



**Universidade do Estado do Rio de Janeiro**

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Thalita Raphaela Neves de Oliveira

**Time do povo versus time da elite: “disputa de classes” e construção de estereótipos nas narrativas de rivalidades clubísticas do futebol brasileiro**

Rio de Janeiro

2023

Thalita Raphaela Neves de Oliveira

**Time do povo versus time da elite: “disputa de classes” e construção de estereótipos nas narrativas de rivalidades clubísticas do futebol brasileiro**

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Cultura das Mídias, Imaginário e Cidade.

Orientador: Prof. Dr. Ronaldo George Helal

Rio de Janeiro

2023

CATALOGAÇÃO NA FONTE  
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

O48 Oliveira, Thalita Raphaela Neves de  
Time do povo versus time da elite: “disputa de classes” e construção de estereótipos nas narrativas de rivalidades clubísticas do futebol brasileiro / Thalita Raphaela Neves de Oliveira. – 2023.  
260 f.

Orientador: Ronaldo George Helal.  
Tese (Doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro.  
Faculdade de Comunicação Social.

1. Comunicação – Teses. 2. Futebol – Aspectos sociais – Brasil – Teses. 3. Jornalismo esportivo – Teses. I. Helal, Ronaldo George. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação. III. Título.

bs

CDU 316.77

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

---

Assinatura

---

Data

Thalita Raphaela Neves de Oliveira

**Time do povo versus time da elite: “disputa de classes” e construção de estereótipos nas narrativas de rivalidades clubísticas do futebol brasileiro**

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Cultura das Mídias, Imaginário e Cidade.

Aprovada em 06 de julho de 2023.

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. Ronaldo George Helal (Orientador)  
Faculdade de Comunicação Social – UERJ

---

Prof.<sup>a</sup>. Dr.<sup>a</sup>. Leda Maria da Costa  
Faculdade de Comunicação Social – UERJ

---

Prof. Dr. Irlan Simões da Cruz Santos  
Faculdade de Comunicação Social – UERJ

---

Prof. Dr. Cesar Claudio Gordon Júnior  
Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ

---

Prof. Dr. Edison Luis Gastaldo  
Centro de Estudos de Pessoal/Forte Duque de Caxias - CEP/FDC

Rio de Janeiro

2023

## **AGRADECIMENTOS**

“Eu agradeço ao povo brasileiro  
Norte, Centro, Sul, inteiro  
Onde reinou o baião”  
(Luiz Queiroga e Onildo Almeida)

## RESUMO

NEVES, Thalita. *Time do povo versus time da elite: “disputa de classes” e construção de estereótipos nas narrativas de rivalidades clubísticas do futebol brasileiro*. 2023. 260 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

Esta tese tem como objeto de estudo a construção de estereótipos de “time do povo” e “time da elite” nas narrativas de oito rivalidades clubísticas do futebol brasileiro, contemplando as cinco regiões do país. Pressupõe-se haver por trás dos clássicos estaduais uma pretensa disputa de classes baseada em estereótipos, na qual um dos clubes rivais representa o povo e o outro a elite local. Acredita-se que tais construções, rotineiramente reforçadas pelo jornalismo esportivo e pela cultura torcedora em si, seguem a tônica das “tradições inventadas”, isto é, perpetuam-se como heranças culturais, ainda que não necessariamente correspondam à trajetória contemporânea das agremiações. O objetivo geral da tese é identificar quais aspectos históricos, culturais e sociais embasaram a construção desses estereótipos, propondo reflexões sobre os modos como o jornalismo esportivo retroalimenta essa “disputa de classes”. Para tanto, o percurso metodológico abrange a revisão bibliográfica do histórico de fundação dos clubes que compõem o *corpus*, bem como a análise discursiva de depoimentos dos jornalistas Juca Kfoury e Marcelo Barreto – colhidos pela pesquisadora por meio da técnica de entrevista em profundidade.

Palavras-chave: Time do povo. Time da elite. Disputa de classes. Construção de estereótipos. Rivalidades clubísticas.

## ABSTRACT

NEVES, Thalita. *People's team versus elite's team: "class struggle" and construction of stereotypes in the club rivalries' narratives of Brazilian football*. 2023. 260 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2023.

This thesis has as its study object the construction of "people's team" and "elite's team" stereotypes' in the narratives of eight club rivalries in Brazilian football, covering the five regions of the country. It is assumed that there is behind these rivalries an alleged class struggle based on stereotypes, in which one of the rival clubs represents the people (working-class) and the other the local elite (rich people). It is believed that such constructions, routinely reinforced by sports journalism and fan culture itself, follow the tone of "invented traditions", that is, they perpetuate themselves as cultural heritages, even if they do not necessarily correspond to the contemporary teams' trajectory. This thesis' general objective is to identify which historical, cultural and social aspects supported the construction of these stereotypes, proposing reflections on the ways in which sports journalism feeds back into this "class struggle". To this end, the methodological path covers the bibliographical review of the clubs' founding history, as well as the discursive analysis of testimonies from journalists Juca Kfoury and Marcelo Barreto – collected by the researcher using the in-depth interview technique.

Keywords: People's team. Elite's team. Class struggle. Stereotypes' construction. Club rivalries.

