele chegou a pedir que os patrões concedessem folgas nos dias dos jogos, pedido que foi atendido.²³²

O caráter conciliador do clássico expressava para Filho a integração das partes responsáveis pelo sucesso da nação. O Flamengo, time do povo, do trabalhador, versus o Fluminense, time do grã-fino, do patronato. Mas essa rivalidade não se constituía como a rivalidade de um Flamengo e Vasco, que opunha nacionalidades estranhas. O *Fla x Flu* foi pensado pelos irmãos Rodrigues como a síntese do Brasil moderno, o jogo

²³¹ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 18 de junho de 1950.

²³² *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 11 de julho de 1950.

símbolo da capacidade brasileira de ingressar na modernidade. Nesse aspecto reside o caráter festivo do clássico, que perdura até hoje nas descrições do site da FIFA.

Quando criticam Filho denunciando uma suposta convicção desse autor sobre a existência de uma democracia racial no Brasil, ignora-se o fato de Filho não negligenciar a permanência das tensões. Para o autor, os conflitos sociais, em que há vitórias e derrotas das partes, constituem o todo de uma nação moderna, disposta a respeitar as regras do jogo. Esse, aliás, foi o conteúdo do discurso de Filho na maior derrota da história do futebol brasileiro, quando o selecionado nacional perdeu a final da Copa do Mundo para o Uruguai, em 1950.

“O Brasil tinha o maior estádio do mundo, tinha o melhor futebol do mundo, ninguém discutia mais isso, o que se discutia era se o Brasil saberia perder como vencer. Saber vencer era fácil, principalmente para quem tinha o time mais forte. Assim a derrota enalteceu o Brasil, deu ao mundo a certeza da maturidade esportiva. Maturidade a que só alcançaram os grandes povos.”²³³

Respeitar as regras do jogo, organizar o jogo, convicção que norteou a vida de Mario Filho. Por isso a insistência com as competições de torcida, com os jogos para a formação de atletas juvenis. Competições que foram organizadas inicialmente apenas nos jogos entre Flamengo e Fluminense. Clubes que, não por coincidência, estavam desde o início na Liga Profissional, que contava com todo o apoio da imprensa esportiva capitaneada por Filho.

Nas arquibancadas, as torcidas garantiam o material que ele precisava para reforçar a identidade dos dois clubes, que eram os maiores beneficiários do profissionalismo. De um lado, o elegante tricolor, do outro, o maltrapilho rubro-negro:

“Muito bonito: aparecia uma bandeira imensa do Fluminense de balões de borracha. O que não impedia a vaia do outro lado. O torcedor do Flamengo da geral, da arquibancada, enfiava os dois dedos na boca, fiau. Ou então gritando “pó-de-arroz”! A vaia o torcedor do Fluminense aguentava. Por isso tinha o seu clássico ‘uh!uh!’. Não aguentava era o pó-de-arroz. Um grito de pó-de-arroz partia de lá, um grito de pó-de-carvão partia de cá... O torcedor do Flamengo nem se incomodava com o pó-de-carvão. Orgulhava-se dos pretos que vestiam a camisa rubro-negra. Até mesmo dos que tinham sido escoraçados dos outros clubes.”²³⁴

²³³ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 20 de julho de 1950.

²³⁴ FILHO, Mario. Op.cit. 210.

Na nova era do futebol brasileiro, Flamengo e Fluminense garantiram na mídia o papel de representantes da brasilidade, da integração nacional. Mesmo que o Fluminense se sentisse “menos povo”, o tricolor sabia que a identidade obreira do Flamengo só fazia sentido em contraste com o *ethos* refinado do Fluminense. O Vasco tornava o Flamengo mais brasileiro, mas o *Fla x Flu* tornou o Flamengo popular. Nos termos do propagandismo nacionalista e popular corrente nos anos 1930, os dois clássicos foram fundamentais para a formatação da identidade do Flamengo.

Uma das melhores metáforas do futebol como espaço de integração nacional foi usada por Filho para contar a história do jogador Quirino. José Quirino foi um jogador de poucas habilidades, mais conhecido pelo seu jeito desengonçado do que propriamente pela sua destreza futebolística. Quando Domingos da Guia foi embora do Flamengo, Quirino acabou assumindo a vaga de titular, para o desespero de muitos torcedores. Após derrotas e vitórias, o Flamengo sagrou-se campeão e na esteira do sucesso do clube, Quirino aproveitou para gozar seus dias de fama. Voltou para Alfenas, sua terra natal, de onde tinha saído completamente desconhecido. Foi recebido como herói e homenageado na solenidade de formatura da escola normal, sentado ao lado do banqueiro Osvaldo Costa, também nascido na cidade mineira. Sobre o evento, Mario Filho comentou: “Todos os dias, pelo Brasil afora, o futebol fazia isso, botava um Osvaldo Costa ao lado de um Quirino.”²³⁵

O negro pobre e o banqueiro sentados na mesma mesa em uma solenidade formal. A integração não resultava do fim do preconceito, mas sim de um mecanismo de ascensão social: o trabalho, o futebol profissional. Quirino deixava de ser o negro pobre e tornava-se o jogador profissional. Observar apenas o aspecto racial do discurso de Filho não deixa de ser uma leitura enviesada.

José Lins do Rego, colunista do *JS* e amigo íntimo de Mário Filho e José Bastos Padilha, foi outro intelectual que escreveu sobre a mística do *Fla x Flu* nos mesmos termos dos irmãos Rodrigues. Em uma crônica emblemática sobre o confronto, Zélin resumiu o sentimento entre as duas torcidas rivais.

“Tudo haveria de terminar em FlaxFlu. Porque entre o Flamengo e o Fluminense está a medida das coisas, o verdadeiro clássico da cidade. O ano passado andou o Almirante a dar as cartas, a decidir do tempo, a impor suas modas e medidas. Mas as águas baixaram, os ventos não sopraram mais para as caravelas do Almirante. E tudo deu no que deu. Restaram os dois grandes de sempre. O

²³⁵ FILHO, Mario. Op. Cit. P. 228.

aristocrático das Laranjeiras, com o luxo das suas rendas de fidalgo, e o rude, o desmedido, o sem medo, o impávido, quase que louco, o generoso e bom Flamengo, o clube de todo o Brasil. Estarão os dois na tarde de amanhã no melhor de sua forma. Acredito nos meus rubro-negros, mas respeito os grã-finos tricolores.”²³⁶

É claro que nem sempre o tom das torcidas na arquibancada é tão amistoso. Nos círculos populares, o sentido da rivalidade ganha contornos mais agressivos. Mas que refletem bem a apropriação dos significados dos hábitos refinados por parte das camadas populares. O comportamento educado e a etiqueta dos rituais de corte, associados ao Fluminense grã-fino, costumam ser tratados como expressão da falta de virilidade. A elegância torna-se símbolo do comportamento afeminado. Já a truculência e os hábitos toscos associados à massa obreira conferem à torcida do Flamengo alcunhas associadas ao lixo, como o urubu, ou ao comportamento rude, como a “mulambada favelada”, expressões que com frequência são direcionadas à torcida rubro-negra.

Menos polidos do que os intelectuais dos anos 1930 e 1940, a dupla de repentistas nordestinos Caju e Castanha tem uma música chamada *Fla x Flu* que insere a rivalidade nos códigos populares. O mais interessante é que o clássico sempre termina com a conciliação dos rivais.

Hoje nesse desafio\ vai ser grande o sururu\ quero ver quem vai ganhar\ na peleja do FlaxFlu\ Esse time do Flamengo\ fede que nem timbu\ torcedor do pé-rapado\ não se encontra no Flu\ pra completar a carniça\ o seu símbolo é o urubu\ Esse tal de Fluminense\ chamado de tricolor\ um time de pó-de-arroz\ dando uma de doutor\ o seu bicho é bichoso\ é veado corredor\ ... \ Está tudo zera a zero\ Fla e Flu é meu companheiro\ dois times de tradição\ aqui no Rio de Janeiro\ honrando o futebol\ do nosso chão brasileiro.²³⁷

No século XX, o clássico ganhou contornos tão representativos da brasilidade que a marca *Fla x Flu* hoje em dia é nome de estabelecimento comercial, nome de brincadeira de criança, metáfora para o cenário político brasileiro²³⁸. O *Fla x Flu* aliás, é o único confronto do mundo que está no hino de um outro clube de futebol. O simpático Bangu, clube da zona oeste carioca, tem na letra do seu hino popular: “a torcida reunida

²³⁶ Jornal dos Sports, Rio de Janeiro, 31 de agosto de 1946.

²³⁷ <http://letras.mus.br/caju-e-castanha/377637/>, acesso realizado em 02 de janeiro de 2013.

²³⁸ A jornalista Barbara Gancia, da Folha de São Paulo, deu o título “FlaxFlu dos desesperados” para um artigo sobre o julgamento do mensalão. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/barbaragancia/1149906-o-fla-flu-dos-desesperados.shtml>

até parece a de um FlaxFlu, Bangu, Bangu, Bangu!”²³⁹ No hino do Flamengo composto por Lamartine Babo, o termo também aparece na segunda estrofe: “Nos FlaxFlus, é o ai Jesus!”

O Flamengo não se inventou popular sozinho. Afinal, nenhuma identidade se constrói sem o contraste com o outro. O mito *Flax Flu* não foi uma criação mágica dos irmãos Rodrigues. Mario Filho, o pioneiro, valeu-se das transformações sociais pelas quais passava a sociedade brasileira para inserir o jogo na principal questão da época: a construção da nacionalidade. Mario Filho não inventou os hábitos operários, não inventou a tradição grã-fina e as tensões existentes entre os agentes sociais brasileiros. Ele apenas associou os símbolos correntes de uma sociedade que passava por um processo rápido de inserção na modernidade fabril aos clubes de futebol que se disponibilizaram para realização desse projeto.

Aos outros clubes, sobraram identidades menos sedutoras. O Bangu acabou sendo gradativamente associado ao bairro, sendo inclusive chamado de caipira. Ao Vasco, restou à vinculação ao lusitanismo. Ao Botafogo, apegado até o fim ao amadorismo, pouco restou, pois os outros clubes pioneiros no profissionalismo já haviam reservado o espaço no imaginário social brasileiro. Caso semelhante passou o vitorioso América, clube que acabou ficando associado ao bairro da Tijuca. A entrada bem-sucedida no profissionalismo foi fator determinante para o processo de nacionalização dos clubes. Esse é o grande diferencial entre os “clubes grandes” e os “clubes pequenos” no Brasil.

No campeonato carioca de 1944, uma campanha publicitária foi organizada para atrair mais atenção do público. O *JS* promoveu o casamento da *miss campeonato*. Os pretendentes eram as mascotes dos clubes da cidade. O Flamengo foi representado pelo estivador Popeye, o Fluminense pelo elegante Cartola, o Vasco pelo bigodudo português, o Botafogo pelo mal-humorado Pato Donald, o Bangu pelo Caipira e o América pelo Diabo. Em uma charge publicada, o Cartola flertou com a *miss campeonato* prometendo pra ela uma “casa com porteiro e elevador”. Em dúvida sobre o pretendente, a moça respondeu: “Eu não sei se vou contigo, embora sejas de bem, mas o Vasco meu amigo, tem açogue e armazém.”²⁴⁰ Ao final do certame, a despeito da fidalguia tricolor e da fortuna vascaína, a *miss campeonato* acabou se casando com o trabalhador rubro-negro. Mario Filho sabia que o Flamengo vendia mais jornais.

²³⁹ <http://www.bangu-ac.com.br/hino.htm>, acesso realizado em 02 de janeiro de 2012.

²⁴⁰ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 19 de julho de 1944.

De nada teria valido o esforço das campanhas publicitárias de José Bastos Padilha se o seu projeto tivesse sido interrompido pelas gestões seguintes. Ainda mais porque a maior parte daquilo que estava presente no conteúdo nacionalista veiculado pelo clube passou a ser a base da propaganda nacional-estatista durante o Estado Novo. A difusão dos valores cívicos e patrióticos entre as camadas populares era o objetivo principal do DIP e o futebol era um dos instrumentos mais eficazes nessa tarefa. Neste momento, não havia porque os presidentes posteriores interromperem o legado deixado por Padilha. Muito bem articulado aos intelectuais da imprensa esportiva, o Flamengo entrou na década de 1940 ganhando títulos e inventando também as suas rivalidades. Ou seja, fazendo aquilo que Carlito Rocha, dirigente do Botafogo, acusou Padilha de fazer em 1936: tentando ser mais brasileiro do que os outros.

Fluminense e Vasco, de maneira distinta, contribuíram para a definição do papel simbólico dos clubes da cidade. Os dois ingressaram nas polêmicas criadas pelos intelectuais rubro-negros posicionando-se sempre de maneira contrária às representações flamengas, mesmo que isso significasse muitas vezes ir contra aos símbolos pátrios e populares que estavam sendo difundidos pela bem-sucedida propaganda estatal.

O Flamengo soube se deixar amar, dizia Mario Filho. Mas um clube de futebol não é amado só pelo que faz nos campos. As pessoas não torcem apenas para os onze jogadores correndo atrás da bola. Aliás, os torcedores de arquibancada muitas vezes pouco assistem a partida, até porque o jogo de futebol é extremamente entediante. Noventa minutos jogados para dois ou três minutos de emoção dos melhores momentos. As pessoas torcem para aquilo que os clubes representam, torcem pelos códigos compartilhados, torcem pela torcida.

A torcida do Flamengo se reuniu em torno do maior projeto de propaganda política já organizado no Brasil: o nacionalismo trabalhista. As paixões políticas imbricadas em meio ao linguajar futebolístico reforçam que o futebol por si só não faz ninguém torcer por um clube. São as visões sociais de mundo que orientam as escolhas dos torcedores. No próximo capítulo, analisando o Flamengo em um contexto democrático, tentarei associar a identidade gestada no Flamengo com as disputas políticas ocorridas num contexto partidário competitivo. Buscarei localizar o

vocabulário da cultura política trabalhista como elemento central da identidade flamenga. Claro que isso não significa que todas as pessoas ligadas ao clube sejam vinculadas a um determinado partido político. Mas quer dizer que a instituição que foi inventada nos 1930 tem uma trajetória bastante associada à formulação do discurso nacionalista presente nas teses trabalhistas. A “nação rubro-negra” e a “nação brasileira trabalhista” compartilharam e fidelizaram em grande parte os mesmo adeptos e por motivos muito semelhantes.

Capítulo IV

O clube da Nação

Até agora, a maior parte deste trabalho foi dedicada à investigação do processo de construção da identidade do Clube de Regatas do Flamengo em tempos de restrições dos direitos políticos. Da profissionalização do clube, em 1933, até a conquista do tricampeonato em 1944, passaram-se sete anos de ditadura estadonovista, e mais quatro anos de governo provisório que, mesmo não sendo uma ditadura, não logrou organizar as bases institucionais necessárias para a formação de um sistema partidário competitivo.²⁴¹

Neste capítulo, o avanço cronológico será significativo. Ao investigar o Flamengo a partir da segunda metade dos anos 1940 e nos anos 1950, estarei pela primeira vez analisando a construção e consolidação dos símbolos identitários do clube durante um período de competição partidária.²⁴² Isso torna possível a conjugação das representações sociais utilizadas no futebol com os discursos políticos formulados no cenário institucional competitivo, marcado pela presença de projetos sociais distintos. Essa tarefa visa investigar se os símbolos nacionalistas associados ao Flamengo nos primeiros anos de profissionalismo permaneceram nas ações midiáticas do clube e se seguiram encontrando receptividade no imaginário social mesmo após a constituição de um novo modelo político.

Em uma democracia, mesmo em construção, um dos aspectos centrais é a liberdade de imprensa. Se nas décadas de 1930 e na primeira metade da década de 1940 o clube encontrou na propaganda oficial grande respaldo por possuírem interesses em comum, a partir de 1945, com o fim do DIP e do Estado Novo, a propaganda estatal passou a competir com diversos projetos de sociedade que contavam com outros

²⁴¹ Sobre o assunto, ver: BASTOS, Pedro Paulo Zaluth. & FONSECA, Pedro Cezar Dutra. (orgs.) *A era Vargas: desenvolvimentismo, economia e sociedade*. São Paulo: UNESP, 2012; D'ARAÚJO, Maria Celina. *O Estado Novo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000; FAUSTO, Boris. *O pensamento nacionalista autoritário: 1920-1940*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

²⁴² Competição partidária marcada pela disputa entre três partidos principais: o PTB, o PSD e a UDN. Sobre o sistema partidário brasileiro entre 1945 e 1964, ver: BENEVIDES, Maria Victoria. *A UDN e o udenismo: as ambigüidades do liberalismo brasileiro (1945-1965)*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981; HIPOLITO, Lucia. *De raposas e reformistas: o PSD e a experiência democrática brasileira (1945-1964)*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985; D'ARAÚJO, Maria Celina. *Sindicato, carisma e poder: o PTB de 1945-65*. Rio de Janeiro: FGV, 1996; LAVAREDA, Antonio. *A democracia nas urnas: o processo partidário-eleitoral brasileiro 1945-1964*. Rio de Janeiro: IUPERJ, 1999.

referenciais simbólicos, que inclusive continham severas críticas ao nacionalismo difundido nos tempos autoritários.

Analisar a relação entre clube e torcida em tempos democráticos tem como objetivo reforçar o papel ativo dos homens comuns nos processos de construção das identidades sociais. Em regimes autoritários, há sempre um maior desequilíbrio das relações de força entre Estado e sociedade, já que a censura e a repressão restringem a organização autônoma dos grupos sociais alijados do poder institucionalizado. No caso do futebol, costuma-se interpretar essa relação desigual como parte de estratégias manipuladoras, onde os clubes cumprem o papel de organizadores das manifestações populares em prol do poder instituído. Em outras palavras, é comum encontrar nas análises sobre o futebol em contextos autoritários a idéia de que o desporto contribui para a imposição dos valores hegemônicos. Como se a propaganda e o esporte andassem sempre de mãos dadas em benefício dos grupos dominantes.

Sendo assim, investigar as relações entre clube e torcida em momentos de democracia pode facilitar a percepção da organização autônoma dos sujeitos sociais, os torcedores, em nome da defesa de um projeto de sociedade. Com o aumento do campo de possibilidades gerado pelo pluralismo político, fica mais fácil desconstruir a idéia de que os valores sociais difundidos pelo futebol resultam de imposições maquiavélicas viabilizadas pelo Estado autoritário.

Este capítulo busca mostrar como o Flamengo inventado nas décadas anteriores persiste independente do surgimento de projetos alternativos de sociedade. E persiste, especialmente, nas arquibancadas e nos jornais, para além dos corredores da sede. Mas, antes de avançarmos para os tempos democráticos, pretendo discutir a recorrente relação entre ditadura e futebol nas pesquisas acadêmicas. Isso servirá para estabelecer a relação existente entre o Flamengo dos anos autoritários e o Flamengo da experiência democrática, mostrando como a adesão às cores de um clube resulta da identificação com os projetos sociais que ele está associado, e não necessariamente da imposição da propaganda oficial.

Futebol, autoritarismo e *populismo*: trio de ataque entrosado

É interessante perceber como a crescente historiografia sobre o futebol no Brasil privilegia a análise em tempos ditatoriais ou durante grandes guerras. Em uma exposição organizada pelo Arquivo Público de São Paulo sobre o futebol, na bibliografia disponibilizada pelos organizadores do evento, dos trinta e oito títulos

listados, treze tratavam especificamente da relação entre futebol e regimes ditatoriais. Além dos trabalhos que apresentavam temáticas mais abrangentes, mas que dedicavam grande atenção aos períodos autoritários.²⁴³

Essa preferência é um fenômeno internacional. Em Portugal, o cenário acadêmico é semelhante²⁴⁴. O desporto em tempos de ditadura salazarista é bastante estudado. Na Itália, o selecionado de futebol que disputou o campeonato mundial de 1934 sob o olhar atento do *Duce* Benito Mussolini também se tornou objeto de estudo de pesquisadores de todo mundo²⁴⁵. Por toda a América Latina, matérias jornalísticas, documentários, teses e dissertações, esmiúçam cada vez mais os arquivos disponíveis dos regimes ditatoriais a fim de analisar as relações entre Estado, seleções e clubes de futebol. Por isso, não é de se estranhar que o futebol no Brasil seja bastante investigado em dois momentos históricos: no Estado Novo e na ditadura militar instaurada após o golpe civil-militar de 1964.

Mais do que uma coincidência, talvez isso ocorra por conta de uma premissa enraizada em diferentes perspectivas ideológicas e abordagens metodológicas, que entende o futebol como um instrumento de manipulação da sociedade. Premissa essa que tem como fundamento outro pressuposto acerca da formação social brasileira: o caráter amorfo da sociedade civil e a relação desigual entre Estado e classe trabalhadora, que se caracteriza pela submissão do trabalhador aos desígnios estratégicos engendrados pelo Estado Nacional. Nos termos dessa perspectiva, a propaganda política, estratégia astuta de legitimidade estatal, ocorre em sintonia com o futebol, instrumento de controle e alienação dos agentes sociais. Por isso, por muitas vezes, o tema futebol aparece apenas como um apêndice de interpretações apriorísticas acerca da dominação do capital ou do Estado. A história do futebol, sendo apenas mais um mecanismo de controle, reflete, por fim, a estrutura social hierarquizada na qual os agentes sociais estão inseridos de forma passiva. Trocando em miúdos, o futebol explica sempre a viabilização da construção da ordem por um enfoque unilateral, como se a ordem resultasse sempre de ações ordenadas sobre seres desorganizados e inconscientes. O

²⁴³ Bibliografia disponível em: http://www.arquivoestado.sp.gov.br/exposicao_futebol/bibliografia.php, último acesso realizado em 12 de janeiro de 2013.

²⁴⁴ SERRADO, Ricardo. *O jogo de Salazar: a política e o futebol no Estado Novo*. Lisboa: Casa das Letras, 2009. Esse foi o primeiro trabalho acadêmico de fôlego em Portugal sobre o futebol. Influenciada por essa publicação, a discussão em Portugal sobre o futebol permanece sendo majoritariamente sobre os usos do desporto como propaganda pelo regime salazarista, hipótese que é relativizada pelo autor citado.

²⁴⁵ Inclusive no Brasil, com a obra: AGOSTINO, Gilberto. *Vencer ou morrer: futebol, geopolítica e identidade nacional*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

futebol “ópio do povo” influenciou e ainda influencia diversas abordagens, acadêmicas ou não.

Mesmo com o crescimento significativo da imprensa esportiva nas últimas décadas, a tese do futebol manipulador ainda segue em voga em muitos meios de comunicação. Jorge Kajuru, repórter que já trabalhou nas principais emissoras do país, é um dos maiores defensores dessa tese. No programa “Conexão Repórter”, exibido pelo SBT antes da Copa de 2010, ele afirmou: “Futebol é negócio. Babaca de quem torce igual a um bobo, gritando por um time de futebol.”²⁴⁶ Na internet, são muitos os sites que inserem o futebol em eventos conspiratórios, que visam aprisionar o brasileiro numa rede de entretenimento nos moldes do “pão e circo”. Em um link no site de compartilhamento de vídeos *youtube*, o vídeo intitulado “Futebol: o ópio do povo” tem aproximadamente noventa e duas mil visualizações e mais de quatrocentas aprovações. Neste vídeo, o apresentador garante ter sido locutor esportivo e afirma categoricamente: “você que torce para seu time de futebol está sendo enganado.”²⁴⁷

Os programas das maiores redes de comunicação que transmitem futebol também reverberam a idéia de que a relação entre desporto e torcida é enganosa, manipulada. Recentemente, uma série de programas chamados “Memórias do Chumbo” exibida pela rede ESPN. O objetivo da série dos documentários era simples: mostrar como os governos militares de Brasil, Uruguai, Argentina e Chile utilizaram o futebol para legitimar a dominação estatal sobre a sociedade civil.

Por sua vez, muitos jornalistas e intelectuais de outras áreas, preocupados em marcar posição contra o regime militar, confirmam até hoje que durante os anos 1970 muitos militantes de esquerda torceram contra a seleção de futebol por acreditarem que ela servia para a estabilidade do regime militar. O jornalista e sociólogo Juca Kfourri relata em uma passagem sobre a Copa do Mundo realizada no México como era o comportamento da sua turma da USP: “Essa história eu já contei mil vezes. A classe toda torcia contra a seleção, só eu a favor.”²⁴⁸ O jornalista Cid Benjamim também conta que durante o exílio na Argélia, o grupo de militantes que estava reunido na final do

²⁴⁶ Entrevista disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=Gk-ZVcH9cU8>, último acesso em 20 de janeiro de 2013.

²⁴⁷ Disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=y5an0Xl_6QY, último acesso em 20 de janeiro de 2013.

²⁴⁸ Entrevista disponível em: <http://www.almanaquebrasil.com.br/personalidades-esporte/8767-juca-kfourri.html>, último acesso em 12 de janeiro de 2013.

campeonato mundial relutou em torcer para a seleção brasileira por acreditar que a vitória do time de futebol significava a vitória do governo Médici.²⁴⁹

Benjamim e Kfourri expressaram nessas entrevistas mais do que sensações pessoais. A convergência dos relatos confirma como os ambientes intelectualizados no Brasil carregam historicamente grandes desconfianças sobre uma suposta função social alienante do futebol. Esse comportamento diante do futebol, seja por parte dos militantes politizados de esquerda, seja por parte dos repórteres ávidos por repercussão dos seus links nos sites de divulgação, indica como a popularidade dessa prática cultural está longe de ser vista como um espaço de resistência e autonomia cultural. Por estar frequentemente associado ao Estado e ao grande capital, o futebol ainda está fadado a ser encarado como espaço de dominação, e não de organização e de participação popular.

É inegável que o governo Médici utilizou a Copa do Mundo de futebol de 1970 para fazer propaganda. Assim como os regimes autoritários de Vargas, Perón, Salazar e Mussolini também utilizaram bastante o futebol como espaço de difusão das propostas e ações estatais. De fato, durante os regimes autoritários de diversos matizes, os governos costumam recorrer aos clubes de futebol e, especialmente, ao selecionado nacional para angariar simpatizantes e promover festejos laudatórios. Mas isso não significa dizer que essa propaganda seja recebida pelo torcedor com os mesmo significados desejados pelo transmissor das mensagens. Sendo assim, o futebol pode representar um instrumento de legitimidade do governo, assim como pode representar um espaço de fissura do regime. Para que essas particularidades sejam percebidas, é preciso investigar o impacto social do futebol a partir dos significados atribuídos pelo próprio torcedor, e não apenas a partir das ações governamentais.

Portanto, chega ser compreensível o fato de que mesmo sendo o esporte mais popular do Brasil, o futebol ainda seja capaz de despertar certa antipatia nos meios acadêmicos. Talvez por isso, mesmo os trabalhos que têm o futebol como objeto, e atualmente são muitos, acabam enveredando por caminhos que visam condenar o esporte ao papel de instrumento de legitimação de regimes autoritários. Parece que ao ter o futebol como tema, todo pesquisador ainda precisa acentuar que o esporte sempre esteve muito bem relacionado com os “donos do poder”, para fugir do risco de estar sendo condescendente com a manipulação.

²⁴⁹ O jornalista concedeu essa declaração no documentário “Memórias do chumbo: o futebol nos tempos do Condor.”, produzido pelo historiador Lucio de Castro e exibido pela ESPN Brasil.

A preocupação em desvendar as estratégias de manipulação do Estado ou das classes dominantes está presente em diferentes vertentes teóricas do pensamento social brasileiro. Mesmo escolas com filiações ideológicas bem distintas se aproximaram no que diz respeito a convicção sobre o caráter amorfo da classe trabalhadora, desorganizada e manipulada em contextos de capitalismo tardio.²⁵⁰ Preservando suas idiossincrasias, perspectivas como a teoria da modernização, que influenciou os intelectuais ligados ao Instituto Superior de Estudos Brasileiros – ISEB – e o marxismo, convergiram a respeito dos significados da “política de massas” adotada pelo Estado no momento de modernização autoritária da estrutura social brasileira. Em harmonia, convergiram também acerca dos resultados gerados pela “política de massas”: a relação *populista* entre lideranças políticas e trabalhadores.²⁵¹

O termo *populismo* está enraizado no vocabulário político brasileiro. Usado para explicar fenômenos díspares, o conceito vem sofrendo questionamentos que inclusive colocam em xeque a sua validade.²⁵² Resumidamente, esse conceito atribui ao sistema democrático brasileiro um legado da passagem da sociedade tradicional para a sociedade moderna, momento marcado pela cooptação estatal dos trabalhadores desprovidos de um histórico de luta revolucionária. A relação paternalista entre Estado e classe trabalhadora, simbolizada pela figura de Getúlio Vargas, teria criado no Brasil laços de dependência entre o operariado e as políticas assistenciais do governo. Essas relações baseadas num jogo de controle e manipulação das distribuições dos bens materiais foram reforçadas pelo propagandismo estatal, atento aos anseios afetivos das camadas populares. Ou seja, a modernização autoritária gestada nos anos 1930, que inseriu um novo ator político no cenário institucional, foi responsável pela fragilidade organizacional da classe trabalhadora nos tempos de democracia pós-1945. O trabalhador, historicamente sob a tutela do Estado, aderiu ao projeto estatal getulista por já estar inserido nessa lógica de dominação - manipulada através de uma mescla entre coerção e convencimento - desde os tempos ditatoriais. Em suma, a história dos períodos democráticos no Brasil se resume a reprodução dos vínculos paternalistas nascidos em tempos autoritários, e esse é o principal motivo da fragilidade institucional brasileira.

²⁵⁰ Por exemplo: IANNI, Octavio. *O colapso do populismo no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968. & FRENCH, John. *Afogado em leis: a CLT e a cultura política*. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

²⁵¹ WEFFORT, Francisco. *O populismo na política brasileira*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

²⁵² Sobre o assunto, ver FERREIRA, Jorge. (org.) *O populismo e sua história: debate e crítica*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

Não são poucos os trabalhos que recorreram ao termo *populismo* para tratar da relação entre Estado e torcedor de futebol. Mesmo quando o termo não está explícito, a idéia central do conceito está presente: a fragilidade da classe trabalhadora brasileira. Um dos primeiros trabalhos sobre futebol e política no Brasil parte exatamente dessa premissa. Joel Rufino dos Santos, inspirado pelo pensamento marxista²⁵³, tentou elaborar no ensaio “História Política do Futebol Brasileiro”²⁵⁴ a visão de que a trajetória do desporto no Brasil nos permite enxergar a luta de classes através da bola.

Rufino dos Santos condiciona o desenrolar do desenvolvimento do futebol no Brasil a acontecimentos estruturais. Por exemplo, o futebol amador do início do século XX se constituiu a partir da ação imperialista inglesa. A construção de ferrovias as obras urbanas e as empresas de tecelagem, agentes do imperialismo britânico, foram responsáveis pela assimilação do desporto pela classe dominante brasileira, inserida na lógica de reprodução do *ethos* burguês. Nessa fase, coube aos agentes dominantes impedirem o acesso dos jogadores das camadas populares, garantindo ao futebol o *status* refinado.

Já o futebol profissional dos anos 1930 resultou do avanço da industrialização. Com o aumento da população urbana, as autoridades concluíram que os trabalhadores necessitavam de um “esporte de massa”. No Rio de Janeiro, especialmente, em função da ameaça das rodas de capoeira, o futebol foi estimulado. O futebol seria um substituto disciplinado para as rodas de capoeira. Ou seja, por conta do interesse regulador das camadas dirigentes, o futebol se popularizou no país. Nas palavras de Rufino dos Santos, “como uma criança que manda brincar para ‘queimar energias’, os operários foram, então, mandados jogar futebol”²⁵⁵

Somente a comparação entre o operariado e as crianças bastaria para concluir que Rufino dos Santos atribui ao trabalhador incapacidade de tomar decisões autônomas. Na realidade, o que o autor fez foi reproduzir a visão paternalista, mas destacando a fragilidade do trabalhador, em vez de ressaltar a força do “pai”, o estado, ou a classe dominante.

Para o autor, a entrada de jogadores oriundos das camadas populares nos clubes de futebol foi mais uma estratégia de dominação burguesa. Havia nas classes dirigentes

²⁵³ Joel Rufino dos Santos é um ótimo exemplo para demonstrar como os intelectuais marxistas brasileiros compartilharam o argumento central da “teoria da modernização” presente no ISEB. No caso de Rufino dos Santos, essa proximidade se confirma pela sua própria trajetória intelectual, na medida em que ele pertenceu ao instituto.

²⁵⁴ SANTOS, Joel Rufino dos. *História política do futebol brasileiro*. São Paulo: Brasiliense, 1981.

²⁵⁵ *Idem*, p. 22.

a consciência do quanto o futebol poderia desorganizar os movimentos operários, criando rivalidades e estimulando a disciplina. Entre os operários, por outro lado, não havia discernimento para desvendar os estímulos dos dominantes, fato que determinou o fracasso das lutas operárias e sindicais.

O pensamento de Rufino dos Santos, bem como todo o seu referencial teórico, permanecem atuais. Nas entrelinhas da tese do autor, está a sedutora idéia de que as manifestações populares são meras concessões das camadas dirigentes, que servem para domesticar o trabalhador. Como fundamento dessa linha de pensamento, a convicção de que apenas os dominantes agem, enquanto os dominados são passivos. Sendo assim, se os operários fundaram clubes, foi porque o Estado achou conveniente que os trabalhadores praticassem esportes. Se os jogadores negros entraram no selecionado nacional, foi apenas para reforçar o mito integrador da nação brasileira. Se as arquibancadas foram abertas para o trabalhador nos dias de jogos, foi para retirá-lo do sindicato e das reuniões políticas nos dias de folga.

Ao invés de buscar compreender as motivações e as decisões tomadas pelos trabalhadores, sejam elas virtuosas ou não, as teses conspiratórias, como as de Rufino dos Santos, partem do princípio de que há sempre o instrumento manipulador impedindo a ação consciente dos trabalhadores. Na ausência desses instrumentos de manipulação, nesse caso o futebol, o caminho natural do operariado seria tomar consciência sobre a sua verdadeira condição de classe. Como se a demolição da estrutura hierarquizada de classes representasse essencialmente os anseios do trabalhador. E mais, como se não fosse preciso pesquisar quais valores norteavam as ações do trabalhador.

Em trabalho mais recente, o historiador Gilberto Agostino dedicou um capítulo do seu livro a análise das políticas desportivas de Getúlio Vargas e do presidente argentino Juan Domingo Perón. O trabalho de Agostino, ao contrário de Rufino dos Santos, é rico em pesquisa e documentação. Mas parte de uma premissa muito semelhante a do autor marxista. No capítulo sobre os presidentes sulamericanos, o título já indica sua filiação conceitual: “Populistas, ditadores e guerrilheiros”.²⁵⁶ Ao longo do texto, Agostino mostra como os presidentes usaram o futebol para aproximar Estado e trabalhadores, em um movimento que se valia sempre da euforia popular para imposição dos interesses do Estado. Em uma passagem, Agostino cita uma declaração

²⁵⁶ AGOSTINO, Gilberto. Op. Cit, p. 139

do presidente Juscelino Kubitschek em que ele dizia ser vantajoso trocar os ministros durante a Copa do Mundo, pois nenhum jornal dava uma palavra a respeito.²⁵⁷ Para o autor, essa passagem mostrava como os jogos de futebol se transformavam em bem-sucedidas ferramentas políticas por conta da ingenuidade do povo em tempos de disputa do selecionado nacional. Para Agostino, aliás, governantes das mais variadas filiações ideológicas se valiam dessa estratégia. Vargas, JK, Jânio Quadros, João Goulart, Tancredo Neves e Carlos Lacerda são políticos citados em seu trabalho como homens interessados na legitimidade popular conferida pelo futebol. Todos *populistas*.