## SUMÁRIO

	PRÉ-JOGO .....	7
1	<b>FUTEBOL E CULTURA DE MASSA NO BRASIL .....</b>	16
1.1	<b>A construção das rivalidades e o pertencimento clubístico .....</b>	16
1.2	<b>Aspectos socioculturais e hierarquias urbanas no Brasil.....</b>	24
1.3	<b>Tradições inventadas e “disputa de classes” no futebol.....</b>	38
2	<b>FUTEBOL E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS NO BRASIL .....</b>	48
2.1	<b>Jornalismo esportivo e construção de estereótipos.....</b>	48
2.2	<b>O discurso da idolatria na cobertura esportiva .....</b>	61
2.3	<b>Futebol e ascensão social no Brasil.....</b>	76
3	<b>RIVALIDADES CLUBÍSTICAS: UMA PRETENSA LUTA DE CLASSES.....</b>	86
3.1	<b>Ganhar ou perder, mas sempre com democracia .....</b>	86
3.2	<b>Silêncio na favela.....</b>	99
3.3	<b>A imagem do Cruzeiro resplandece? .....</b>	108
3.4	<b>Longe demais das capitais.....</b>	126
3.5	<b>Como é que faz pra sair da ilha? .....</b>	139
3.6.	<b>Você já foi à Bahia? .....</b>	151
3.7	<b>O Clássico-Rei da Amazônia.....</b>	165
3.8	<b>O Derby do Cerrado .....</b>	179
	<b>PRORROGAÇÃO .....</b>	194
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	203
	<b>APÊNDICE A: Íntegra da entrevista com o jornalista Juca Kfourri .....</b>	220
	<b>APÊNDICE B: Íntegra da entrevista com o jornalista Marcelo Barreto .....</b>	239



## PRÉ-JOGO

A identidade se constrói duplamente. Por meio dos dados quantitativos, onde somos sempre uma coletividade que deixa a desejar; e por meio de dados sensíveis e qualitativos, onde nos podemos ver a nós mesmos como algo que vale a pena. Aqui, o que faz o Brasil, Brasil não é mais a vergonha do regime ou a inflação galopante e “sem vergonha”, mas a comida deliciosa, a música envolvente, a saudade que humaniza o tempo e a morte, e os amigos que permitem resistir a tudo... (DAMATTA, 2001, p. 13).

No trecho da obra *O que faz o Brasil, Brasil?*, originalmente lançada em 1986 pelo antropólogo Roberto DaMatta, o Brasil com “b” minúsculo ao qual o autor se refere é aquele que se configurava, conforme alguns teóricos sociais do século XIX, como um mero pedaço de terra perdido de Portugal e da Europa, “um conjunto doentio e condenado de raças que, misturando-se ao sabor de uma natureza exuberante e de um clima tropical, estariam fadadas à degeneração e à morte biológica, psicológica e social” (pp. 7-8). Já o Brasil com “B” maiúsculo defendido por DaMatta é muito mais complexo: “É país, cultura, local geográfico, fronteira e território reconhecidos internacionalmente, e também casa, pedaço de chão calçado com o calor de nossos corpos, lar, memória e consciência.” (pp. 7-8).

É esse Brasil, “o BRASIL do povo e das suas coisas” (p. 9), que inspira esta tese cujo **objeto de estudo** é a construção de estereótipos nas narrativas de rivalidades clubísticas do nosso futebol. A principal pergunta que pretendo responder com este trabalho é a seguinte: quais aspectos históricos, sociais e culturais embasaram a construção de estereótipos de time do povo e time da elite associados aos clubes brasileiros? Pressupõe-se haver por trás dos clássicos estaduais uma enraizada “disputa de classes”<sup>1</sup> baseada nesses estereótipos, na qual um dos clubes rivais representa o povo e o outro a elite local. Há ainda cidades que contam com mais de um representante associado ao imaginário popular, a exemplo do Clube de Regatas do Flamengo e Club de Regatas Vasco da Gama no Rio de Janeiro; e do Sport Club do Recife e Santa Cruz Futebol Clube em Recife.

Acredito que essa disputa se faz presente tanto no discurso midiático quanto no discurso dos próprios torcedores, muito embora a imensa maioria deles tome para si apenas o estereótipo de “povo”, não se reconhecendo enquanto “elite” – categoria hoje estigmatizada, mas que já foi

---

<sup>1</sup> Importa ressaltar que ao longo da redação desta tese a expressão “disputa de classes” ou “luta de classes” virá entre aspas (exceto quando acompanhada do termo “pretensa” disputa/luta de classes). Isso porque não me refiro essencialmente ao conceito marxista da luta de classes, mas sim à apropriação narrativa desse fenômeno no processo de construção dos estereótipos de “povo” e “elite” associados aos clubes brasileiros – seja pelo jornalismo esportivo, seja pela cultura torcedora, seja pelos dirigentes das agremiações.

motivo de status, estando fortemente presente no histórico de fundação de alguns clubes e nos primórdios do futebol no Brasil entre o final do século XIX e as primeiras décadas do século XX, quando a prática e a apreciação desse esporte eram voltadas às classes sociais mais abastadas da sociedade brasileira.