Também os autores que nem se interessam pelo debate em torno do *populismo*, acabam, involuntariamente, utilizando o termo. Talvez seja esse o caso do historiador Renato Lanna, em sua relevante pesquisa sobre a formação da identidade do Fluminense Football Club.²⁵⁸ Na introdução do trabalho, ao apresentar os símbolos que contemplam as identidades dos clubes de futebol do Rio de Janeiro, Lanna afirmou:

“O Fluminense representaria a imagem da origem nobre – seria o clube branco, europeu, culto, marcado por uma distinção social. O Flamengo representaria o popular, a pobreza turbulenta e populista.”²⁵⁹

Mesmo localizando com precisão os símbolos que compõem o imaginário dos clubes da cidade do Rio de Janeiro, o autor não abriu mão do último e contestado adjetivo. É claro que a dissertação não se dedica a análise ao Clube de Regatas do Flamengo. Mas ao precisar mencionar o rival como contraponto, Lanna utilizou o termo que costuma acompanhar as referências ao trabalhador brasileiro: o *populismo*. A frequente combinação do Flamengo com o populismo permite a seguinte conclusão: sendo o Flamengo o clube associado ao trabalhador, inevitavelmente a sua torcida será a representante da debilidade dessa categoria. Não à toa, o torcedor do Flamengo é retratado como “burro”, “alienado”, “favelado”, ou “filho da mídia” pelos outros clubes. Sendo o clube da *massa populista*, cabe ao rubro-negro o papel de torcedor mais alienado do futebol.²⁶⁰

²⁵⁷ *Idem*, p. 152.

²⁵⁸ FERNANDEZ, Renato Lanna. *Fluminense Football Club: a construção de uma identidade clubística no futebol carioca (1902-1933)*. Dissertação de mestrado, FGV, 2010.

²⁵⁹ *Idem*, p. 08.

²⁶⁰ Um ótimo lugar para verificar as representações clubísticas são os sites e blogs dos clubes que permitem comentários das outras torcidas. No blog do Flamengo do Globo Esporte, por exemplo, os comentários sobre a torcida rubro-negra são invariavelmente os mesmos. Clube falido, clube de ladrão, torcida que não sabe escrever e coisas do gênero. Casos como a prisão do ex-goleiro Bruno, e do ex-

Já o trabalho do historiador Leonardo Pereira nos apresenta perspectivas diferentes e muito mais interessantes sobre a relação entre torcedor e Estado. Pereira através de uma rica pesquisa investigou como o futebol se tornou gradativamente um elemento aglutinador dos sentimentos nacionalistas na década de 1930. Ao analisar a popularização do esporte nos anos 1910 e 1920, o autor buscou identificar o processo que culminou com apropriação dos símbolos populares por parte dos eventos esportivos.

“Seguindo as pistas deixadas por análises que já se encarregaram de mostrar a de buscar, no passado dos trabalhadores, os fios que permitiriam ao governo de Getúlio tecer suas redes de domínio, trata-se assim, de fazer do futebol um meio de compreensão dos caminhos pelos quais se construiu socialmente o amplo sentimento de nacionalidade que começava a se fazer presente em momentos como o da disputa contra os argentinos.”²⁶¹

Fazendo referência direta ao trabalho da historiadora Angela de Castro Gomes²⁶², Leonardo Pereira propôs que a relação entre Estado e sociedade fosse também entendida nos termos da tradição operária, a fim de que as demandas dos trabalhadores também fossem reconhecidas no processo de legitimação do governo Vargas.

A propaganda nacionalista feita através do futebol, segundo Pereira, não foi uma imposição sobre a classe trabalhadora incapaz de resistir. O sentimento nacionalista, pelo contrário, foi gestado nas experiências anteriores ao governo Vargas pelas quais passaram os agentes populares. O governo Vargas soube se valer dessa tradição para construir seu domínio, que, portanto, foi exercido através do diálogo com as camadas populares.

Sendo assim, o trabalho do Leonardo Pereira é de grande importância para esta pesquisa. Ao demonstrar que o nacionalismo apropriado pelo discurso getulista era compartilhado pelo imaginário operário e foi decisivo para a popularização do futebol, o autor ajuda a fundamentar a hipótese de que o clube que reivindicou primeiro o posto de representante do discurso nacionalista teria ampla vantagem sobre os outros em termos de fidelização dos seus adeptos. O futebol e o Flamengo seriam então espaços de demonstração de como as instituições que se associaram ao nacionalismo lograram

atacante Adriano, que se envolveu em polêmicas nas comunidades pobres do Rio de Janeiro, ajudaram a reforçar essas imagens negativas.

²⁶¹ PEREIRA, Leonardo Affonso Miranda de. *Footballmania: uma história social do futebol no Rio de Janeiro 1902-1908*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000, p. 107.

²⁶² GOMES, Angela de Castro. *A invenção do trabalhismo*. Rio de Janeiro: IUPERJ, 1988.

grande êxito nos seus processos de popularização. Em outras palavras, o nacionalismo estatista foi um discurso bem-sucedido entre as camadas populares. Na base dessa articulação entre trabalhador e nação, estava a atuação do Estado nacional em prol da distribuição inclusiva dos bens materiais e simbólicos a partir dos anos 1930. Desenvolvimentismo, nacionalismo e políticas sociais, as pedras fundamentais do estatismo getulista que encontraram grande receptividade nas camadas populares, seja pela tradição, seja pela transformação social gerada pelo novo Estado. A popularidade do futebol e do Flamengo, com bases nesses elementos, tem raízes em comum.

Em suma, o pesquisador ao inverter o olhar sobre a relação entre Estado e futebol, pode chegar a outras conclusões acerca da organização autônoma dos trabalhadores. Em vez de enxergar apenas os usos do futebol em benefício do poder instituído, o futebol pode ser visto como instrumento de conquista das camadas populares, como um espaço de conflitos. Pois, ao gerar tamanha mobilização, o futebol pode ser um poderoso canal de pressão sobre os agentes estatais. Os governos capazes de mobilizar esses valores sociais ao seu favor, sem dúvida conquistam maior legitimidade.

Mas essa legitimidade estatal, assim como os valores sociais, é passível de inúmeras transformações. Exemplos das tensões sociais ocorridas nos eventos esportivos não faltam mesmo em contextos autoritários. A “democracia corinthiana” é um ótimo exemplo. Nos anos 1980, o clube mais popular de São Paulo apoiou explicitamente a campanha para as eleições diretas no Brasil. Jogadores como Sócrates e Casagrande subiram em palanques com lideranças políticas e a torcida organizada Gaviões da Fiel levou faixas aos estádios pedindo a abertura política do país. Na mesma época, mais precisamente no ano de 1984, houve um *Fla x Flu* repleto de significados políticos questionadores. Na semana anterior ao clássico, os jogadores do Fluminense fizeram uma visita ao político Paulo Maluf, declarando apoio a campanha do candidato do PDS. No Maracanã, o que se viu não foi um ato de apoio ao regime instituído. Pelo contrário, a torcida do Flamengo levou uma faixa com os dizeres: “O Flamengo não malufa”. Em uma matéria feita pela Rede Globo, o depoimento de um torcedor da geral sobre porque não assistia aos jogos da arquibancada foi emblemático: “na arquibancada só tem malufista.”²⁶³ E mesmo com esses exemplos das duas maiores torcidas de futebol do Brasil, muitos analistas esportivos ainda se prendem a máxima “onde a

²⁶³ Matéria disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=wZ1M1AxfjY>, último acesso em 12 de janeiro de 2013.

Arena vai mal, mais um time no nacional!”, para explicar o período. Como se nos tempos da ditadura militar, quanto mais futebol tivesse, naturalmente mais adesão ao regime haveria.

Investigar o futebol como um espaço de disputas somente irá enriquecer o leque de possibilidades na área de pesquisa sobre o desporto. Trazer à tona os valores sociais presentes no campo esportivo vai além da preocupação em somente desvendar as estratégias de dominação e manipulação. Como qualquer fenômeno social, o futebol é complexo, e pode representar tanto consenso, como conflito, na medida em que qualquer reunião de pessoas nunca pode ser orquestrada por um regente supremo, mesmo que algum Estado autoritário pretenda cumprir essa função.

No documentário “Memórias de chumbo”, já citado neste capítulo, o escritor Eduardo Galeano nos relata a história que mais pode contribuir para ilustrar a abordagem social sobre o futebol. Todo o documentário foi organizado em torno das ações da Operação Condor e seus desdobramentos no esporte, a fim de garantir a legitimidade dos governos autoritários. Mas Galeano mostrou como essa utilização do esporte pode ser relativa.

No Uruguai, o governo civil-militar convocou um plebiscito em novembro de 1980 para fazer alterações constitucionais que fortaleceriam a autoridade do regime. Para dezembro, estava marcado um torneio de futebol reunindo as melhores seleções de futebol do mundo. Esse evento serviria para a celebração da vitória dos militares no plebiscito.

Para espanto dos militares, as alterações constitucionais foram barradas no plebiscito. Depois da inesperada derrota nas urnas, o torneio deveria servir para desfazer a má impressão deixada pelo resultado eleitoral. Nada melhor do que jogos do selecionado uruguaio contra rivais estrangeiros para despertar o furor patriótico exaltado pelo regime, pensavam os militares.

De fato, na final contra a seleção brasileira, o sentimento nacionalista uruguaio foi aceso após a vitória do time celeste por dois gols a um. Mas de uma maneira desagradável para o regime. Durante as exibições dos hinos cívicos, a torcida uníssona entoou o canto “se vá acabar, se vá acabar, la *dictadura* militar!” Assustados com a reação negativa dos torcedores, as autoridades saíram do Estádio Centenário antes da premiação dos jogadores. Naquele dia, em um estádio de futebol, dizem os uruguaios, a ditadura começou a acabar.

Manipulação e futebol não são lados da mesma moeda. Vamos então à democracia.

O Flamengo em tempos democráticos

Os acontecimentos mundiais aceleraram os passos da mudança política no Brasil. O final dos conflitos da Segunda Guerra Mundial anunciavam novos tempos de paz. O ano de 1945 começava anunciando dias difíceis para o Estado Novo.

O esgotamento do modelo autoritário era patente. A derrota dos regimes fascistas europeus veio acompanhada de diversos tipos de crítica ao governo brasileiro. Como lutar ao lado de países democráticos, em nome dos ideais liberais, tendo nos próprios domínios uma ditadura que caminhava sem maiores percalços para quase uma década de existência?

Imprensa censurada, legislativo fechado, partidos políticos proibidos. Esse era o cenário institucional criado pelo Estado Novo que em nada se adequava a nova realidade mundial que alvorecia. Como explicar para o mundo ocidental moderno as permanências ditatoriais em tempos de empolgação democrática?

Intelectuais, políticos e profissionais liberais deram início, então, a uma oposição sistemática ao Estado Novo reunindo em torno da sigla UDN – União Democrática Nacional – variadas vertentes políticas insatisfeitas com a longevidade getulista no poder.²⁶⁴ Entrevistas cada vez mais contundentes contra Vargas e matérias denunciando os abusos do Estado Novo se multiplicavam nos jornais, fato que indicava o fim da interferência dos censores do DIP nos órgãos de comunicação. Em reportagem publicada no *Jornal do Brasil* em 1945, várias impressões sobre o Brasil de diversos jornais do mundo foram apresentadas. A imprensa argentina comparava Vargas a um caudilho, os ingleses diziam não entender porque o Brasil havia lutado contra os fascistas no confronto mundial. Ao final da matéria, o jornalista sentenciou: “felizmente como um povo redimido, como uma Nação que, mercê de Deus, retomo seu caminho.”²⁶⁵

Críticas de todos os tons foram direcionadas ao modelo político brasileiro estadonovista. Os jornais, após anos de censura, assumiram uma posição agressiva em relação a Vargas, que comandava o país desde 1930. De um modo geral, a idéia da redenção com fim do Estado Novo inspirava quase todos da imprensa.

²⁶⁴ Sobre a composição ideológica da UDN, ver: BENEVIDES, Maria Victoria. Op. Cit.

²⁶⁵ *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 07 de novembro de 1945.

Sob as diretrizes do DIP, os órgãos de comunicação cumpriram a missão de propagar os valores nacionalistas antenados com a lógica estatal. Porém, com o fim do controle estatal, não havia mais porque a imprensa continuar alinhada ao discurso oficial. Especialmente porque a conjuntura internacional era marcada pelo aumento dos questionamentos e combates aos governos nacionalistas. Segundo nos mostra o historiador Jorge Ferreira, “o próprio embaixador norte-americano, então nomeado por Roosevelt, declarou que seu país, em matéria de política externa, combateria os governos nacionalistas.”²⁶⁶

Até a crise do Estado Novo, o discurso da crescente imprensa esportiva era decididamente simpático ao nacionalismo estatista, e certamente a censura contribuiu para isso. No longo conflito que envolveu de um lado *amadorista* e do outro *profissionalistas*, a imprensa atuou sempre em nome da intervenção do Estado nas questões desportivas e, em paralelo, sustentou o discurso de compromisso cívico do esporte. Diversos dirigentes de clubes e federações contaram com o apoio da imprensa durante os tempos da censura, além das instituições comandadas por eles terem recebido apoio ao longo de todo o processo de profissionalização. Resumindo: no caso da imprensa esportiva, que cresceu espantosamente nos tempos do Estado Novo, como se portar diante da mudança do quadro político-institucional? As possibilidades de críticas estavam postas. Intelectuais ligados a UDN estavam nas redações dos jornais esportivos como o *Jornal dos Sports* e o *Globo Sportivo*. Mas, como atacar o governo que foi sensível ao processo de popularização do futebol e que tanto contribuiu para o seu enriquecimento?²⁶⁷

Em situação semelhante estava o Flamengo. Como continuar sendo o clube do espírito cívico, da integração nacional, em um momento de descentralização política e críticas ao nacionalismo? Se os símbolos que forjaram a identidade do clube estavam próximos do discurso estadonovista, o que fazer diante da enxurrada de ataques ao regime que estava sendo demolido?

Diante desse quadro de reformulações institucionais e simbólicas, é muito interessante localizar as filiações políticas dos intelectuais que participavam diretamente da construção da identidade do clube. O ex-presidente José Bastos Padilha, que ainda

²⁶⁶ FERREIRA, Jorge. *O imaginário trabalhista: getulismo, PTB e cultura política popular 1945-1964*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005, p. 22

²⁶⁷ Por exemplo, em janeiro de 1945, os presidentes dos clubes e entidades esportivas se reuniram para agradecer o decreto governamental que isentava os clubes dos impostos federais. Getúlio Vargas estava presente na solenidade e foi bastante celebrado pelos dirigentes e pela imprensa esportiva. *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 03 de janeiro de 1945.

inspirava as gestões sucessoras, apoiava a candidatura do Brigadeiro Eduardo Gomes, candidato da UDN. No caso de Padilha, uma ressalva merece ser feita. Ele era amigo próximo do político gaúcho João Neves da Fontoura, e mantinham posições políticas muito parecidas. O político gaúcho fazia parte de um grupo que apoiou a Revolução de 1930, e que somente se afastou de Vargas nos tempos da Revolta Constitucionalista. Mas Fontoura se reaproximou de Getúlio ainda durante o Estado Novo e manteve-se aliado a Vargas até a eleição de 1950, quando era filiado ao PSD, tendo rompido novamente poucos anos depois. A trajetória de Fontoura serve para indicar que Padilha, mesmo tendo apoiado a candidatura udenista, mantinha um bom trânsito com lideranças políticas alinhadas ao getulismo.

Ari Barroso, que atuava dentro do clube e a favor do Flamengo na imprensa esportiva chegou inclusive a se filiar a UDN, tendo cumprido pela legenda o mandato de vereador da cidade do Rio de Janeiro entre 1946 e 1950. Mas o interessante é que a grande causa do seu mandato o colocou em posição diametralmente oposta ao líder da UDN na Câmara, o político Carlos Lacerda. Barroso e Lacerda divergiram publicamente sobre a construção do Estádio Municipal. Lacerda entendia que a construção do estádio servia apenas para atender aos interesses do Governo Federal, que sonhava desde o início dos anos 1940 com a realização da Copa do Mundo de futebol no Brasil. Por isso o líder udenista criou todos os tipos de dificuldade para a execução da obra. Lacerda motivou um enorme debate sobre o local da construção, requisitou inúmeros relatórios para a secretaria de finanças da prefeitura, pediu revisão do contrato de aquisição do terreno do Jôquei Clube, local onde estádio acabou sendo construído. Seu correligionário, o vereador Ari Barroso, não seguiu as determinações da bancada do seu partido e saiu em defesa do projeto inicial, de autoria do vereador Iguatemi Ramos, do PCB.²⁶⁸ Barroso chegou a discutir no plenário com Lacerda sobre o local da construção. Lacerda desejava que o campo fosse construído em Jacarepaguá. Barroso, defensor da construção do estádio em um bairro central, levantou a voz e disse que Jacarepaguá era foco de malária.²⁶⁹

Barroso não estava sozinho na luta pelo estádio municipal. Ao seu lado estavam Mario Filho, Geraldo Romualdo, João Lira Filho e José Lins do Rego, todos cronistas renomados do *Jornal dos Sports*. Mario Filho, diretor do jornal, escrevia com frequência sobre o compromisso cívico e pedagógico do futebol, e sobre a necessidade

²⁶⁸ VIEIRA, Claudio. *Maracanã: templo dos deuses brasileiros*. Rio de Janeiro: Mauad, 2000, p. 24.

²⁶⁹ *Idem*.

da construção de uma praça de esportes que coubesse toda a nação.²⁷⁰ Discurso bastante alinhado com o propagandismo nacionalista dos tempos estadonovista.

José Lins do Rego, famoso literato e cronista torcedor do Flamengo, foi outro intelectual ligado ao clube que no fim do Estado Novo se aproximou da UDN. José Lins era de um grupo chamado Esquerda Democrática, que em 1945 estava ligado a UDN.²⁷¹ Somente em 1947 esse grupo se transformou em um partido, o Partido Socialista Brasileiro. Zélinas reiteradas vezes em suas crônicas defendia a democracia e condenava regimes ditatoriais, mas nunca escreveu textos agressivos contra Vargas ou demonstrou alguma tendência anti-getulista em seus argumentos.