A pesquisa aqui proposta dá prosseguimento aos meus trabalhos de graduação (NEVES, 2013) e mestrado (NEVES, 2018), desenvolvidos respectivamente sob o tema das rivalidades clubísticas de Minas Gerais, entre as equipes Clube Atlético Mineiro e Cruzeiro Esporte Clube; e do Rio Grande do Sul, entre as equipes Grêmio de Foot-Ball Porto Alegre e Sport Club Internacional. No doutorado, a minha intenção foi expandir essas análises iniciais, agora envolvendo rivalidades das cinco regiões do país e contemplando oito unidades federativas: Rio de Janeiro (Flamengo x Fluminense), São Paulo (Corinthians x São Paulo) e Minas Gerais (Atlético-MG x Cruzeiro) na região Sudeste; Santa Catarina (Avaí x Figueirense) e Rio Grande do Sul (Grêmio x Internacional) na região Sul; Bahia (Bahia x Vitória), na região Nordeste; Pará na região Norte (Remo x Paysandu) e Goiás (Goiás x Vila Nova) na região Centro-Oeste.

Importante ressaltar que a escolha das rivalidades que compõem esse *corpus* foi em parte baseada em um ranking dos maiores clássicos nacionais elaborado pelo portal *globoesporte.com*<sup>2</sup>. A exceção é o duelo catarinense Avaí x Figueirense, inserido nesta análise devido ao fato de a pesquisadora residir em Florianópolis e, portanto, ter desenvolvido certo apreço pelos clubes locais. Vale lembrar também que, na escolha dos clássicos analisados, priorizei os duelos nos quais predomina o embate classista – baseado no estereótipo povo *versus* elite. Isso justifica a opção por Flamengo x Fluminense, em detrimento da análise de Flamengo x Vasco; e a opção por Corinthians x São Paulo, em detrimento da análise de Corinthians x Palmeiras..

O **objetivo geral** da tese é identificar quais aspectos históricos, culturais e sociais contribuíram para a construção dos estereótipos de time do povo e time da elite que até hoje sustentam as principais rivalidades entre clubes brasileiros, incitando uma pretensa luta de classes. Em minha visão, tratam-se de construções estereotipadas fundadas na origem dos clubes e reforçadas pelo jornalismo esportivo como forma de dar peso e dimensão às rivalidades clubísticas, independentemente das cidades-sedes dos rivais em disputa e das hierarquias urbanas que demarcam os contrastes socioeconômicos entre o Sudeste do país e as regiões periféricas. Acredito que essas construções estereotipadas em torno das rivalidades clubísticas

---

<sup>2</sup> Ranking: com mesmo número de votos por estado, elegemos os 30 maiores clássicos do Brasil. (POMBO, 2016). Disponível em: <https://glo.bo/2ehQIOa>. Acesso em: 18 out. 2021.

do nosso futebol seguem a tônica das “tradições inventadas” (HOBSBAWM; RANGER, 1997), ou seja, são categorias que se perpetuam como heranças culturais, ainda que não necessariamente correspondam à trajetória contemporânea dos clubes em questão. Já os **objetivos específicos** desta tese resumem-se em:

- a) **corroborar** quais agremiações representam o estereótipo de time do povo e quais representam o estereótipo de time da elite, com base no histórico de fundação dos clubes que compõem este *corpus* e também com base nos discursos de jornalistas esportivos;
- b) **estabelecer** paralelos entre os clássicos estaduais e as hierarquias urbanas do Brasil, tendo em vista a dimensão continental do país e as particularidades socioculturais de cada uma das cinco regiões brasileiras;
- c) **especificar** as origens da construção desses estereótipos com base no histórico de fundação dos clubes e nos discursos de jornalistas esportivos, evidenciando as maneiras como essa pretensa disputa de classes vem crescendo (ou decrescendo) ao longo dos anos;
- d) **compreender** por que os estereótipos de time do povo e time da elite são retroalimentados pelo discurso midiático mesmo sem necessariamente corresponder à trajetória contemporânea dos clubes brasileiros.

Os procedimentos de coleta e análise de dados deste trabalho foram definidos com base nos objetivos específicos da pesquisa, considerando-se que, para atingir cada objetivo proposto, foi necessário estabelecer um percurso metodológico característico. Para os objetivos específicos “a” e “c”, o percurso metodológico consistiu em fazer a revisão bibliográfica da história dos clubes e realizar entrevistas em profundidade com os jornalistas Juca Kfour<sup>3</sup> e

---

<sup>3</sup> José Carlos Amaral Kfour nasceu em 4 de março de 1950 em São Paulo (SP). É graduado em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo e tem carreira consolidada no jornalismo brasileiro, com ampla trajetória na *Editora Abril* (revistas *Placar* e *Playboy*), *Grupo Globo*, *Folha de S.Paulo*, *TV Cultura*, entre outros veículos de destaque. Juca Kfour é conhecido por seu viés investigativo nas pautas esportivas, como no furo em que denunciou a “Máfia da Loteria Esportiva” pela *Placar* em 1982, reportagem que quase lhe rendeu o Prêmio Esso de Jornalismo naquele ano. Juca Kfour acumula sete Prêmios Abril de Jornalismo e chegou a receber o Prêmio Esso na categoria Informação Esportiva em 1991, pela reportagem especial na *Placar* sobre os 50 anos de Pelé. Atualmente, Juca Kfour integra a equipe de jornalismo do *Grupo UOL*.

Marcelo Barreto<sup>4</sup>, jornalistas Juca Kfoury<sup>5</sup> e Marcelo Barreto<sup>6</sup>. A partir da coleta de dados do material bibliográfico e dos depoimentos dos entrevistados, propus uma análise qualitativa/discursiva a fim de cumprir os objetivos “b” e “d”. Vale dizer que a escolha dos entrevistados se baseou em critérios como a relevância midiática desses profissionais e suas respectivas experiências na cobertura dos clubes contemplados no *corpus* desta pesquisa. Além disso, outros aspectos atrelados às posições discursivas desses sujeitos – de “onde” falam – também justificam essa escolha, como será ponderado mais adiante na conceituação do percurso metodológico da Análise de Discurso, que também sustenta esta tese.

Aqui vale uma observação de que o percurso metodológico deste trabalho abrangeria ainda um terceiro entrevistado: o jornalista e escritor cearense Xico Sá. Por incompatibilidade de agendas, infelizmente não foi possível realizar a entrevista com o Xico em tempo hábil para a defesa da tese. Por consequência, dois duelos nordestinos importantes – para os quais ele seria minha fonte oficial por seu lugar de fala – foram retirados do meu *corpus* empírico: o clássico cearense Ceará x Fortaleza (Clássico-Rei) e o clássico pernambucano Santa Cruz x Náutico (Clássico das Emoções). Além das oito rivalidades que compõem este *corpus*, o intuito inicial era analisar também esses dois duelos sob a perspectiva da “disputa de classes” e construção de

---

<sup>4</sup> Marcelo Guilhermino Barreto nasceu em 20 de novembro de 1967 em Bicas (MG), pequena cidade da Zona da Mata mineira. É graduado em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas) e soma 20 anos de experiência no *SporTV*, canal fechado da *Globosat*. Foi correspondente do *SporTV* em Londres durante dois anos, no período que antecedeu a cobertura dos Jogos Olímpicos de 2012. Antes de consolidar sua trajetória no *SporTV*, Barreto passou por outros veículos do *Grupo Globo*, como o jornal *O Globo* – onde começou como estagiário na editoria de Esportes em 1991 – e a *Rádio Globo*, também na cobertura esportiva. Além disso, integrou a equipe de fundação do diário esportivo *Lance!*, em 1997. Atualmente, Marcelo Barreto é editor-chefe e apresentador do programa *Redação SporTV*, além de colunista do jornal *O Globo*, veículo que lhe abriu as portas no início da carreira.

<sup>5</sup> José Carlos Amaral Kfoury nasceu em 4 de março de 1950 em São Paulo (SP). É graduado em Ciências Sociais pela Universidade de São Paulo e tem carreira consolidada no jornalismo brasileiro, com ampla trajetória na *Editora Abril* (revistas *Placar* e *Playboy*), *Grupo Globo*, *Folha de S.Paulo*, *TV Cultura*, entre outros veículos de destaque. Juca Kfoury é conhecido por seu viés investigativo nas pautas esportivas, como no furo em que denunciou a “Máfia da Loteria Esportiva” pela *Placar* em 1982, reportagem que quase lhe rendeu o Prêmio Esso de Jornalismo naquele ano. Juca Kfoury acumula sete Prêmios Abril de Jornalismo e chegou a receber o Prêmio Esso na categoria Informação Esportiva em 1991, pela reportagem especial na *Placar* sobre os 50 anos de Pelé. Atualmente, Juca Kfoury integra a equipe de jornalismo do *Grupo UOL*.

<sup>6</sup> Marcelo Guilhermino Barreto nasceu em 20 de novembro de 1967 em Bicas (MG), pequena cidade da Zona da Mata mineira. É graduado em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas) e soma 20 anos de experiência no *SporTV*, canal fechado da *Globosat*. Foi correspondente do *SporTV* em Londres durante dois anos, no período que antecedeu a cobertura dos Jogos Olímpicos de 2012. Antes de consolidar sua trajetória no *SporTV*, Barreto passou por outros veículos do *Grupo Globo*, como o jornal *O Globo* – onde começou como estagiário na editoria de Esportes em 1991 – e a *Rádio Globo*, também na cobertura esportiva. Além disso, integrou a equipe de fundação do diário esportivo *Lance!*, em 1997. Atualmente, Marcelo Barreto é editor-chefe e apresentador do programa *Redação SporTV*, além de colunista do jornal *O Globo*, veículo que lhe abriu as portas no início da carreira.

estereótipos de time do povo e time da elite, o que justificaria minha opção por Santa Cruz x Náutico em detrimento de Sport x Santa Cruz.

As duas entrevistas que pude concretizar foram realizadas pessoalmente nas respectivas residências dos entrevistados. Entrevistei o jornalista Juca Kfoury no dia 8 de setembro de 2022, em São Paulo, e o jornalista Marcelo Barreto dois meses depois, no dia 8 de novembro de 2022, no Rio de Janeiro. As conversas estão registradas em áudio e têm em média uma hora e meia de duração cada uma. O material também se encontra integralmente transcrito nos apêndices desta tese. As entrevistas tiveram um roteiro pré-estabelecido, pautado na revisão bibliográfica sobre o histórico dos clubes, nos conceitos teóricos que sustentam esta tese – como pertencimento clubístico, hierarquias urbanas e “disputa de classes” – e no histórico de carreira dos entrevistados, considerando-se, sobretudo, as respectivas posições de discurso desses sujeitos. Optei por questões semiabertas, pois estas permitem respostas mais amplas e densas acerca do tema tratado. Não considerei fazer questionários porque respostas fechadas não me permitiriam explorar os aspectos qualitativos dos depoimentos, os quais são fundamentais para uma análise discursiva. Nesse âmbito, a escolha pela técnica da **entrevista em profundidade** foi a opção mais viável para cumprir os objetivos aqui propostos.