José Bastos Padilha, Ari Barroso e José Lins do Rego, três intelectuais que atuavam diretamente dentro do clube associado ao discurso nacionalista e popular se aproximaram da UDN, partido de oposição a Getúlio Vargas. Isso poderia indicar uma reviravolta nas ações midiáticas do clube. Padilha não atuava mais diretamente no clube, mas Zélinas e Ari Barroso eram ligados aos Dragões Negros, grupo de dirigentes que se reunia na Confeitaria Colombo e que durante muito tempo deu as cartas na política interna do clube, definindo inclusive eleições.²⁷² Eles eram homens da imprensa, que poderiam avaliar necessário desfazer o vínculo identitário do Flamengo com o nacionalismo. Era comum ao discurso udenista a acusação de que as festas cívicas em eventos desportivos eram práticas fascistas. O jornalista Araújo Netto e o próprio Carlos Lacerda condenavam com veemência a aproximação entre futebol e nação no jornal *Tribuna da Imprensa*.²⁷³

Mais sério ainda seria se o Flamengo passasse a ser alvo de ataques por parte dos próprios torcedores, dispostos a reinventar o clube ou mesmo a negar as suas representações. Instituições e símbolos associados a regimes autoritários antipopulares costumam cair em desgraça em tempos de abertura política. Pouco tempo antes, em 1944, o Flamengo celebrava um tricampeonato exaltando ao máximo o significado patriótico da conquista. Com o fim da censura e com anos de tensões controladas, o discurso nacionalista e operário do clube poderia ser atacado pela própria torcida, caso a

²⁷⁰ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 18 de junho de 1950.

²⁷¹ CASTRO, Marcos. *Notas: Flamengo é puro amor*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2002, p. 152.

²⁷² Fizeram parte dos Dragões Negros nomes importantes do clube como Diocesano Ferreira Gomes, José Lins do Rego, Fadel Fadel, José Maria Scassa, Moreira Leite e Alfredo Curvelo. Os Dragões formavam uma “sociedade secreta” muito pouco misteriosa que fazia reuniões em uma confeitaria, diante de todos. Os Dragões tinham grande influência nos meios de comunicação e na Federação de Futebol.

²⁷³ Sobre o tema, ver publicação do *Tribuna da Imprensa* no mês em que foi realizada a Copa do Mundo no Brasil. *Tribuna da Imprensa*, Rio de Janeiro, julho de 1950.

abertura política tivesse significado a desgraça do discurso nacionalista e popular. Porém, não significou.

A abertura política que resultou no fim do Estado Novo permitiu uma série de ataques agressivos ao governo Vargas. De fato, na imprensa de todo o Brasil, acusações e deprecições marcaram o tom revanchista dos opositores do Estado Novo. Mas, pesquisas mais recentes mostram como o apoio ao Governo Vargas se fez presente, especialmente entre as camadas mais populares.²⁷⁴ O movimento político conhecido como “Queremismo”, que defendia a permanência de Getúlio Vargas no poder, indica como os índices de aceitação do regime autoritário, permaneceram altos mesmo após o fim da censura e da repressão.²⁷⁵

No processo de abertura política, marcado pela tensão entre defensores e opositores de Vargas, o referencial simbólico construído pelas camadas populares fazia alusão ao udenismo sempre em associação aos hábitos refinados e grã-finos, avessos ao caráter popular do trabalhador brasileiro. O operário brasileiro, defensor do espírito patriótico, afirmou através de diversas manifestações públicas a sua adesão ao modelo de governo que era combatido pela UDN. Seja pelo reconhecimento dos benefícios sociais, seja pela reciprocidade simbólica existente no Governo Vargas, o trabalhador em tempos de abertura democrática escolheu permanecer vinculado ao regime que, aos olhos da oposição, era apenas uma máquina repressora. Como nos mostra Jorge Ferreira, declarações de apoio a Vargas eram feitas em todo país:

“nós, abaixo assinados, levados pelo espírito patriótico de operários nesta cidade de Penedo, Alagoas, reunidos e cumprindo um dever de gratidão, levamos ao conhecimento de V. Excia que não encontramos nenhuma manifestação satisfatória nos operários desta terra no sentido de que seja a pessoa de V. Excia. Substituída no Governo.”²⁷⁶

Esse apoio se traduzia também na simples dicotomia entre a figura popular do trabalhador e o elitismo grã-fino, que pode ser encontrada na sátira do jornal “O

²⁷⁴ O trabalho que trata desse assunto já foi citado neste trabalho. FERREIRA, Jorge. *O imaginário trabalhista: getulismo, PTB e cultura política popular*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.

²⁷⁵ FERREIRA, Jorge. *A democratização de 1945 e o movimento queremista*. IN.: DELGADO, Lucilia & FERREIRA, Jorge. (orgs). *O tempo da experiência democrática*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

²⁷⁶ *Apud* FERREIRA, Jorge (2005). *Op.cit.*, p. 57

Radical”. A charge mostra um diálogo em que o operário dizia a um senhor bem vestido: “Seu doutor, marmiteiro não se mistura com grã-fino”²⁷⁷

Ao identificar os significados do discurso pró-Getúlio, uma associação pode ser feita. No jogo de representações que já vinha sendo construído desde os tempos de José Bastos Padilha, o rubro-negro, que se opunha ao patrão vascaíno e se distinguia do elegante comportamento tricolor, encontrava-se claramente associado ao discurso “queremista”.

Essa associação era reconhecida tanto para Zélin, quanto para Ari Barroso. Mesmo filiados à UDN, esses dois intelectuais reproduziram nos anos posteriores à abertura democrática os mesmos valores sociais associados ao Flamengo nos jornais e nas ações do clube. Se no campo partidário a atuação dos dois se afastava do discurso nacional-popular presente no trabalhismo representado por Getúlio, nos textos e comentários, os dois demonstravam saber quem eram os torcedores do Flamengo. Em uma crônica emblemática, que ilustra como nenhuma outra a sensibilidade de Zélin ao perfil identitário da torcida do Flamengo, o cronista escreve:

“Pergunta-me um amigo por que todo flamengo é pela candidatura Dutra. E eu lhe respondi que não era verdade. O Flamengo não tem candidato, não aconselha candidato, não se compromete com partido algum. Há flamengos partidários do general Dutra, como há do Brigadeiro, como há do Fiúza. Somos uma democracia, e por sermos uma democracia perfeita, damos liberdade absoluta aos nossos companheiros. Cada flamengo age e pensa pela sua cabeça, pela sua simpatia, pelos seus impulsos. O General Dutra é nosso grande benemérito. Devemos-lhe serviços. Mas uma coisa é considera-lo um benemérito e outra coisa é adotarmos a sua candidatura. Há flamengos, e em enorme legião, que estão com o Brigadeiro. O próprio presidente atual do Flamengo é Brigadeiro cem por cento. E como o Coronel Orsini, há grandes do Flamengo com o candidato nacional. O Flamengo não tem dono. Porque é do povo. E dentro dele o povo se manifesta conforme seus sentimentos.”²⁷⁸

A primeira frase da crônica é sintomática. Mesmo escrevendo para apoiar a candidatura do Brigadeiro Eduardo Gomes, Zélin revela o sentimento existente nas ruas: a associação da torcida do Flamengo com a candidatura da aliança PTB-PSD. Nessa altura, como Vargas não havia lançado candidatura própria, a chapa do General

²⁷⁷ *Ibidem*, p. 84.

²⁷⁸ REGO, Jose Lins. *O Flamengo é puro amor*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2002, p. 45.

Eurico Dutra²⁷⁹, que contava com o apoio formal do PTB, representava o único vínculo de continuidade do governo anterior.

Os historiadores que investigaram a invenção do discurso trabalhista e o seu gradativo reconhecimento pelas camadas populares conseguiram identificar as demandas sociais que compunham o imaginário dos trabalhadores no Brasil no período democrático de 1945 a 1964.

O futebol, e nesse caso o Flamengo, contribui apenas como mais um campo de verificação dos valores sociais constituintes da experiência de vida dos agentes sociais envolvidos nas disputas políticas da recém-inaugurada democracia brasileira. As torcidas de futebol se configuram como um espaço privilegiado de identificação dos valores sociais compartilhados. No caso de um operário “marmiteiro” que diz não se misturar com homens grã-finos, essa ação não só reflete os valores sociais incutidos nesse discurso, como se realiza por conta de uma determinação econômica que, de fato, distingue os dois sujeitos. O marmiteiro e o grã-fino estão reproduzindo na esfera discursiva a diferença material que está posta entre eles objetivamente. No caso do torcedor de futebol, essa diferença material não precisa estar colocada para gerar a clivagem discursiva. Pessoas de origem humilde podem, porventura, se identificar com o *ethos* refinado de equipes elitistas, assim como pessoas abastadas podem se identificar com o discurso operário presente nas práticas e representações de um clube popular.

Sabemos que o discurso político trabalhista não se restringe ao mundo fabril. A sua receptividade atingiu setores da sociedade que não necessariamente mantinham relações sociais próximas com operariado. Por isso o futebol pode contribuir para a percepção da circularidade dos valores que compõem uma cultura política. Porque ele permite localizar as ações deliberadas das pessoas, independente das condições materiais nas quais elas estão inseridas, em nome da identificação com as cores e o discurso associado a um clube.

No que diz respeito a crônica de Zélin, o escritor indica que a maior torcida de futebol do país²⁸⁰, identificada com o discurso operário e nacionalista, estava associada ao candidato governista. Mesmo que houvesse o caso de torcedores que, como ele,

²⁷⁹ Dutra era candidato do PSD em aliança com o PTB. Apesar da aliança, ele não era um político trabalhista. Por isso a coligação pouco adiantou para sua popularidade depois de eleito, já que os trabalhadores queriam o retorno de Vargas.

²⁸⁰ Nas crônicas da época, quando o autor utilizava as expressões “os flamengos” ou “torcida flamenga”, ele estava fazendo referência ao termo flamenguista, que hoje é mais utilizado. Por isso nessa crônica quando ele escreve “todo flamengo é pela candidatura do Dutra”, ele está querendo dizer todo torcedor do Flamengo é a favor da candidatura.

apoiassem a candidatura de oposição udenista, a questão central era a associação da torcida do Flamengo, enquanto entidade abstrata, a um projeto político específico.

Ao considerar essa associação, Zélinis acabava reconhecendo que a identidade do clube já havia sido formada nos moldes do discurso nacionalista e popular. Por esse motivo, ele permaneceu nos anos seguintes tratando a torcida do Flamengo através das mesmas referências nacionalistas dos tempos do Estado Novo. Mesmo após a vitória de Dutra, Zélinis, assim como os intelectuais do *Jornal dos Sports*, não fizeram nenhuma campanha detratora contra a aliança vencedora. É claro que houve casos em que os jornalistas condenaram algumas intervenções federais nos esportes. Um exemplo importante foi quando João Lyra Filho renunciou do CND – Conselho Nacional de Desportos. Todos os colunistas do *Jornal do Sports* criticaram a intervenção de Dutra a favor do grupo ligado ao dirigente Carlito Rocha, que ainda contava com o apoio de Dario Mello Pinto, presidente do Flamengo. Mesmo Vargas Netto, sobrinho de Getúlio Vargas, condenou a saída de Lyra Filho do Conselho e a nomeação de Carlito Rocha, Dario Mello e Fabio Carneiro de Mendonça. Segundo Vargas Netto, essa atitude às vésperas das eleições de 1950 teve um caráter exclusivamente eleitoreiro, pois contemplava os interesses dos presidentes dos clubes.²⁸¹ Mas não houve na imprensa esportiva especializada, especialmente no *JS*, o mesmo tom agressivo das críticas ao getulismo que eram feitas nos jornais de oposição. O posicionamento do jornal durante a construção do Estádio Municipal confirma isso.

José Lins podia até mesmo fazer campanha para a UDN, mas isso não significou a assimilação dos referenciais simbólicos desse partido na relação com a torcida do Flamengo. Pois, um discurso contrário a Getúlio, condenando a interação entre o Estado e classe trabalhadora por conta do teor nacionalista presente nessa relação, iria transformar as representações sociais divulgadas pelas suas crônicas. Se os torcedores comuns se formaram inicialmente sob a égide do discurso nacionalista e operário e esse discurso permanecia no imaginário social brasileiro, uma mudança de postura de cronistas como Zélinis poderia representar o início de uma resistência ao texto do jornal por parte dos leitores que compartilhavam esses valores, fato que nunca aconteceu enquanto Mario Filho esteve a frente

O discurso nacionalista e operário brasileiro pode ser caracterizado como um projeto político específico para o Brasil. Isso porque ele se organizou em um partido, o

²⁸¹ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 20 de agosto de 1950.

PTB – Partido Trabalhista Brasileiro – e também porque se espalhou por diversas atividades culturais na sociedade. Mais do que um projeto de governo, que ficaria restrito a esfera institucional, o trabalhismo tornou-se um projeto de sociedade, pois tocava em pontos referentes ao cotidiano do cidadão, como a defesa do patrimônio cultural brasileiro. Por isso é possível estabelecer o elo de conexão entre o futebol e o trabalhismo, pois, enquanto cultura política, o projeto trabalhista foi compartilhado pelos indivíduos nos espaços comuns de sociabilidade. A historiadora Lucilia de Almeida Neves definiu o projeto trabalhista nos seguintes termos:

“Esperança, reformismo, distributivismo e nacionalismo, eram elementos integrantes da utopia desenvolvimentista que se constituiu como signo daquela época. Portanto, a conjuntura delimitada pelos anos 1940 e início dos anos 1960 foi caracterizada pela crença de expressivos segmentos da sociedade civil brasileira de que a modernidade só seria alcançada se apoiada em programa governamental sustentado pela industrialização, por políticas sociais distributivas e por efetiva defesa do patrimônio econômico e cultural do país.”²⁸²

O Flamengo foi cantado e exaltado no Estado Novo como o clube da Nação, dos brasileiros, do trabalhador, do patriotismo. E a instituição sempre se apresentava como defensora das futuras gerações brasileiras. Após o fim da ditadura, caso esse discurso fosse fruto exclusivo da imposição da censura, imediatamente ele seria colocado em xeque. Mas, ao contrário, durante o período democrático as referências ao torcedor rubro-negro nacionalista aumentaram. Em coluna escrita em setembro de 1946, Zélin reutilizou o lema de uma das campanhas nacionalistas feitas no Flamengo na época de Padilha: “Servir ao Flamengo é servir ao Brasil”

“Final vai o Flamengo construir seu estádio, apesar de todas as restrições, entraves, provocações e tantas outras conversas fiadas, que nada eram mais que cabeça inchada e outras cositas mais. Pode o Sr. General Dutra ficar certo que o seu ato, que facilitou o Flamengo e a outros clubes a construção de praça de esportes, veio ao encontro do povo... Porque não há clube que (mais) seja de todo o Brasil, verdadeiramente da nação, do que o Flamengo. Em todos os sentidos, é o Flamengo o clube do povo brasileiro.”²⁸³

²⁸² NEVES, Lucilia de Almeida. *Trabalhismo, nacionalismo e desenvolvimentismo: um projeto para o Brasil*. IN: FERREIRA, Jorge.(org.) *O populismo e sua história: debate e crítica*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001, p. 172

²⁸³ REGO, Jose Lins. Op. Cit., p. 64.

Zélin, mesmo sendo da oposição ao governo, sabia que Dutra podia trazer grandes benefícios para o clube. Afinal, o presidente era sócio e torcedor do Flamengo. De fato, no governo Dutra grandes obras foram feitas no Clube de Regatas do Flamengo. A maior delas foi a construção da sede do Morro da Viúva, feita com auxílio federal.²⁸⁴

Mas, independente da certeza de que Dutra poderia trazer benefícios para o clube, Zélin ao reivindicar a ajuda federal para a construção da praça de esportes do Flamengo estava indo em direção contrária a um pressuposto básico do discurso udenista. Ao defender explicitamente a construção do estádio com recursos estatais, Zélin estava defendendo um aspecto próprio da modernização trabalhista, que era o intervencionismo estatal em obras para o bem-estar público. Para Zélin, nada mais de interesse público do que o Flamengo, “time do povo”. Porém, isso implicava na utilização do argumento em prol do estatismo.

Não apenas na luta pela construção do Estádio do Flamengo o argumento intervencionista foi usado por Zélin. Mesma postura ele adotou no debate sobre o Estádio Municipal. Isso reforça a posição que Zélin tinha sobre o esporte. Assim como Mario Filho e Padilha, Zélin entendia o futebol como um instrumento pedagógico, capaz de contribuir para a formação do espírito cívico. Para eles, nos estádios, os torcedores sentiam-se parte e aprendiam a amar o Brasil. Era assim que ele explicava sua predileção pelo Flamengo, por ser o clube mais brasileiro.

A partir dessa perspectiva pedagógica, para Zélin cabia ao Estado o papel de gerir o futebol, intervindo a favor dos interesses do “povo”. O futebol, portanto, era uma questão política para Zélin, não apenas um negócio. Essa visão fez inclusive ele assumir divergências públicas com dirigentes que eram seus colegas, como o caso de Dario Mello. Certa vez, Zélin alertou: “Vamos acabar com essa história de leilão no Flamengo... Vamos cuidar do clube sem esse espírito mercantil.”²⁸⁵

Sendo o futebol patrimônio cultural e não mercadoria, o mesmo devia ser protegido pelas leis e ações estatais. Motivado por essa convicção, Zélin exagerava nos seus comentários, ignorando por completa a sua filiação política quando o assunto era o Flamengo. Em outra coluna dedicada ao estádio do Flamengo, o escritor paraibano decretou:

²⁸⁴ *Ibidem*, p. 152.

²⁸⁵ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 29 de março de 1949.

“A fúria de meia dúzia contra as pretensões do Flamengo não modificará o normal desenrolar dos fatos. Há um decreto do governo permitindo que os clubes esportivos sejam protegidos pelos poderes públicos. E há um clube que poderá se servir desses favores do governo para levantar aqui na Capital Federal um estádio com as melhores instalações possíveis... Se o Flamengo vai ter o seu estádio, melhor para o Brasil.”²⁸⁶

É possível imaginar que entre a “meia dúzia” de insatisfeitos com a destinação de verbas públicas para a construção de um estádio de futebol privado estivesse até mesmo colegas de partido. Se o líder da UDN na Câmara, Carlos Lacerda, criou uma série de problemas para a aprovação da construção do estádio municipal, não há como imaginar que o decreto que beneficiava os clubes fosse passível de sua simpatia.