Entre os principais atributos dessa técnica descrita pelo pesquisador Jorge Duarte (2008), “está a flexibilidade de permitir ao informante definir os termos da resposta e ao entrevistador ajustar livremente as perguntas. Este tipo de entrevista procura intensidade nas respostas, não quantificação ou representação estatística.” (DUARTE, 2008, p. 62). Eis então a distinção básica entre a entrevista em profundidade e o modelo convencional de entrevista inerente às práticas jornalísticas: enquanto no fazer-notícia cotidiano recorre-se à fonte por seu testemunho objetivo diante de um fato, na entrevista em profundidade as fontes são vistas como colaboradores que vão auxiliar na busca da tratativa do objeto de estudo e, conseqüentemente, na proposição dos resultados. Quanto às diferenças entre entrevistas em profundidade abertas e semiabertas, “as primeiras são realizadas a partir de um tema central, uma entrevista sem itinerário, enquanto as semiabertas partem de um roteiro-base” (DUARTE, 2008. p. 64).

Nesse percurso de descobertas, as perguntas permitem explorar um assunto ou aprofundá-lo, descrever processos e fluxos, compreender o passado, analisar, discutir e fazer prospectivas. Possibilitam ainda identificar problemas, microinterações, padrões e detalhes, obter juízos de valor e interpretações, caracterizar a riqueza de um tema e explicar fenômenos de abrangência limitada. (DUARTE, 2008, pp. 62-63).

No entanto, vale lembrar que a flexibilidade e o grau de aprofundamento das questões semiabertas dependem muito da disposição do entrevistado, da qualidade de suas respostas, da

performance do entrevistador e das circunstâncias da entrevista. Isso explica minha opção por realizar as entrevistas pessoalmente. A escolha do local da conversa, por exemplo, ficou a cargo dos entrevistados, já que assim eles poderiam se sentir mais à vontade e, presumidamente, as respostas tenderiam a ser mais promissoras.

O roteiro exige poucas questões, mas suficientemente amplas para serem discutidas em profundidade sem que haja interferências entre elas ou redundâncias. A entrevista é conduzida, em grande medida, pelo entrevistado, valorizando seu conhecimento, mas ajustada ao roteiro do pesquisador. (DUARTE, 2008, p. 66).

Duarte (2008, p. 74) recomenda ainda que se “observe o ambiente onde se dá a entrevista, a relação que se estabelece entre as pessoas, a forma como o entrevistado se comporta, seus movimentos, ênfases, silêncios, pausas, gestos”, já que o comportamento do entrevistado e o contexto da entrevista também carregam teor informativo. Isso justifica a minha opção por transcrever manualmente os áudios com os depoimentos dos entrevistados – isto é, sem o auxílio de softwares de transcrição – e quase que de forma literal para não perder as nuances discursivas dos diálogos, sendo o mais fiel possível às marcas da oralidade, as quais estão expressas na transcrição das conversas por meio de interjeições e recursos de pontuação, como será visto no decorrer desta tese.

Porém, ainda que a técnica da entrevista em profundidade se faça necessária para viabilizar este estudo, é importante ressaltar que esse mecanismo, por si só, não permite “dar tratamento estatístico às informações, definir a amplitude ou quantidade de um fenômeno. [...] Seu objetivo está relacionado ao fornecimento de elementos para compreensão de uma situação ou estrutura de um problema.” (DUARTE, 2008, p. 63) – problema este que, no caso, está atrelado às maneiras como os estereótipos acerca das rivalidades clubísticas brasileiras são reforçados tanto pela cultura torcedora quanto pela própria mídia esportiva, que, do contrário, poderia contextualizar tais estereótipos em vez de somente reproduzi-los e retroalimentá-los, considerando-se, sobretudo, o papel do jornalismo na sociedade.

A Análise de Discurso (AD) de linha francesa também faz parte do percurso metodológico desta tese, de modo a viabilizar uma avaliação qualitativa dos depoimentos colhidos nas entrevistas em profundidade. Conceitualmente, a AD prega que os sentidos produzidos pelos discursos significam-se conforme o contexto sociocultural onde as palavras são ditas, apontando que esses sentidos não são regulados pelas propriedades da Língua e da gramática normativa em si, mas sim pelas posições ideológicas dos sujeitos que estão em jogo durante o processo comunicativo: “O discurso é, assim, opaco, não-transparente, pleno de

possibilidades de interpretação.” (BENETTI, 2008, p. 108). Seguindo esse raciocínio, a enunciação seria a unidade básica do discurso, pois “alarga a linguagem ao seu contexto, em sentido situacional e cultural: de onde se fala e para quem se fala, o que está para trás e o que está por detrás” (PONTE, 2005, p. 29).

A opção pelos jornalistas entrevistados se deu, sobretudo, a partir dessa perspectiva metodológica, considerando-se as posições discursivas desses sujeitos em relação ao lugar que ocupam na mídia esportiva hegemônica e em relação a determinados aspectos de suas carreiras: Juca Kfoury é um sociólogo e jornalista premiado por seu viés investigativo nas pautas esportivas; e Marcelo Barreto é um jornalista esportivo com ampla presença no *Grupo Globo*, especialmente no *SporTV*, canal fechado da *Globosat*. Creio que, junto do referencial teórico que sustenta esta tese, os depoimentos desses entrevistados – avaliados sob a hibridez dos métodos **entrevistas em profundidade + análise discursiva** – me permitirão atingir o objetivo geral aqui proposto: identificar quais aspectos históricos, culturais e sociais contribuíram para a construção dos estereótipos de time do povo e time da elite que até hoje sustentam as principais rivalidades entre clubes brasileiros, incitando uma pretensa luta de classes.

Para fins didáticos, o **referencial teórico** desta tese foi planejado conforme três grupos de palavras-chave condizentes com o objeto de estudo proposto: 1) futebol e cultura de massa no Brasil; 2) rivalidades clubísticas e hierarquias urbanas; 3) jornalismo esportivo e construção de estereótipos. O quadro teórico de referências que abarcam o futebol enquanto cultura de massa privilegia estudos da Sociologia e Antropologia, apoiando-se principalmente nas contribuições de DaMatta (1982, 2001, 2006), Helal (1990, 1997) e Damo (1998, 2002). De acordo com o antropólogo Roberto DaMatta, “o futebol praticado, vivido, discutido e teorizado no Brasil seria um modo específico, entre tantos outros, pelo qual a sociedade brasileira fala, apresenta-se, revela-se, deixando-se, portanto, descobrir” (1982, p. 21). Pretende-se discutir ainda as noções de pertencimento clubístico e construção de rivalidades mesclando-se vieses antropológicos e sociológicos a partir de obras como *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura* (HUIZINGA, 2000), *A loucura do futebol* (LEVER, 1983)<sup>7</sup> e *Antropologia das Emoções* (REZENDE; COELHO, 2010).

Considerando-se a abrangência geográfica do objeto desta tese, é importante fundamentar a pesquisa em referenciais teóricos que relacionem o futebol às hierarquias

---

<sup>7</sup> Aqui cabe um adendo para ponderar que a escolha da obra da socióloga norte-americana Janet Lever para fundamentar esta tese justifica-se pelo fato de a autora ser uma das mulheres pioneiras na pesquisa sociológica e antropológica sobre o futebol no Brasil no contexto dos anos 1970, o que, em meu ponto de vista, tem relevância o bastante para tornar sua obra relativamente atemporal, ainda que, objetivamente falando, a obra de Lever seja considerada “datada” nos debates acadêmicos.

urbanas. Inclusive, é válido ressaltar a pertinência deste estudo à linha de pesquisa *Cultura das mídias, imaginário e cidade*, desenvolvida neste Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, que debate o espaço urbano como lugar fundamental da comunicação comum e dos imaginários para a sedimentação das culturas contemporâneas. Nesse viés, serão essenciais os estudos dos geógrafos Gilmar Mascarenhas (2008, 2013, 2014) e Hervé Théry (2006). Mascarenhas traça paralelos sobre o processo histórico de desenvolvimento do futebol no Brasil com os efeitos da concentração de poder e de capital que hoje pairam sobre a modalidade. Já as contribuições de Théry (2006) abrangem mais diretamente o futebol como um dos indicadores das diferenças socioeconômicas entre os estados brasileiros. Também contribuirão à pesquisa obras do antropólogo Edison Gastaldo (2005, 2010), no que diz respeito mais especificamente às relações entre futebol, mídia e sociabilidades da cultura torcedora. Além desses autores, compõem o referencial teórico deste trabalho uma série de artigos científicos, dissertações de mestrado e teses de doutorado desenvolvidas principalmente nas Ciências Sociais, as quais tratam de aspectos relacionados à fundação e à consolidação dos clubes presentes neste *corpus*.

Para conceituar a construção midiática dos estereótipos que envolvem as rivalidades clubísticas do futebol brasileiro, contribuirão à pesquisa, sobretudo, os estudos de Hobsbawm e Ranger (1997) e Goffman (1988, 1998). A obra dos historiadores britânicos Eric Hobsbawm e Terence Ranger, intitulada *A invenção das tradições* e lançada originalmente em 1983, reúne ensaios críticos sobre hábitos e comportamentos que foram absorvidos como heranças culturais, mas que na realidade derivam de outros aspectos da vida em sociedade. Em *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*, originalmente lançada em 1963, o sociólogo e antropólogo canadense Erving Goffman, por sua vez, explica essa relação, justificando os fatores que nos fazem estereotipar – ou estigmatizar – certos grupos sociais.

A sociedade estabelece os meios de categorizar as pessoas e o total de atributos considerados como comuns e naturais para os membros de cada uma dessas categorias: os ambientes sociais estabelecem as categorias de pessoas que têm probabilidade de serem neles encontradas. As rotinas de relação social em ambientes estabelecidos nos permitem um relacionamento com “outras pessoas” previstas sem atenção ou reflexão particular. Então, quando um estranho nos é apresentado, os primeiros aspectos nos permitem prever a sua categoria e os seus atributos, a sua “identidade social”. (GOFFMAN, 1988, p. 5).