Na crônica mais famosa em defesa do estádio do Flamengo, Zélinis abriu mão do texto ofensivo contra as “insatisfações” adversárias. Em vez do ataque, ele apresentou de forma mais poética qual seria a tarefa do Estado brasileiro: proteger o futebol como parte da cultura nacional. É interessante notar que Zélinis se refere aos outros clubes, enfatizando o papel social do futebol, e não apenas do Flamengo.

“O Flamengo, como todos os clubes desta cidade, é um elemento de preparação do espírito nacional. E mais do que qualquer um vive por todos os recantos do Brasil, nos entusiasmos dos seus adeptos que são uma verdadeira legião. Se há um clube nacional, este será o Flamengo, criação do mais legítimo espírito de brasilidade. Flamengos são brasileiros de todas as cores, todas as classes, todas as posições.”²⁸⁷

Nessa crônica fica mais transparente a semelhança entre o texto de Zélinis e o discurso da integração nacionalista. O escritor enfatizou a miscigenação, a conciliação entre as classes, atribuindo maior peso nesse texto ao nacional do que ao caráter popular do clube. Na realidade, esse sempre foi o jogo de representações que dominou o clube: a nação e a popularidade dos seus torcedores. Por ora, um aspecto ganha mais ou menos destaque. Mas, num plano geral, os dois elementos se complementam, conferindo ao clube o posto de representante da modernização nacionalista que visa incluir as camadas populares. A modernidade nos termos do nacionalismo trabalhista busca promover a ascensão social das camadas populares, e por isso o caráter desenvolvimentista é necessariamente distributivo. Ou seja, o nacionalismo é popular porque a nação só se desenvolve a partir da distribuição das riquezas coordenada pelas ações do Estado. Por

²⁸⁶ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 22 de setembro de 1946.

²⁸⁷ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 21 de setembro de 1946.

isso os discursos operário e nacionalista se complementam no projeto trabalhista. Os clássicos *Fla x Flu* e Flamengo e Vasco ilustram a complementaridade da identidade operária e nacionalista do clube.

Outra característica importante do discurso nacionalista de Zélinos é o caráter centralizador da sua idéia de cultura nacional quando o assunto era futebol. José Lins do Rego foi um autor que retratou como poucos na literatura brasileira o cenário da sociedade de engenho nordestina. No campo político, o regime democrático era a pedra fundamental do seu discurso. Mas no que diz respeito ao futebol, o regionalismo e as considerações sobre as particularidades regionais desaparecem, dando lugar a uma noção de Brasil bastante centralizada.

Especialmente o Nordeste, região de seu nascimento, era visto a partir da nacionalidade representada pela torcida do Flamengo. O caráter local era posto em segundo plano. Quando o Flamengo viajava para jogar, Zélinos enaltecia o apoio que o time recebia por todo o Brasil, como marca da nossa integração nacional:

“Clube algum no Rio poderá fazer o que faz o Flamengo, por onde andar. Isto é, ser em campo, nas peijas que trava, não um clube de fora, mas um clube da própria terra que pisa. E se na Bahia joga com qualquer time local, haverá uma torcida flamenga para os aplausos aos rubro-negros. E o mesmo acontecerá em Recife, Porto Alegre, em Belém”.²⁸⁸

Nem mesmo seus colegas da literatura escapavam do patrulhamento nacionalista que Zélinos fazia no *Jornal dos Sports*. Rachel de Queiroz foi vítima de uma brincadeira feita por Zélinos, em que ele escrevia:

“Há em Rachel de Queiroz tudo para ser do Flamengo. É ela uma louca, uma lírica, uma autêntica paixão em violência. E, depois, filha do Ceará, que é o estado mais flamengo do Brasil.”

José Lins do Rego, que sempre canalizou em suas crônicas as representações e deliberações defendidas pela direção do clube, ajuda a mostrar como o Flamengo se posicionou politicamente em tempos de abertura democrática. Tempos em que os meios de comunicação necessariamente se posicionavam diante do quadro político partidário. Nesse contexto, o Flamengo assumiu referências simbólicas que não se adequavam perfeitamente a visão social de mundo dos seus dirigentes, mas sim da sua torcida. Não

²⁸⁸ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 17 de julho de 1947.

se tratava de fazer uma campanha a favor do trabalhismo por parte do clube. Isso Zélin e Ari Barroso, seu fiel escudeiro, não fariam pertencendo a UDN. Mas o que importa é perceber como o clube se posicionou diante das dicotomias que surgiam em tempos de polarização partidária.

Na década de 1940, a torcida do Flamengo já estava espalhada por todo o país. Somente uma retórica nacionalista poderia sustentar o sentido daquela rede de compartilhamento de significados. Ao mesmo tempo, era sabido que o Flamengo nas suas relações de rivalidade se valia do posto de time do homem trabalhador, que impulsiona a nação, mas que sofre a dominação do mau patrão.

Dirigentes de futebol não são torcedores, por mais que queiram parecer. São gestores que estão em competição política dentro das suas instituições. Bons políticos não são insensíveis aos anseios dos seus simpatizantes. Dirigir o Flamengo nos tempos da abertura democrática exigia reconhecimento por parte da direção do caminho que já havia sido pavimentado pela instituição na sua bem-sucedida relação com a torcida, forjada nos tempos do auge do nacionalismo. Se considerarmos as ações de Zélin e Ari Barroso, dois homens que viviam da comunicação com o público e que tinham grande influência dentro do clube, veremos que, no que diz respeito ao futebol, esses homens se apropriaram do discurso nacionalista e popular, mesmo sendo da UDN.

Analisando a relação do Flamengo com a torcida, algumas questões paralelas logo vêm à tona. Será que no ambiente do futebol, nas arquibancadas e nas direções do clube, alguma vez a retórica do futebol como patrimônio cultural brasileiro, que merece ser protegido pelo Estado, foi abandonada? Se no ambiente acadêmico, as teses manipuladoras sobre o “ópio do povo” pululam até os dias atuais, será que entre clubes e torcedores, o papel social do futebol enquanto organizador dos sentimentos populares está posto em questão? Será que em algum momento haverá uma demanda social popular para que o Estado brasileiro se afaste do futebol e o transfira para a iniciativa privada?

Ainda nos dias de hoje, os clubes, que são instituições privadas, invariavelmente se valem da relevância social do esporte para contar com as ajudas governamentais. As dívidas com a União foram, por vezes, abatidas por conta do peso popular dos clubes. As obras e construções dos estádios até hoje recebem financiamento público. O Estado ainda protege os clubes e a seleção nacional, como se esses fossem temas do bem-estar público. E os eleitores respondem positivamente a essas ações, pois o futebol ainda é visto como um patrimônio público no Brasil. Grande parte do eleitorado brasileiro ao

longo da história apoiou o Estado que investiu diretamente no futebol, e mesmo as lideranças políticas privatistas precisaram aprender isso. No fim das contas, será o futebol brasileiro um dos últimos espaços onde o discurso nacionalista e intervencionista ainda encontra grande aceitação popular?

A visão sobre o caráter público do futebol foi determinante para a organização do esporte no Brasil nos anos 1960, no governo do trabalhista de João Goulart. Gilberto Agostino chamou de “nacionalismo esportivo” a série de medidas estabelecidas pelo governo que visavam combater acima de tudo a saída de jogadores brasileiros para o exterior. O decreto número 53.820, do dia 24 de março de 1964, estabelecia, entre outras normas, que:

“O preço de indenização ou “passe” não será objeto de qualquer limitação, quando se tratar de cessão de atleta profissional de futebol para associação desportiva sediada no estrangeiro.”²⁸⁹

A lei regulamentava a profissão de jogador profissional no Brasil, garantindo inclusive os dias de folga e recesso que teriam direito os jogadores. Mas o artigo referente à venda de jogadores para o exterior era muito importante. Os clubes ficavam liberados para pedir a indenização que lhes interessasse, criando uma enorme dificuldade para as transações de jogadores para times estrangeiros. Isso garantiu que os maiores ídolos dos anos 1960 e 1970 permanecessem no futebol brasileiro, conquista que era demanda dos dirigentes desde os tempos iniciais da profissionalização. O governo, por um lado, entendia a necessidade dos ídolos permanecerem no país, a fim de que os eventos esportivos tivessem apelo popular. Os clubes não queriam correr o risco de perder jogadores para os grandes clubes da Europa. O torcedor, por sua vez, festejava a permanência dos melhores atletas nas suas equipes. O Estado brasileiro, em março de 1964, ou seja, no auge da polarização entre esquerdas e direitas, adotou uma medida para proteger os clubes do mercado estrangeiro. Em meio a grande participação política dos trabalhadores, é possível considerar esse decreto como uma demanda dos grupos populares que estavam ligados a Jango no momento de radicalização do nacionalismo.

Costumeiramente, atribui-se ao discurso nacionalista o sinal negativo da manipulação e da irracionalidade. Movimentos populares nacionalista são muitas vezes

²⁸⁹ Decreto disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1960-1969/decreto-53820-24-marco-1964-393794-publicacaooriginal-1-pe.html>, último acesso em 12 de janeiro de 2013.

interpretados como desvios conservadores, ou simplesmente estratégias de dominação.²⁹⁰ Em tese, entende-se o nacionalismo como uma ideologia imposta, que tende a prosperar em contextos de intervenção estatal conservadora. Ainda no pensamento político brasileiro está presente a idéia de que o nacionalismo resulta dos interesses dominantes, ignorando, com isso, o caráter autônomo e racional das demandas nacionalistas da sociedade civil.²⁹¹

A análise do Clube de Regatas do Flamengo no período democrático pode contribuir para desconstruir essas interpretações. Ao mostrar que, mesmo com lideranças udenistas a frente do clube, a tradição nacionalista permaneceu inalterada na relação entre clube e torcida ao longo de décadas. Isso indica como políticas nacionalistas e intervencionistas resultam também das demandas sociais, e não apenas das imposições estatais ou das classes dominantes.

Em tempos de abertura democrática e crítica ao nacionalismo do período 1930-1945, novos projetos identitários estavam disponíveis para o clube. Dirigentes e jornalistas ligados diretamente ao clube eram partidários dos projetos alternativos. Porém, a identidade da torcida já estava formada. E somente a manutenção do vínculo com os símbolos nacionalistas poderiam conferir ao Flamengo o posto de “mais querido do Brasil”, condição que o clube buscava desde a sua profissionalização.

A gestão Gilberto Cardoso: como nos tempos de Padilha

O segundo tricampeonato de futebol do Flamengo aconteceu em uma das épocas mais conturbadas da história da República Brasileira. A sequência de títulos do torneio de clubes mais importante da época, o Campeonato Carioca, ocorreu ao longo dos anos que assistiram ao mandato democrático de Vargas, à radicalização da oposição udenista, ao suicídio de Getúlio, e as reviravoltas políticas que marcaram a vitória de Juscelino Kubitschek no pleito eleitoral de 1955.

²⁹⁰ Para Marx, os nacionalismos eram movimentos irracionalistas, e o pensamento marxista estruturalista herdou essa perspectiva. As escolas filiadas ao pensamento liberal caracterizam os movimentos nacionalistas a partir da dicotomia *sentimento x razão*, expressa no romantismo alemão como contraponto a noção de civilização francesa. Para Dante Moreira Leite, autor que escreveu uma influente obra sobre o tema, o nacionalismo expressa uma ideologia marcada pela fase em que os intelectuais estão aliados às classes dominantes. A superação da ideologia nacionalista passaria pela libertação dos intelectuais. Sobre o assunto, ver: CUCHE, Denys. *A noção de cultura nas ciências sociais*. Bauru: EDUSC, 2002. & LEITE, Dante Moreira. *O caráter nacional brasileiro*: São PauloUNESP, 2007.

²⁹¹ Paul Singer e Octavio Ianni defendem a difundida tese de que o nacionalismo desenvolvimentista dos anos 1950 atendia somente aos interesses da pequena burguesia e que se tratava, portanto, de um projeto político que favoreceria uma camada restrita da sociedade. Sobre o assunto, ver: IANNI, Octávio. (org.) *Política e evolução social no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1965.

Época conturbada, mas de intensa participação política dos trabalhadores e da imprensa. No Flamengo, época do nascimento de novos ídolos, feitos em casa, nas divisões de base do clube. Ídolos populares de um time que entrou para a história do clube como um dos melhores, inferior apenas à geração capitaneada por Zico no início dos anos 1980.

No início da década de 1950, o Flamengo estava amargando outra vez mais um penoso jejum de títulos. O clube havia vencido o tricampeonato de 1942, 1943 e 1944, e depois disso alternou campanhas medianas e ruins, além de ter assistido ao surgimento do melhor time do Vasco da Gama de todos os tempos: o Expresso da Vitória.

Para ter uma idéia da disparidade técnica entre os dois clubes, entre 8 de abril de 1945 e 16 de setembro de 1951, o Flamengo não venceu o Vasco nenhuma vez. Nesses seis anos, foram disputados vinte jogos, com quinze vitórias vascaínas e cinco empates.²⁹² Para piorar, durante o jejum de títulos e vitórias sobre o Vasco, o presidente Dario Mello vendeu o jogador Zizinho, ídolo maior da seleção brasileira e do Flamengo, para o Bangu. Zélins esbravejou contra a direção banguense:

“O caso Zizinho não apenas o simples caso de um craque de futebol que pretende mudar de clube. Trata-se do aliciamento de um profissional... Fica assim sabendo toda a torcida rubro-negra: O Sr. Dr. Guilherme da Silveira Filho não levou em consideração um contrato firmado, nem tampouco o Flamengo. Para ele o Flamengo não passa de um clube de várzea, sujeito aos abusos e opressões do capital.”²⁹³

O cronista expressava o sentimento da torcida diante do terrível cenário de derrotas constantes que assolavam o Flamengo. Porém, mesmo em desvantagem técnica e administrativa perante os outros clubes, a crônica esportiva sabia canalizar para o rubro-negro os sentimentos populares. Se o clube perdia jogadores e partidas, era por conta da opressão do capital. Quando vencia, era a expressão da força de vontade do brasileiro. No fim das contas, ao longo de mais esse jejum, em nada a popularidade do clube foi abalada.

Ao final dos anos 1940, o Flamengo enfrentava todo tipo de turbulência no departamento de futebol. Após uma derrota de cinco gols a dois para o Vasco, em agosto de 1949, Ari Barroso insinuou que o craque rubro-negro Jair da Rosa Pinto

²⁹² ASSAF, Roberto. *Grandes jogos do Flamengo: da fundação ao hexa*. São Paulo: Panini Books, 2010, p. 36

²⁹³ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 15 de janeiro de 1950.

poderia ter jogado “comprado” pelos vascaínos. Isso bastou para revoltar os torcedores, que queimaram a camisa do jogador. Magoado com as insinuações do radialista e com a revolta da torcida, Jair se transferiu para o Palmeiras e o Flamengo perdeu o seu “camisa dez”. Em menos de um ano, o Flamengo perdeu Zizinho e Jair da Rosa Pinto, dois ídolos que saíram de maneira conturbada. Em meio a tantas confusões, o Flamengo terminou o campeonato carioca de 1950 em sétimo, atrás do Olaria, pior colocação da história do clube.²⁹⁴

Para tentar interromper a má fase no futebol, a diretoria repatriou o treinador Flavio Costa, o mesmo do tricampeonato dos anos 1940. Porém, dessa vez Flavio Costa não conseguiu montar uma equipe vencedora. Ele disputou dois campeonatos cariocas, tendo conquistado como melhor resultado apenas o vice-campeonato em 1952. O único alento da terceira passagem do vitorioso treinador pelo Flamengo foi o fim do jejum de vitórias contra o Vasco, com um triunfo por dois gols a um em setembro de 1951. Mais de cento e dez mil torcedores assistiram ao jogo que encerrou o jejum rubro-negro contra o rival cruzmaltino.²⁹⁵

O panorama desportivo do clube começou a mudar verdadeiramente ainda em 1951, quando o médico da cidade de Campos dos Goytacazes, Gilberto Cardoso, venceu a eleição e assumiu a presidência do Flamengo. Gilberto Cardoso é o único presidente que possui uma estátua na Gávea. A forma trágica da sua morte contribuiu muito para a afirmação do mito do dirigente torcedor. Cardoso enfartou após uma vitória do time de basquete do Flamengo conseguida no último segundo da partida. Poucos são os dirigentes esportivos da história que, literalmente, morreram pelos seus clubes.

Mas Gilberto Cardoso não tem uma estátua apenas por conta do seu destino trágico. Ele foi o principal responsável pela organização do clube em um momento de derrotas constantes. É claro que as derrotas não condenam um clube de futebol a desgraça. Mas em tempos tão propícios para o Flamengo, não havia porque amargar tantos insucessos em sequência. Em tempos de exaltação nacionalista com Vargas no poder, era preciso saber se valer disso. Para isso, era preciso apenas organizar o futebol do clube, na medida em que toda conjuntura política estava disponível para transformar os jogos do Flamengo em grandes eventos nacionais. E esses eventos seriam fonte não

²⁹⁴ Disponível em: <http://www.flamengo.com.br/flapedia/Futebol>, último acesso 20 e janeiro de 2013.

²⁹⁵ O jogo foi marcado por muitos problemas com a arbitragem. Os jogadores vascaínos reclamaram bastante do gol anulado no último minuto de jogo, que teria deixado a partida empatada.

apenas de prestígio, mas de grandes rendas no ainda novo Estádio Municipal do Maracanã.

Logo após a Copa do Mundo de 1950, Mario Filho escreveu vários artigos condenando os dirigentes dos clubes de futebol do Rio de Janeiro por eles não aproveitarem melhor o Maracanã. Segundo Filho, a enorme capacidade de público do estádio precisava ser vista como a principal fonte de receita dos clubes. Filho sabia que a receita dos rendas dos jogos era o grande diferencial dos clubes grandes. Mas, para que os jogos enchessem, era preciso promover espetáculos que justificassem a presença dos torcedores. Vale lembrar que partidas de futebol em grandes estádios ainda era uma novidade para os torcedores do Rio. E que nenhum clube ainda havia feito a sua devida identificação com o estádio. Os torcedores estavam habituados com São Januário, Gávea, Laranjeiras, estádios modernos para a época, mas muito mais acanhados. O hábito de frequentar o estádio precisava ser acompanhado pela motivação gerada pelos eventos de maior interesse. Jogar grandes jogos no Maracanã era condição para criar o hábito entre os torcedores. E, para jogar grandes jogos, era preciso ter uma equipe minimamente razoável.