Quanto ao referencial que contextualiza as teorias jornalísticas e os fundamentos da profissão, serão úteis a esta tese as impressões colhidas nas entrevistas com os jornalistas Juca Kfourri e Marcelo Barreto, tendo em vista a ampla experiência desses profissionais em meio às



especificidades do fazer-notícia enquanto prática social, sobretudo em relação às particularidades da editoria esportiva e aos estigmas que recaem sobre o jornalista de esportes enquanto profissional de menor prestígio dentro das redações (MARQUES, 2003). Para o **percurso metodológico**, foram priorizadas as obras de Duarte (2008), que conceitua a técnica de entrevistas em profundidade, e de Orlandi (2001), introdutora dos conceitos da Análise de Discurso de linha francesa no Brasil, conceitos estes fundamentais para que os depoimentos dos entrevistados pudessem ser interpretados de forma qualitativa, considerando-se aspectos como posicionamentos ideológicos, instituição pela qual falam, o modo como o dizem, o não dito pressuposto em entrelinhas, entre outras nuances discursivas.

Divido esta tese em três capítulos, sendo que, desde o primeiro deles, já trago os resultados do percurso metodológico do trabalho. Procurei evidenciar este percurso a partir da correlação entre os depoimentos dos jornalistas entrevistados e as contribuições teóricas do quadro de referências aqui citado. O primeiro capítulo aborda os conceitos introdutórios que sustentam esta pesquisa, como pertencimento clubístico, hierarquias urbanas e tradições inventadas. No segundo capítulo, são debatidas algumas das representações sociais do futebol no Brasil, evidenciadas, por exemplo, pela construção de estereótipos e pelo discurso da idolatria na cobertura esportiva. No terceiro capítulo, por fim, os conceitos discutidos nos capítulos iniciais são correlacionados também à revisão de literatura em torno das oito rivalidades clubísticas que compõem este *corpus*, bem como aos depoimentos dos entrevistados no que diz respeito mais especificamente aos clubes em debate.

Por fim, a **justificativa** para esta pesquisa está relacionada tanto ao ineditismo da análise – que se expande em âmbito nacional, na pretensão de identificar um eixo estrutural que daria pistas para compreendermos a configuração das rivalidades clubísticas em território brasileiro – quanto às contribuições para o campo da Comunicação, sobretudo no que tange aos estudos jornalísticos e às particularidades da editoria esportiva, na intenção de refletir sobre o papel do jornalismo na sociedade e as representações sociais por ele dimensionadas. A opção por estudar o futebol brasileiro em escala tão abrangente, além de minha motivação pessoal, se justifica ainda pelo viés sociológico desse esporte, entendido pelo antropólogo Roberto DaMatta como objeto social complexo e que nos ajuda a compreender o que faz do Brasil, Brasil – pois esse “Brasil maiúsculo que Roberto DaMatta apresenta não é um conjunto de instituições ou de fatos históricos, e sim o fundamento de nossa identidade” (2001, p. 6). Para DaMatta, portanto, nossa brasilidade seria um “estilo, uma maneira particular de construir e perceber a realidade”. Estilo este que espero de alguma forma se fazer notar também ao longo deste trabalho.

## 1 FUTEBOL E CULTURA DE MASSA NO BRASIL

Neste capítulo serão debatidos os conceitos introdutórios que sustentam esta pesquisa, como pertencimento clubístico, hierarquias urbanas e construção de estereótipos. Pretendo discutir as noções de pertencimento a partir de vieses sociológicos e antropológicos, guiando-me por obras como *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura* (HUIZINGA, 2000), *A loucura do futebol* (LEVER, 1983) e *Antropologia das Emoções* (REZENDE; COELHO, 2010). Para tratar do futebol enquanto cultura de massa serão priorizados o trabalho do antropólogo Roberto DaMatta (1982, 2001, 2006) e do sociólogo Ronaldo Helal (1990, 1997). Obras como as dos geógrafos Gilmar Mascarenhas (2008, 2013, 2014) e Hervé Théry (2006) pautam a discussão sobre as hierarquias urbanas do Brasil e suas correlações com o futebol. No tocante à pretensa luta de classes reforçada pelo jornalismo esportivo por meio da midiaticização das alcunhas de “time do povo” e “time da elite”, servirão de base ao debate os conceitos de tradições inventadas (HOBSBAWM; RANGER, 1997) e construção de estereótipos (GOFFMAN, 1988, 1998). Importante reforçar que os depoimentos dos jornalistas entrevistados no percurso empírico desta tese também embasam a discussão aqui proposta, correlacionando-se às contribuições do quadro teórico de referências deste capítulo.

### 1.1 A construção das rivalidades e o pertencimento clubístico

Nos inícios da civilização, a rivalidade pelo primeiro lugar era sem dúvida um fator formativo e enobrecedor. Juntamente com uma autêntica ingenuidade de espírito e um vivo sentido, deu origem àquela orgulhosa coragem pessoal que é tão fundamental numa cultura jovem. E não se trata apenas disto: as próprias formas culturais desenvolvem-se nessas constantes competições sagradas, é através delas também, que a estrutura da sociedade se expande. A vida aristocrática é concebida como um jogo exaltante de coragem e honra. Infelizmente, mesmo num ambiente primitivo é raro que a guerra, com sua ferocidade e crueldade, permita que este nobre jogo se torne uma realidade. A violência sangrenta só em pequena medida pode caber nas formas elevadas da cultura. Daí resulta que o jogo só pode ser plenamente sentido e apreciado como ficção social e estética. É por isso que o espírito da sociedade está constantemente procurando uma forma de evasão nas belas imagens de uma vida heroica que se realiza na dignidade do combate e se situa no domínio ideal da honra, da virtude e da beleza. (HUIZINGA, 2000, p. 73).