Gilberto Cardoso aprendeu a lição dada por Mario Filho. Na sua gestão, o Maracanã se tornou a casa do Flamengo. Em 1950, ano da inauguração do estádio, o rubro-negro jogou dezesseis partidas no maior palco da cidade. Em 1955, último ano da gestão Cardoso, o Flamengo disputou quarenta dos sessenta um jogos do ano no Maracanã.²⁹⁶ Entre os anos 1953 e 1955, quando o clube venceu os três campeonatos seguidos, o Flamengo disputou 182 jogos oficiais e nenhum ocorreu no Estádio da Gávea.²⁹⁷ Na gestão Cardoso, o processo de distanciamento entre sede social e torcida, iniciado na profissionalização, encontrou seu ponto ótimo. O futebol se afastou da Gávea e o Flamengo assumiu o Maracanã como seu campo. Até os dias atuais, a torcida do Flamengo não reivindicou a construção de um campo novo, pois o Maracanã passou a ser naturalmente associado ao clube. Esse não deixava de ser o desejo de Mario Filho desde os tempos da polêmica para a construção do Maracanã, já que o mesmo afirmava que o estádio devia ser um patrimônio para a Nação. O clube da Nação, como sempre disse o seu jornal, deveria naturalmente jogar no palco construído para os eventos nacionais.

²⁹⁶ Disponível em: http://www.flamengo.com.br/flapedia/Jogos_do_Flamengo_em_1955, último acesso em 20 de janeiro de 2013.

²⁹⁷ Os jogos oficiais disputados nos anos 1953, 1954 e 1955 estão listados no site: www.flamengo.com.br/flapedia, último acesso em 20 de janeiro de 2013.

Não era costume divulgar o público das partidas na década de 1950. Por isso não é possível precisar a evolução da média de espectadores do Flamengo no Maracanã nesse período²⁹⁸. Mas é possível fazer um comparativo das médias de vitória da equipe. Isso pode indicar a tendência de crescimento do público, pois jogos decisivos atraem mais torcedores aos estádios. Se no difícil ano de 1950, o time somou apenas trinta vitórias, com um aproveitamento de cinquenta e oito por cento dos pontos, em 1955, ano do tri, a equipe conquistou quarenta e três vitórias, tendo obtido um aproveitamento de setenta e quatro por cento dos pontos totais.

Em 1950, Mario Filho condenou Dario de Mello Pinto por se preocupar mais em fazer política do que em montar o time para atrair público aos estádios. No dia seguinte a derrota para o Bangu por seis a zero, maior goleada que o Flamengo já sofreu na história, a charge da capa do *Jornal dos Sports* mostrava o presidente Dario satisfeito de terno e gravata, enquanto os jogadores com a camisa do time eram humilhados em campo.²⁹⁹ Assim como Dario, Gilberto Cardoso não deixou de fazer política. Pelo contrário, se aproximou bastante do Governo Vargas em novas campanhas de marketing do clube. Mas, ao contrário do seu antecessor, percebeu que o sucesso das campanhas estava ligado ao desempenho da equipe de futebol, especialmente por conta da importância financeira das rendas dos jogos no Maracanã. A receita de sucesso de Cardoso não era novidade no clube.

Na gestão Gilberto Cardoso, a equipe de futebol do Flamengo voltou a excursionar com frequência. Além das viagens pelo Brasil, o clube organizou suas primeiras grandes excursões pela Europa. Em tempos de Guerra Fria, o Flamengo se tornou o representante do Brasil no exterior. Outros clubes brasileiros também viajavam, mas o Flamengo vinha a imprensa afirmar o sentido da excursão: “propaganda do Brasil”. O Estado, por sua vez, legitimava o posto de representante do país que o clube reivindicava. O presidente Café Filho na cerimônia de abertura dos jogos da primavera declarou sobre o desfile de atletas do clube: “Este é o Brasil que se deve mostrar lá fora.”³⁰⁰

A excursão organizada em 1953 e realizada em 1954 permitiu ao clube visitar diversas cidades dos países europeus. Nos bastidores da viagem, a preocupação era

²⁹⁸ Na história do Maracanã, dos 247 jogos com públicos para mais de cem mil pessoas, o Flamengo esteve envolvido em 103 oportunidades. Em segundo lugar está o Vasco, com 58 jogos para mais de cem mil pessoas.

Fonte: http://www.flamengo.com.br/flapedia/Maiores_p%C3%BAblicos_do_futebol_brasileiro

²⁹⁹ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 21 de agosto de 1950.

³⁰⁰ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 13 de setembro de 1955.

alinhar o discurso nacionalista com a ação midiática. A excursão não podia ser divulgada pelos dirigentes como uma forma de ganhar dinheiro, mas sim como ação que contava com o respaldo estatal.

“Um detalhe realmente interessante é o de que nenhum empresário está envolvido nas démarches. Tudo é feito diretamente pelo Flamengo, já se sabendo assim que um dos pontos maiores diretamente ligado aos seus interesses é o de uma propaganda do Brasil, de sua gente e de suas coisas.”³⁰¹

A viagem começou pela Itália, passou por Áustria, Hungria, e durou mais tempo na passagem pela Alemanha. Entre 07/04 e 26/05, o Flamengo jogou 12 jogos, e empatou a maioria deles, o que reforça o caráter amistoso dos confrontos. Com o sucesso da excursão, no retorno da viagem, o Flamengo recebeu um convite para atuar em Moscou. Mas só em 1962 o Flamengo atravessou a “cortina” para atuar em gramados soviéticos.

Além das excursões, outra ação da gestão Gilberto Cardoso foi voltar a investir nos jogos infantis voltados para a educação física das crianças. Em 1954, a competição idealizada por Mario Filho teve o Flamengo como vencedor das competições atléticas e do concurso de torcidas, disputa que na gestão de Cardoso também voltou a ocorrer. Na entrega do troféu, feita pelo Presidente Vargas ao Presidente Gilberto Cardoso, os dois foram fotografados sorrindo. Na mesma edição do *JS*, Filho publicou um texto enaltecendo a presença do presidente da República no evento que visava a formação de futuros campeões baseados na lealdade e disciplina. Abaixo da saudação ao Brasil, estava a foto de uma jovem dançando com a bandeira do Flamengo.³⁰²

O apoio ao presidente Vargas esteve estampado em várias ocasiões no *Jornal dos Sports*. Na edição do dia seguinte da morte de Getúlio, o jornal dedicou toda a capa para lamentar o falecimento do estadista. Referências ao compromisso de Getúlio com as crianças não faltaram. O editorial do jornal enfatizava o interesse do presidente pelos jogos populares.

“Com a morte do presidente Getúlio, o mesmo crepe severo e inconsolável que envolve a nação cobre também o esporte brasileiro. Os jornais políticos vão traçar o perfil de homem de estado, exaltando a sua obra de justiça social e humana, que é um monumento definitivo. Para nós, porém, o *Jornal dos Sports* cumpre, antes de mais nada, fixar o amigo generoso e constante do esporte.

³⁰¹ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 24 de julho de 1953.

³⁰² *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 06 de junho de 1954.

Getúlio Vargas foi, sem dúvida, o primeiro estadista brasileiro que, sensível as grandes paixões populares, soube compreender a importância das atividades desportistas. Deu seu apoio, seu incentivo, o prestígio de sua presença a um sem número de empreendimentos destinados a valorizar o esporte brasileiro, o atleta do Brasil.”³⁰³

Esse editorial contribuiu para demonstrar qual era a posição política do jornal e ajuda a responder porque a imprensa esportiva, mesmo com redações repletas de udenistas, manteve-se próxima do presidente Vargas. A imprensa esportiva reconhecia que o projeto nacionalista permitiu relevantes avanços para a organização dos eventos esportivos no Brasil. Eventos esportivos que eram também paixões das camadas populares.

Os jornais esportivos tiveram o mérito de compreender que o público consumidor do futebol brasileiro era majoritariamente trabalhador e que os seus jornalistas precisavam escrever para essas pessoas. Por isso a imprensa esportiva foi um campo privilegiado de difusão dos valores sociais presentes no imaginário popular brasileiro da época. A direção do *Jornal dos Sports*, maior periódico esportivo do Brasil, sabia que o jornal não era o motor soberano dos anseios populares. Pelo contrário, era seu catalisador. Preocupado em vender jornais para o seu leitor, Filho apenas sistematizou o vocabulário social do esporte falado nas ruas.

Quando o próprio Mario Filho foi nomeado vice-presidente do CND, já no mandato do presidente Café Filho, o colunista Álvaro Nascimento se apressou em destacar as características de Filho a frente do jornal.

“Mario Filho dirige o jornal mais conservador do Brasil, de linguagem moderada, atitudes demagógicas ou ataques pessoais. Graças ao seu sentido coordenador e construtivo, conseguiu uma circulação ímpar no Distrito Federal e um prestígio invulgar em todo Brasil. Diário apolítico, jamais se envolveu em campanhas da política nacional ou permitiu em suas colunas, mesmo como matéria paga, manifestos partidários.”³⁰⁴

A insistência do colunista em afirmar que o jornal era apolítico é uma preocupação recorrente dos meios de comunicação, que misturam positivamente honestidade com imparcialidade. Mas acaba nos mostrando como Filho conseguiu contornar as disputas políticas existentes dentro do jornal em prol de um projeto bem definido acerca dos significados do futebol no Brasil. As matérias veiculadas pelo *JS*

³⁰³ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 25 de agosto de 1954.

³⁰⁴ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 03 de outubro de 1954.

entre 1933 e 1955 mantiveram sempre uma coerência impressionante. O *Jornal dos Sports* ao longo desses anos conseguiu representar os programas de uma visão social do desporto muito bem definido. É praticamente impossível encontrar nesse período alguma matéria que vá contra aos princípios fundadores da perspectiva de Filho. Nacionalismo, caráter cultural do futebol e formação cívica das camadas populares sempre estiveram no cerne das publicações do jornal.

Os dois presidentes mais importantes da história do Flamengo, não por coincidência, aderiram ao projeto de Filho. Contando com amplo respaldo da imprensa esportiva, que por sua vez contava com o apoio estatal, Padilha e Cardoso conseguiram criar e consolidar o vínculo identitário do clube com os símbolos que circulavam entre a maior parte dos torcedores de futebol no país. Elevado a condição de patrimônio social, o futebol representou no Brasil uma estratégia de ascensão social e de afirmação cultural dos trabalhadores. O garoto que corre descalço pelas ruas atrás da bola não está apenas brincando. Está sonhando em jogar em grandes clubes, na seleção. Ele está experimentando pertencer ao “país do futebol”, capaz de incluir de maneira material e principalmente simbólica segmentos sociais que permaneceram por séculos a margem da formalização da vida. Das demandas por inclusão social, surgiu o discurso nacionalista e operário do futebol. Seleção Nacional e Flamengo não são nos dias atuais os únicos que representam esse discurso. Mas, sem dúvida, foram os primeiros a se associar ao projeto político que fundamentava a identidade do “futebol brasileiro” inventado nos anos 1930. O “legítimo futebol brasileiro” é uma invenção associada aos desejos de inclusão dos trabalhadores em um contexto de modernização nacionalista, portanto, o futebol inventado no Brasil é popular.

Em 1951, Gilberto Cardoso resolveu resgatar a mística do *Fla x Flu*, que passava por uma fase pouco explorada. O *Jornal dos Sports* celebrava a iniciativa de Cardoso, destacando nas edições que antecediam o clássico que “o grande clássico voltará a projeta-se como nos tempos de Bastos Padilha”.³⁰⁵ Para tal iniciativa, Cardoso, em parceria com o *JS* e com o presidente do Fluminense Fabio Carneiro de Mendonça, decidiu reeditar as competições de torcida. As maiores autoridades foram convidadas e estiveram presentes. O presidente Getúlio Vargas, o vice Café Filho e o prefeito João Carlos Vital prestigiaram o espetáculo que foi vencido pelo Fluminense, dentro de

³⁰⁵ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 10 de outubro de 1951.

campo e nas arquibancadas. Com cento e nove mil presentes no Maracanã, o tricolor venceu por um gol a zero.³⁰⁶

Dois dias após a vitória tricolor, Vargas Netto comentou o triunfo do Fluminense:

“O Fluminense venceu também no duelo das torcidas, pois o encantamento da festa, que deslumbrou a assistência não partidária, nesse espetáculo esteve a cargo do Fluminense(...) Estádio repleto, a tribuna com as altas figuras do governo. A massa da torcida entoando os seus hinos e cânticos(...) Quase se poderia dizer como nas crônicas antigas: a nobreza, o clero e o povo! A diferença é que agora ambos os lados disputavam as preferências populares. Os dois contendores desejavam ser povo e ser do povo(...) E nem nesse aspecto o Fluminense foi superado, apesar da aristocracia das suas tradições, da sociedade de elites, dos seus fundamentos e do seu arcabouço. Encontrou na Escola de Samba um meio de identificação com a alma popular(...) Houve uma argamassa intelectual homegeneizando as legiões para o sucesso.”³⁰⁷

A crônica de Vargas Netto ao justificar a vitória da torcida do Fluminense acabou reafirmando todos os valores associados ao tricolor. Refinamento e aristocracia, as marcas de um clube que nos anos 1950 ainda buscava se associar a um fenômeno popular. Mas, como o próprio Vargas Netto afirmou, através da contratação de uma escola de samba por parte dos líderes da torcida.

No final de fevereiro de 1955, em jogo ainda válido pelo campeonato carioca de 1954, o Flamengo celebrou a conquista do bicampeonato. Naquela ocasião, a manchete do jornal destacou: “Foi um carnaval que não estava na folhinha”.³⁰⁸ Para homenagear os campeões da cidade, a Escola de Samba Estação Primeira de Mangueira resolveu levar seus integrantes para o campo do Maracanã.

“E finalmente, a homenagem do samba levado aos campeões pelo ritmo e a melodia da Estação Primeira. Como já acontecera no desfile das escolas durante o carnaval, Mangueira empolgou a plateia. Pela primeira vez na história do football brasileiro, uma escola de samba realizou no Maracanã um carnaval que não estava na folhinha. Oito dias depois de haver agonizado o reinado de Momo, o Morro inteiro desceu para trazer o samba a apoteose dos campões. E o canto das pastoras, o ritmo dos tamborins e evoluções da porta-estandarte do baliza ficaram dentro da tarde como uma nota de raro fulgor. Houve de tudo na festa dos bicampeões, vincando a feição de clube popular, o Flamengo organizou um

³⁰⁶ Disponível em: http://www.flamengo.com.br/flapedia/Jogos_do_Flamengo_em_1951, último acesso em 20 de janeiro de 2013.

³⁰⁷ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 16 de outubro de 1951.

³⁰⁸ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 01 de março de 1955.

programa em que se harmonizaram em maravilhoso amalgama, o samba, a fé e o futebol.”³⁰⁹

Dois acontecimentos separados por apenas quatro anos de distância envolveram Flamengo, Fluminense e escolas de samba da cidade. E as semelhanças se resumem às escolas de samba. Vargas Netto, ao enaltecer a conquista tricolor, afirmou que a contratação da escola resultou da idéia dos líderes da torcida que queriam criar um vínculo com as camadas populares naquele dia. A intelectualidade tricolor sabia que para vencer a competição era preciso ver a torcida se relacionar com os símbolos populares da nação. Afinal, autoridades nacionais estavam presentes na tribuna.

Na festa do bicampeonato do Flamengo, o mesmo periódico retratou que “o morro desceu” para homenagear o clube, e que toda aquela celebração não estava na “folhinha”, ou seja, não constava no roteiro da festa. A escola de samba Mangueira não foi para o estádio contratada, e sim para expressar o seu vínculo com a vitória do Flamengo.

A partir do jogo de disputas simbólicas que envolvem Flamengo e Fluminense, podemos tirar uma lição desses dois acontecimentos. A cultura popular é espontânea e dispensa diretrizes. Não coube ao intelectual ligado ao futebol a tarefa de inventar os símbolos populares, muito menos a de tentar afirmá-los. Coube ao intelectual o simples trabalho de construir um vocabulário que permitiu o diálogo e a afirmação das práticas culturais dos grupos populares autônomos nos eventos nacionais. A popularidade não se inventa de cima para baixo, e o *Fla x Flu* das arquibancadas mostra isso.

A morte de Cardoso e a consolidação dos mitos

O acanhado estádio da Gávea, localizado na Rua Mario Ribeiro na zona sul do Rio de Janeiro, ainda ostenta os dizeres pintados na base da pequena arquibancada: “O mais querido do Brasil”. Talvez alguns torcedores ainda não saibam, mas o nome desse estádio é José Bastos Padilha.

Na sede social, a homenagem a Gilberto Cardoso também imortaliza o dirigente dos anos 1950. Padilha e Cardoso, os dois presidentes que receberam as maiores homenagens do clube: uma estátua e o nome do estádio de futebol.

Gilberto Cardoso deixou o clube de maneira trágica. Faleceu em novembro de 1955, poucos meses antes do Flamengo se sagrar tricampeão contra o tradicional

³⁰⁹ *Idem.*

América em um jogo memorável com Maracanã lotado, presenças ilustres como a do presidente Juscelino Kubitschek na tribuna e uma goleada inapelável por quatro gols a um³¹⁰.

Quis o destino que o Flamengo enfrentasse em um período de apenas um ano e três meses a morte de dois líderes importantes da sua história. Quando em agosto de 1954 Getulio Vargas se suicidou, o clube do qual ele era presidente de honra desde 1936 emitiu a seguinte nota de pesar:

“A diretoria do Flamengo, clube de que o saudoso presidente Getulio Vargas era Grande Benemérito, em reunião extraordinária adotou as seguintes providências, contidas em nota oficial: A diretoria do C. R. Flamengo, profundamente consternada com o passamento do presidente Getulio Vargas comunga com o sentimento nacional de pesar e comunica aos associados que em homenagem póstuma ao seu grande benemérito tomou as seguintes deliberações – associar-se ao luto nacional – fazer-se representar pelo seu presidente nas exéquias a serem celebradas – officiar a exma família do extinto transmitindo as condolências.”³¹¹

Na noite de 25 de novembro de 1955, Gilberto Cardoso, o presidente que havia lançado esta nota de pesar, falecia no pronto-socorro após ter tido um enfarto dentro do seu carro após sair de um jogo de basquete do Flamengo. Cardoso, por ser médico, ao sentir-se mal tentou se dirigir sozinho ao hospital, mas “não logrou passar do ponto da Av. Presidente Vargas defronte da Última Hora.”³¹²

O enterro de Cardoso foi tratado com a mesma comoção pela imprensa esportiva do que a morte de Getúlio. Mario Filho escreveu uma crônica intitulada “Ele era o Flamengo”, em que ele dizia que para muitos o Flamengo era apenas futebol ou remo. “Para Gilberto Cardoso o Flamengo era tudo. O do Maracanã, o da Gávea, do Morro da Viúva, da sede velha.”³¹³ Cardoso talvez tenha sido o presidente que melhor lidou com as multiplicidades de interesses que compunham o clube. Mario Filho ao dizer que ele havia conseguido ser o presidente da Gávea e do Maracanã estava mostrando isso.

Gilberto Cardoso foi eleito três vezes presidente do Flamengo em sequência e faleceu nos braços da torcida. Contemplou as duas esferas do clube, demonstrando saber

³¹⁰ O jogo final do campeonato de 1955 ocorreu em 1956. O Flamengo venceu o primeiro jogo por um a zero, perdeu o segundo por cinco a um e venceu o terceiro jogo de desempate por quatro a um. Nesse jogo, o Flamengo revelou Dida, que viria a ser o segundo maior artilheiro da história do clube, atrás apenas de Zico.

³¹¹ *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 25 de agosto de 1954.

³¹² *Jornal dos Sports*, Rio de Janeiro, 26 de novembro de 1955.

³¹³ *Idem*.

que o Flamengo popular já havia se tornado um corpo autônomo que obedecia a interesses de um agente social que não frequentava os salões da sede da Gávea.

Com a abertura política gerada pelo fim do Estado Novo, os dirigentes e intelectuais ligados ao clube definiram com clareza seus posicionamentos políticos. Postaram-se em termos partidários em lado oposto do projeto que embasava a identidade do Flamengo. Mesmo assim, o clube seguiu levantando antigas bandeiras nacionalistas, centralistas e operárias. O fidalgo clube dos tempos do amadorismo não fazia mais sentido nas arquibancadas. O clube já estava associado ao trabalhador.

O Flamengo é um ótimo exemplo de como os significados sociais das instituições podem mudar. O clube elitista e racista dos tempos do amadorismo encontrou na propaganda nacionalista dos anos 1930 o seu ponto de inflexão e permaneceu associado a esse discurso, mesmo quando ele passou a ser questionado por setores da sociedade que inclusive dirigiam o clube. Tornou-se muito difícil para o clube libertar-se da invenção de Padilha. E Gilberto Cardoso buscou apenas reforçar essa vocação.

José Bastos Padilha e Gilberto Cardoso são os dois presidentes mais homenageados pelo clube porque foram os maiores responsáveis pela afirmação dos mitos fundadores do clube popular. É estranho pensar que a suposta vocação para a popularidade desde os tempos do amadorismo não tenha gerado homenagens e reconhecimento aos fundadores do clube de regatas. É certo que figuras como José Agostinho Pereira da Cunha ou Mario Spíndola, fundadores do Clube de Regatas em 1895, têm lugar reservado nos livros que contam a história do Flamengo. Mas os nomes de Padilha e Cardoso são muito mais conhecidos e exaltados por sócios e torcedores do que os fundadores do clube de 1895, que tem um espaço menor no hall de homenagens do clube.

O Flamengo, clube de história centenária, celebra personagens mais recentes. Gilberto Cardoso, José Bastos Padilha, Leônidas, Zizinho, Dida, são ídolos que os garotos de hoje não viram em ação. Mas, em qualquer enquete sobre os maiores da história do clube, esses nomes míticos permanecem intocados. Não é o tempo que faz as pessoas esquecerem os ídolos. São os significados da idolatria que passam ou permanecem.

Conclusão

Entre as décadas de 1930 e 1950, a popularidade do Flamengo foi inventada. A suposta “vocação” para a preferência popular não estava presente nos tempos da fundação do Clube de Regatas, e sim na reestruturação da instituição que teve início na gestão José Bastos Padilha, em 1930, e que encontrou seu momento máximo na gestão Gilberto Cardoso, na primeira metade dos anos 1950.

Como fundamento dessa popularidade, estavam os elementos centrais do discurso desenvolvimentista que foi gestado no Brasil nos anos 1930 e que atingiu seu apogeu nos 1950: o nacionalismo e a integração das camadas populares através do mundo do trabalho. O trabalhador brasileiro e o Estado Nacional, agentes centrais do processo de modernização do país, estiveram associados ao Flamengo ao longo de campanhas midiáticas que foram reproduzidas durante as décadas em que o nacionalismo representou uma estratégia de inclusão social.

A popularidade do Flamengo está associada aos códigos de uma cultura política construída historicamente. Sendo assim, a mesma popularidade está condicionada a circularidade social dos símbolos e valores que compõem o arcabouço simbólico desse projeto de Nação moderna. Portanto, a popularidade não é condição natural da instituição.

Após o tricampeonato conquistado já no início de 1956, o Flamengo voltou a amargar a escassez de conquistas em campo. Entre 1955 e 1978, o clube venceu apenas quatro campeonatos cariocas e um torneio Rio-São Paulo, conquistado em 1961. Em vinte e três anos, apenas cinco títulos relevantes.

No final dos anos 1970 e início dos anos 1980, o clube passou pelo melhor momento da sua história. Com a formação do time que contava com jogadores como Zico, Junior, Leandro e Nunes, o Flamengo conquistou em seis anos impressionantes nove títulos de expressão nacional e internacional. Entre 1978 e 1983, foram quatro campeonatos estaduais, três brasileiros, uma Taça Libertadores da América e um Mundial Interclubes. Essa sequência grande de títulos criou a sensação de que a popularidade do Flamengo estava associada ao time capitaneado por Zico. Se assim fosse, o fim daquela geração com a aposentadoria dos jogadores no fim dos anos 1980 marcaria também o declínio da popularidade do clube. E não isso ocorreu.

No dia 19 de dezembro de 2012, o jornal popular *Meia-hora*, periódico destinado aos leitores com menores níveis de escolaridade e renda do Rio de Janeiro, estampou na capa da edição: “Datafolha confirma: Nação é maior do que a Fiel”.³¹⁴

Na matéria publicada pelo caderno de esportes, a pesquisa apresentava os números mais recentes da popularidade dos dois clubes mais queridos do futebol brasileiro. Segundo o instituto de pesquisa, o Flamengo permanecia sendo ao final de 2012 o clube mais popular do Brasil, com 16,27% dos torcedores, enquanto a fiel corintiana alcançava a marca de 15,56% da preferência nacional. A pequena diferença, na verdade, indica um empate técnico.

Três dias antes da pesquisa, o Corinthians Paulista venceu o principal torneio de futebol interclubes do mundo na atualidade, o Campeonato Mundial de Clubes disputado no Japão sob a chancela da FIFA. O alvinegro paulista atingiu o ponto máximo de uma sequência de conquistas que começou com a chegada do renomado jogador Ronaldo Nazário, e que passou por conquistas do Campeonato Brasileiro, pelo triunfo inédito na Taça Libertadores da América e culminou com a vitória sobre o poderoso Chelsea, clube londrino que na ocasião era o campeão europeu. Não havia dúvidas de que ao final de 2012 o Sport Club Corinthians Paulista era o clube mais vitorioso do Brasil.

Nos últimos anos, os clubes paulistas obtiveram resultados desportivos de maior destaque do que o restante do país. O São Paulo venceu mais um Campeonato Mundial interclubes, o Santos tornou-se tricampeão continental. O reconhecimento dos títulos da Taça Brasil, torneio anterior ao Campeonato Brasileiro, conferiu ao Palmeiras, terceiro clube grande da capital paulista, o posto de maior vencedor de torneios nacionais, com oito conquistas no total.³¹⁵

Além da hegemonia paulista nos torneios nacionais, os últimos anos assistiram ao crescimento midiático dos clubes do estado mais rico do Brasil. As novas redes televisivas que surgiram com o advento da TV por assinatura criaram novos modelos de transmissão esportiva, descentralizando a exibição dos campeonatos e quebrando a predominância das transmissões nacionais dos maiores clubes do Rio de Janeiro. Novas

³¹⁴ Jornal *Meia Hora*, Rio de Janeiro, 19 de dezembro de 2012.

³¹⁵ Entre 1959 e 1970 foram disputados os campeonatos chamados Taça Brasil e Torneio Roberto Gomes Pedrosa. Nesse período, Santos e Palmeiras dominaram o futebol brasileiro. O torneio com o nome de “Campeonato Brasileiro” começou apenas em 1971, e a CBF demorou anos para equivaler os vencedores da Taça Brasil aos vencedores do Campeonato Brasileiro. Com o reconhecimento dos títulos da Taça Brasil, os clubes paulistas dispararam na tabela dos vencedores dos torneios nacionais, aumentando a distância para os clubes do Rio de Janeiro.

tecnologias permitiram que as emissoras transmitissem mais de um jogo por rodada, fazendo com que a difusão dos símbolos relacionados a clubes como o Flamengo começasse a enfrentar concorrência dos eventos locais.

Não só as transmissões brasileiras de futebol mudaram nas últimas décadas. O futebol mundial também passou por diversas modificações econômicas a partir dos anos 1990. Novas receitas surgiram, houve o crescimento assombroso dos patrocinadores, novos países passaram a consumir os eventos futebolísticos e a FIFA, entidade máxima que cuida do esporte, transformou-se definitivamente em uma empresa durante a polêmica gestão do dirigente brasileiro João Havelange.³¹⁶ O futebol tornou-se uma empresa bilionária, com contratos de marketing e eventos globais a cada fim de semana.

No cerne de todas as transformações ocorridas, um acontecimento atingiu diretamente os clubes brasileiros: a mudança nas relações entre clube e jogador. Na década de 1990, iniciativas como a do jogador belga Jean-Marc Bosman alteraram profundamente as regras que regiam os vínculos entre atletas e clubes de futebol. Bosman conseguiu na justiça o direito de se transferir sem custos para outro clube. Essa conquista deu início a um complexo processo de liberalização da mão-de-obra através do fim da regra do “passe”, que prendia o jogador ao clube empregador. A Lei Bosman acabou sendo o pontapé inicial para ações políticas como a Lei Zico e a conturbada Lei Pelé, que marcaram o início da saída em larga escala dos atletas brasileiros para o futebol do exterior. Os entraves criados pelo “nacionalismo esportivo”, que davam aos clubes brasileiros ferramentas para impedir a transferência dos jogadores para os clubes europeus, caíram por terra com as novas regras. Os clubes brasileiros se viram, de uma hora para outra, diante da inevitável condição de reveladores dos jogadores para os clubes endinheirados dos países com economias mais fortes.³¹⁷

Em meio a todas essas mudanças que ameaçavam o futuro dos clubes brasileiros, um novo conceito passou a ganhar força entre os analistas esportivos e os torcedores de futebol no país: a noção de clube-empresa. Com a crise do esporte, o discurso empresarial foi alimentado no Brasil. Na década de 1990, o futebol brasileiro se via

³¹⁶ David Yallop fez uma dedicada pesquisa sobre as ações da FIFA na gestão Havelange, mostrando como a entidade construiu relações mercantis escusas com empresas multinacionais nas últimas décadas. Sobre o assunto, ver: YALLOP, David. *Como eles roubaram o jogo: segredos dos subterrâneos da FIFA*. Rio de Janeiro: Record, 2002.

³¹⁷ Um dado que confirma a saída em larga escala dos jogadores brasileiros para o futebol do exterior no início da década de 1990 é a convocação para as Copas do Mundo de 1986 e 1990. Em 1986, dos vinte e três jogadores convocados pelo técnico Telê Santana, apenas dois jogavam no futebol italiano. Na Copa seguinte, em 1990, o técnico Sebastião Lazaroni convocou doze jogadores “estrangeiros” para o grupo dos vinte e dois que foram para o torneio mundial.

diante de um panorama ainda pouco conhecido. Campeonatos deficitários, clubes grandes em crise e com pouco poder de compra, arquibancadas esvaziadas. Nos anos mais severos da crise financeira dos clubes, o torcedor brasileiro assistiu ao rebaixamento de clubes tradicionais como o Fluminense, o Bahia e o Grêmio. Fora o caos que assolou instituições como o Flamengo e o Atlético Mineiro, gigantes da década de 1980 que passaram a aparecer nos jornais como os maiores devedores do país.³¹⁸

Diante desse cenário, a cobrança pela organização empresarial ganhava cada vez mais simpatizantes na imprensa e nas arquibancadas. E os clubes mais organizados, mais bem administrados, começaram a colher também os melhores resultados. Inicialmente, São Paulo e Palmeiras, clubes que se associaram a grandes marcas privadas como a Parmalat e a IBM, saltaram na frente e hegemonizaram o futebol brasileiro no início da década de 1990. Em seguida, clubes como o Cruzeiro de Belo Horizonte, o Grêmio de Porto Alegre e o Santos também enveredaram por novos modelos de gestão que permitiram a essas equipes ocupar espaços na mídia que antes eram cativos aos maiores clubes do Rio de Janeiro. Flamengo e Fluminense, símbolos máximos da representação do futebol brasileiro construído na primeira metade do século XX, viviam as voltas com salários atrasados, jogadores indisciplinados e campanhas medíocres enquanto a transmissão e a distribuição de forças do futebol brasileiro se descentralizavam.

Na esfera política, o discurso privatista, vitorioso nas eleições presidenciais dos anos 1990, reduziu a atuação do Estado no campo futebolístico. O antigo aliado dos clubes passou a pressionar pelo pagamento das dívidas fiscais e antigos patrocínios estatais, como a Petrobrás, passaram a ficar condicionados às certidões negativas de débitos dos clubes. O duradouro vínculo do Flamengo com seu principal parceiro se encerrou por conta dessa exigência.³¹⁹

Crise material, crise simbólica. Enquanto se aprofundava em dívidas e virava referência de bagunça dentro e fora de campo na imprensa esportiva, os fundamentos da identidade rubro-negra também passavam por transformações. O clube do povo brasileiro, da nação brasileira, passava a enfrentar a oposição dos movimentos

³¹⁸ No dia seguinte a conquista do Campeonato Brasileiro de 1992, o vice-presidente de finanças do clube, o Sr. Paulo Dantas, falou sobre a dificuldade financeira da instituição. Nem mesmo a vitória no campeonato brasileiro aliviou a situação do clube. *O Globo*, Rio de Janeiro, 20 de julho de 1992.

³¹⁹ Como o Flamengo é um clube devedor, a instituição não conseguia a certidão negativa para receber aporte financeiro estatal. Ou seja, o Flamengo não tinha caminhos legais para receber do seu patrocinador, e, por isso, a parceria que durava desde a primeira metade dos anos 1980 acabou.

regionalistas e a crise de significado da retórica nacionalista. Em tempos de contestação do papel social do Estado, o discurso nacionalista tende a perder bastante legitimidade. Com o crescimento econômico baseado na entrada de multinacionais e na depredação e privatização dos serviços públicos, a associação ao discurso nacionalista passava a soar no mínimo como algo anacrônico. As palavras da vez do futebol brasileiro nos anos 1990 se tornaram modernidade e gestão empresarial, e isso fez com que o discurso nacionalista associado ao Flamengo passasse a ganhar contornos de antiguidade, de anacronismo.

Parece claro que o futebol vem mudando radicalmente nos últimos vinte anos. Por exemplo, se compararmos o discurso em prol da Copa do Mundo de 1950 com o discurso utilizado pelos defensores da Copa do Mundo de 2014, encontraremos diferenças relevantes. Enquanto em 1950 o Maracanã foi construído para abrigar as multidões populares em eventos cívicos, o atual Maracanã está sendo reformado para se tornar uma comportada Arena multiuso, com menos lugares, mais conforto e preços muito maiores. Atualmente, os meios de comunicação evitam associar a Copa do Mundo a um evento preparado para os trabalhadores brasileiros. Mesmo os maiores entusiastas da Copa do Brasil reconhecem que as reformas para o torneio atendem aos interesses dos patrocinadores internacionais, e não aos costumes populares dos torcedores brasileiros. E as lideranças políticas já perceberam que o evento começa a enfrentar certa resistência popular. A nomeação do ex-jogador Ronaldo, ídolo corintiano, para a coordenação do Comitê que cuida dos preparos do torneio teve como intuito diminuir a antipatia que muitos brasileiros estão desenvolvendo pela Copa do Mundo no Brasil.

O discurso empresarial, os grandes patrocínios, o poder de compra, hoje também compõem o imaginário social dos torcedores brasileiros. Os são-paulinos e os colorados se orgulham das gestões empresariais do clube. Os corintianos exaltam as contratações milionárias da equipe. Mas, mesmo com todas essas mudanças, o Flamengo segue sendo o clube mais popular do Brasil, segundo os institutos de pesquisa. E mesmo em crise, o Clube da Nação ainda sustenta a sua popularidade nas regiões mais distantes do país, apesar da crescente resistência dos movimentos regionais. Isso demonstra que o sentido nacionalista e popular da instituição ainda resiste à nova conjuntura empresarial que se configurou nos últimos anos. Conquistas ocasionais, como o Campeonato Brasileiro de 2009, ainda permitem ao clube reforçar sua importância cultural. Mas problemas como o alcoolismo do atacante Adriano e a prisão do capitão Bruno no ano

seguinte da conquista ainda contribuem para o abafamento do grito “festa na favela”, que costumava ser entoado após os gols do centroavante rubro-negro.

O Flamengo inventado nos anos 1930 resiste, apesar das transformações sociais, simbólicas e materiais que ocorreram nos últimos anos. As últimas gestões venceram eleições prometendo reestruturar o clube, implantando um novo *modelo profissional* de administração que rompesse com *o passado amador*. Situação semelhante a dos anos 1930. Assim como o período estudado neste trabalho, o futebol brasileiro enfrenta atualmente um grande momento de reestruturação. Nessas conjunturas, novas tradições podem ser inventadas, representações sociais pretéritas podem ser esquecidas. Resta saber se os símbolos do discurso nacionalista e popular permanecerão vivos, ou resistirão como fantasmas.

Fontes

A Gazeta de Notícias, Rio de Janeiro.

A União, João Pessoa.

CASTRO, Marcos. *Notas: Flamengo é puro amor*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2002.

Correio da Manhã, Rio de Janeiro.

Diário de Pernambuco, Recife.

FILHO, Mario. *O Negro no Futebol Brasileiro*. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

FILHO, Oscar & FERREIRA, Renato. (orgs.) *Fla x Flu... e as multidões despertaram!* Rio de Janeiro: Europa, 1987.

Jornal do Commercio, Rio de Janeiro.

Jornal dos Sports, Rio de Janeiro.

Jornal Meia Hora, Rio de Janeiro.

NOGUEIRA, Armando. *Bola na rede*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1974.

O Globo, Rio de Janeiro.

O Lance!, Rio de Janeiro.

Revista *O Lance! Flamengo um século de paixão*. Edição Especial, 1999.

Revista Placar. *Os grandes esquadrões*. Edição Especial de 35 anos, 2005.

REGO, José Lins do. *Flamengo é puro amor*. Rio de Janeiro: José Olympio, 2002.

Tribuna da Imprensa, Rio de Janeiro.

ZICO. *Zico conta a sua história*. São Paulo: FTD, 1996.

Bibliografia

ABINADER, Marcelo. *Uma viagem a 1912: surge o futebol do Flamengo*. Rio de Janeiro: Águia Dourada, 2010.

AGOSTINO, Gilberto. *Vencer ou morrer: futebol, geopolítica e identidade nacional*. Rio de Janeiro: Mauad, 2002

ANDERSON, Benedict. *Comunidades Imaginadas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

ARRETCHE, Marta. *Mito de descentralização: maior democratização e eficiência das políticas públicas?* In.: http://www.fflch.usp.br/dcp/assets/docs/Marta/RBCS_96.pdf,

- ASSAF, Roberto & GARCIA, Roger. *Os grandes jogos do Flamengo: da fundação ao hexa*. Barueri: Panini Books, 2010.
- ASSAF, Roberto & MARTINS, Clovis. *História dos campeonatos cariocas de futebol 1906-2010*. Rio de Janeiro: Maquinaria, 2010.
- BASTOS, Pedro Paulo Zaluth. & FONSECA, Pedro Cezar Dutra. (orgs.) *A era Vargas: desenvolvimentismo, economia e sociedade*. São Paulo: UNESP, 2012.
- BAZCKO, Bronislaw. *A imaginação social*. In. LEACH, Edmund. *Anthropos-homem*. Lisboa: Imprensa Nacional, 1985.
- BENEVIDES, Maria Victoria. *A UDN e o udenismo: as ambiguidades do liberalismo brasileiro (1945-1965)*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.
- CABRAL, Sergio. *No tempo de Ari Barroso*. Rio de Janeiro: Lumiar Editora, 1993.
- CAPELATO, Maria Helena R. *Multidões em cena*. Propaganda política no varguismo e no peronismo. Campinas/São Paulo, Fapesp/Papirus, 1998.
- CAPELATO, Maria Helena. *Estado Novo: o que trouxe de novo?* IN.: FERREIRA, Jorge & DELGADO, Lucilia de Almeida Neves. *O Brasil Republicano – o tempo do nacional estatismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.
- CAPOCCIA, Giovanni & KELEMEN, R. D. *The study of critical juncturies: Theory, narrative and counterfactuals in history institutionalism*. World Politics: v. 9, n. 3, 2007.
- CARVALHO, Joaquim Vaz de. *Flamengo: uma emoção inesquecível*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1995.
- CARVALHO, José Murilo de. *A formação das almas: o imaginário da República no Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- CARVALHO, Maria Alice Rezende. *República do Catete*. Rio de Janeiro: Museu da República, 2001.
- CASTRO, Ruy. *O vermelho e o negro: pequena grande história do Flamengo*. São Paulo: DBA, 2001.
- CASTRO, Ruy. *O anjo pornográfico*. São Paulo: Companhia das letras, 1992.
- CINTRA, Antonio Otávio & AVELAR, Lucia (orgs.) *Sistema Político Brasileiro: uma introdução*. São Paulo: UNESP, 2007.
- COSTA, Maurício da Silva Drumond. *Os gramados do Catete: Futebol e Política na Era Vargas (1930-1945)*. IN.: SILVA, Francisco Carlos Teixeira da. & SANTOS, Ricardo Pintos dos. (orgs.) *A memória social dos esportes. Futebol e política: a construção de uma identidade nacional*. Rio de Janeiro: Mauad Editora, 2006.

- COUTINHO, Edilberto. *Nação rubro-negra*. São Paulo: Fundação Nestlé da Cultura, 1990.
- COUTINHO, Edilberto. *Zélines, Flamento até morrer*. Recife: Ci e Trop. Vol.19, n.1, 1991.
- CUCHE, Denys. *A noção de cultura nas ciências sociais*. Bauru: EDUSC, 2002.
- DAMATTA, Roberto. *Relativizando: uma introdução a antropologia social*. Rio de Janeiro: Rocco, 2010.
- D'ÁRAÚJO, Maria Celina. *Sindicato, carisma e poder: o PTB de 1945-65*. Rio de Janeiro: FGV, 1996.
- D'ARAÚJO, Maria Celina. *O Estado Novo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.
- D'ARAÚJO, Maria Celina. *A Era Vargas*. São Paulo: Moderna, 1997
- DELGADO, Lucilia de Almeida Neves. *Trabalhismo, nacionalismo e desenvolvimentismo: um projeto para o Brasil*. IN.: FERREIRA, Jorge.(org.) *O populismo e sua história: debate e crítica*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.
- ELÍADE, Mircea. *O sagrado e o profano: a essência das religiões*. São Paulo: Martins Fontes, 2008
- FAUSTO, Boris. *História Concisa do Brasil*. São Paulo: Editora da USP, 2006.
- FAUSTO, Boris. *O pensamento nacionalista autoritário: 1920-1940*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- FERNANDEZ, Renato Lanna. *Fluminense Football Club: a construção de uma identidade clubística no futebol carioca (1902-1933)*. Dissertação de mestrado, FGV, 2010.
- FERREIRA, Jorge. (org.) *O populismo e sua história: debate e crítica*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.
- FERREIRA, Jorge. *O imaginário trabalhista: getulismo, PTB e cultura política popular 1945-1964*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.
- FERREIRA, Jorge. *O Rio de Janeiro nos jornais*. Rio de Janeiro: Sete Letras, 2011.
- FERREIRA, Jorge. *Trabalhadores do Brasil: o imaginário popular (1930-1945)*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1997.
- FERREIRA, Jorge. *A democratização de 1945 e o movimento queremista*. IN.: DELGADO, Lucilia & FERREIRA, Jorge. (orgs). *O tempo da experiência democrática*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.
- FILHO, Mario. *Histórias do Flamengo*. Rio de Janeiro: Irmãos Pongetti, 1945.

- FRENCH, John. *Afogado em leis: a CLT e a cultura política*. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.
- FREYRE, Gilberto. *Casa-grande e senzala.: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal*. São Paulo: José Olympio, 1933
- GALEANO, Eduardo. *Futebol ao sol e à sombra*. Porto Alegre: LPM, 2012.
- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 2008.
- GINZBURG, Carlo. *O queijo e os vermes: o cotidiano e as idéias de um moleiro perseguido pela Inquisição*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- GOMES, Ângela de Castro. *A invenção do trabalhismo*. Rio de Janeiro: FGV, 2005.
- GOMES, Angela Castro.(org.) *Regionalismo e centralização política*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.
- GUNTERMAN, Marcos. *O futebol explica o Brasil: uma história da maior expressão popular do país*. São Paulo: Contexto, 2010
- HIPPOLITO, Lucia. *De raposas e reformistas: o PSD e a experiência democrática brasileira (1945-1964)*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.
- HOLLANDA, Bernardo Borges Buarque de. *O clube como vontade e representação: o jornalismo esportivo e a formação das torcidas organizadas de futebol no Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: 7letras, 2009.
- HOLANDA, Sergio. Buarque de. *Raízes do Brasil*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1991.
- HOBBSAWN, Eric. *Nações e Nacionalismo: programa, mito e realidade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.
- IANNI, Octavio. *O colapso do populismo no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1968.
- LARAIA, Roque de Barros. *Cultura: um conceito antropológico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.
- LAVAREDA, Antonio. *A democracia nas urnas: o processo partidário-eleitoral brasileiro 1945-1964*. Rio de Janeiro: IUPERJ, 1999.
- LEITE, Dante Moreira. *O caráter nacional brasileiro*: São PauloUNESP, 2007.
- LEITE LOPES, Jose Sergio. *Classe, etnicidade e cor na formação do futebol brasileiro*. IN.: BATALHA, Claudio, SILVA, Francisco Teixeira da. & FORTES, A. (orgs). *Cultura de classe*. Campinas: UNICAMP, 2004
- MANHÃES, Eduardo Dias. *Política de esportes no Brasil*. Rio de Janeiro: Graal, 1986.
- MANSUR, Carlos Eduardo. & RIBEIRO, Luciano Cordeiro. *O time do meu coração*. Belo Horizonte: Editora Leitura, 2009.

- MATTA, Dinalba Ferreira da. *A educação física no Brasil: com uma visão transformadora na educação básica, transpirando menos e pensando mais*. Lato & Sensu. Belém, vol. 2, n. 3, julho de 2001.
- MAZZONI, Tomás. *História do futebol no Brasil*. São Paulo: Leia, 1950.
- NAPOLEÃO, Antonio Carlos. *História da Ligas e Federações do Rio de Janeiro (1905-1941)*. In.: SILVA, Francisco Carlos Teixeira da. & SANTOS, Ricardo Pinto dos. (orgs.). *Memória social dos esportes (Vol.II)*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- NOGUEIRA, Cláudio. *Futebol Brasil Memória: de Oscar Cox a Leônidas da Silva (1897-1937)*. Rio de Janeiro: SENAC, 2006.
- NOVAES, Carlos Eduardo. *Mengo: uma odisseia no oriente*. Rio de Janeiro: Nórdica, 1982.
- ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira e identidade nacional*. São Paulo: Brasiliense, 2006.
- PANDOLFI, Dulce. *Os anos 1930: as incertezas do regime*. IN.: FERREIRA, Jorge & DELGADO, Lucilia Neves. (orgs.) *O Brasil republicano: o tempo do nacional-estatismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.
- PALLARES-BURKE, Maria Lucia. *Gilberto Freyre: um vitoriano dos trópicos*. São Paulo: UNESP, 2005.
- PEREIRA, Leonardo Affonso de Miranda. *Footballmania: uma história social do futebol no Rio de Janeiro 1902 – 1938*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- PEREIRA, Luis Miguel. *Bíblia do Flamengo*. São Paulo: Almedina, 2010
- PEREIRA, Marcel. *A Nação: como e porque o Flamengo se tornou o clube com a maior torcida do Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Maquinaria, 2010.
- PIERSON, Paul. *Politics in time: history, institution and social analysis*. United Kingdom: Princetown University Press, 2004.
- PINSKY, Carla Bassanezi. (org.) *Fontes Históricas*. São Paulo: Contexto, 2008.
- REIS, João José & SILVA, Eduardo. *Negociação e Conflito*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- REIS, José Carlos. *As identidades do Brasil II: de Calmon a Bonfim*. Rio de Janeiro: FGV, 2009.
- REMOND, René. (org.). *Por uma história política*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.
- RIBEIRO, André. *O diamante eterno: biografia de Leônidas da Silva*. Rio de Janeiro: Gryphus, 1999.
- RIBEIRO, Gladys Sabina. *A liberdade em construção: identidade nacional e conflitos antilusitanos no Primeiro Reinado*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2002.

- SANDERSON, Roberto. *Os dez mais do Flamengo*. Rio de Janeiro: Maquinária, 2008.
- SANDRONI, Carlos. *Feitiço decente: as transformações do samba no Rio de Janeiro (1917-1923)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- SANTOS, Joel Rufino dos. *História política do futebol brasileiro*. São Paulo: Brasiliense, 1981.
- SANTOS, Wanderley Guilherme dos. *O ex-leviatã brasileiro: do voto disperso ao clientelismo concentrado*. Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 2006.
- SANTOS, Wanderley Guilherme dos. *Sessenta e quatro: anatomia da crise*. São Paulo: Editora Vértice, 1986.
- SARMENTO, Carlos Eduardo. *Origens da fundação da pátria de chuteiras*. In.: http://www.ibase.br/userimages/dv33_espacoaberto.pdf
- SCHWARTZ, Stuart. *Segredos internos: engenhos e escravos na sociedade colonial*. São Paulo: Companhia das letras.
- SERRADO, Ricardo. *O jogo de Salazar: a política e o futebol no Estado Novo*. Lisboa: Casa das Letras, 2009.
- SILVA, Carlos Leonardo Bahiense. *Sobre o negro no futebol brasileiro, de Mário Filho*. IN.: SILVA, Francisco Carlos Teixeira & SANTOS, Ricardo Pinto. (orgs.) *Memória social dos esportes: futebol e política: a construção de uma identidade nacional*. Rio de Janeiro: MAUAD, 2006.
- SILVA, Francisco Carlos Teixeira da. & SANTOS, Ricardo Pinto dos. (orgs.). *Memória social dos esportes* (Vol.II). Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- SOARES, Antonio Jorge. *Futebol, raça e nacionalidade no Brasil: releitura da história oficial*. Rio de Janeiro: UGF (Tese de doutorado), 1998.
- SOIHET, Rachel. *A subversão pelo riso: estudos sobre o carnaval carioca da Belle Époque ao tempo de Vargas*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1998.
- SOUZA, Bruno de Castro. *Os hinos do futebol carioca: de Coelho Neto a Lamartine Babo*. Rio de Janeiro: Editora SEI, 2012.
- SOUZA, Denaldo Alchone. *O Brasil entra em campo: construções e reconstruções da identidade nacional (1930-1947)*. Rio de Janeiro: Anna Blume, 2008.
- THOMPSON, Edward Palmer. *Costumes em comum*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- TRINDADE, Helgio (org.) *Revolução de 1930: partidos e imprensa partidária no Rio Grande do Sul*. Porto Alegre: LPM, 1980.
- VAINFAS, Ronaldo. *Ideologia e escravidão*. Petrópolis: Vozes, 1986.

VELHO, Gilberto. *Projeto e metamorfose: antropologia das sociedades complexas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

VELLOSO, Mônica Pimenta. *Os intelectuais a política cultural do Estado Novo*. Rio de Janeiro: Centro de Pesquisa e documentação de história contemporânea do Brasil, 1987.

VIANNA, Hermano. *O mistério do samba*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

VIANNA, Oliveira. *Populações meridionais no Brasil*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1952.

VIEIRA, Claudio. *Maracanã: templo dos deuses brasileiros*. Rio de Janeiro: Mauad, 2000.

WEBER, Max. *Metodologia das ciências sociais. Parte 2*. São Paulo: Cortez, 2001.

WEFFORT, Francisco. *O populismo na política brasileira*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

WISNIK, José Miguel. *O veneno remédio*. São Paulo: Companhia das letras, 2008.

YALLOP, David. *Como eles roubaram o jogo: segredos dos subterrâneos da FIFA*. Rio de Janeiro: Record, 2002.

ZIRALDO. *O mais querido do Brasil em quadrinhos*. São Paulo: Globo, 2009.

Entrevista

Entrevista com D. Lilia Padilha e Adriana Padilha, viúva e filha, respectivamente, do ex-presidente José Bastos Padilha, realizada no dia 12/06/2009.

Páginas Eletrônicas

Arquivo do Estado de São Paulo, disponível em:

http://www.arquivoestado.sp.gov.br/exposicao_futebol/bibliografia.php, consulta

realizada em 12 de janeiro de 2013.

Blog *Música do Gol*, disponível em:

http://musicadogol.blogspot.com.br/2011_08_01_archive.html, consulta realizada em

25 de agosto de 2011.

Blog Oicult, sinopse do filme “Alma e Corpo de uma Raça”, disponível em:
<http://oicult.blogspot.com/2007/10/do-corpo-alma-de-uma-raa.html>, consulta realizada em 20 de dezembro de 2011.

Instituto Plural Pesquisas, disponível em:
<http://www.vetoresquisas.com.br/arquivos?func=startdown&id=14>. consulta realizada em 21 de setembro de 2011.

Acervo eletrônico do Clube de Regatas do Flamengo, disponível em:
www.flamengo.com.br/flapédia

Decreto presidencial de março de 1964, disponível em:
<http://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1960-1969/decreto-53820-24-marco-1964-393794-publicacaooriginal-1-pe.html>, consulta realizada em 20 de janeiro de 2013.

Página da Federação Internacional de Futebol – FIFA – disponível em:
<http://pt.fifa.com/classicfootball/clubs/club=44132/index.html>
<http://pt.fifa.com/aboutfifa/organisation/associations.html>, consulta realizada em 20 de janeiro de 2013.

Página eletrônica do jornal Folha de São Paulo, disponível em:
<http://www1.folha.uol.com.br/colunas/barbaragancia/1149906-o-fla-flu-dos-desesperados.shtml>, consulta realizada em 07 de setembro de 2012.

Página do Bangu Athletic Club, disponível em:
<http://www.bangu-ac.com.br/hino.htm>, consulta realizada em 20 de janeiro de 2013.

Página do Globo Esporte, personalidade dos clubes de futebol, disponível em:
www.globoesporte.globo.com/platb/olharcronicoesportivo/2011/11/10/a-personalidade-dos-clubes-de-futebol/, consulta realizada em 10 de novembro de 2011.

Páginas eletrônicas de torcidas organizadas de futebol, disponíveis em:
<http://www.ultraslazio.it>
<http://www.asromaultras.org/manifesto.html#against>

http://www.campeoesdofutebol.com.br/hist_celticglasgow.html, consultas realizadas em 20 de janeiro de 2013.

Vídeos da página de compartilhamento de arquivos “youtube”, disponíveis em:

<http://www.youtube.com/watch?feature=endscreen&NR=1&v=EupRfhDlqjk>

http://www.youtube.com/watch?v=y5an0Xl_6QY

<http://www.youtube.com/watch?v=Gk-ZVcH9cU8>, consultas realizadas em janeiro de 2013.