Autor da obra *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura* (2000), originalmente publicada em 1938, o historiador holandês Johan Huizinga defende a rivalidade como um sentimento intrínseco ao jogo. Sentimento este que encorajaria e enobreceria o homem primitivo enquanto um produto das guerras. Construindo seu raciocínio a partir das estruturas sociais dos primórdios da civilização, Huizinga destaca uma virtude “que parece provir

diretamente da vida aristocrática e agonística do guerreiro dos tempos antigos: a fidelidade” (2000, p. 75) que, segundo ele, seria a “entrega de si mesmo a uma pessoa, uma causa ou uma ideia, sem discutir as razões dessa entrega nem duvidar de seu valor permanente” (2000, p. 75). Trazendo essa perspectiva para o universo do futebol, é como se a entrega de um torcedor a determinado time potencializasse a construção das rivalidades clubísticas. Afinal, se um torcedor é permanentemente fiel a um clube, isso significa não nutrir fidelidade alguma perante o outro – o que, vale lembrar, não quer dizer ser indiferente a ele.

No entanto, ainda que no ambiente primitivo resgatado por Huizinga fossem comuns a ferocidade e a crueldade das guerras, o autor pondera que a violência sangrenta praticada nos primórdios das civilizações não caberia nas formas mais elevadas da cultura. Na visão do autor, o jogo “como elemento da cultura”, seria, portanto, entendido mais por seu caráter lúdico do que por seu caráter bélico. Este, por sua vez, ainda que se faça notar dentro de campo, talvez encontre uma de suas expressões máximas justamente na construção das rivalidades entre torcidas adversárias. No Brasil, por exemplo, nos clássicos disputados entre clubes de uma mesma cidade, é nítida a separação entre os alambrados rivais. Até mesmo no entorno dos estádios o policiamento costuma ser reforçado para que os adversários tomem cada qual seu espaço e não se cruzem pelo caminho.

Do mesmo modo – e já adentrando a lógica da antropologia das emoções (REZENDE; COELHO, 2010) – o sentimento de rivalidade que paira nas arquibancadas em dia de clássico encontra seu significado pleno no *schadenfreude*, palavra derivada da psicologia alemã que, traduzindo livremente para o português, significa ficar feliz pela desgraça do outro. Isto é, não basta torcer pela vitória do seu time, é preciso comemorar a derrocada do rival, independentemente do alcance da partida ou da dimensão dos clubes em disputa. Porém, qual a garantia de que realçar os problemas do adversário resolverá as pendências do seu clube do coração, fazendo com que ele suba na tabela? Essa perspectiva pode ser explicada pela natureza sociológica do conflito, discutida pelo sociólogo alemão Georg Simmel (1983). O autor defende que toda relação conflituosa, por si só, é uma forma de sociação, de tal maneira que o conflito estaria destinado “a resolver dualismos divergentes; é um modo de conseguir algum tipo de unidade, ainda que através da aniquilação de uma das partes conflitantes” (p. 22).

O esporte, contudo, seria a “forma recreativa do conflito”, segundo também aponta a socióloga norte-americana Janet Lever. Na obra *A Loucura do futebol* (1983), a autora faz um estudo etnográfico do fenômeno da integração social ocorrida no Brasil por meio desse esporte, debatendo a redução das diferenças regionais por intermédio da paixão comum pela modalidade: “Paradoxalmente, o esporte contribui para a união ao enfatizar o conflito entre as

partes. [...] Torna-se a área para interesses conflitantes, ao mesmo tempo em que cultiva uma perspectiva partilhada como a base para a ordem.” (LEVER, 1983, p. 24). Ainda segundo a autora, costumamos associar o conflito a um problema que precisa ser resolvido. Entretanto, em sua forma recreativa, o conflito traria vantagens evidentes, como a integração social. Lever recorre à mobilização dos brasileiros em épocas de Copa do Mundo para exemplificar seu raciocínio:

A partir da Copa de 70, quando os jogos passaram a ter transmissões ao vivo pela tevê, o Brasil inteiro se mobilizou para acompanhar a sua Seleção. Durante as Copas não se fazia nada neste país. Acordava-se e dormia-se pensando em futebol. Do presidente ao mais miserável dos mendigos discutiam-se escalações, jogadas, esquemas, possibilidades. O Brasil parava. (LEVER, 1983, p. 11).

As correlações identitárias entre o brasileiro nato e o “país do futebol” serão discutidas mais a fundo no segundo tópico deste capítulo. A lógica do pertencimento expressa em Copas do Mundo, todavia, embasa também a construção das rivalidades em esfera regional. Ou seja, nesse âmbito, o viés sociológico e antropológico da prática futebolística abrange também as noções de conflito, rivalidade e pertencimento entre clubes de um mesmo estado, de modo que todas essas noções ultrapassariam o conceito meramente desportivo – ou até mesmo lúdico, como propôs Huizinga. Assim sendo, e agora nas palavras do antropólogo Arlei Damo, “torcer por um clube de futebol é participar ativamente da vida social, construindo identidades que extrapolam o indivíduo, a casa e a família” (DAMO, 2002, p. 12).

Gremistas, colorados e flamenguistas são cidadãos quaisquer, que partilham, entre outras coisas, o gosto pelo futebol justamente porque partilham uma série de dilemas sociais, sendo o futebol capaz de tornar público e de maneira muito peculiar alguns desses conflitos, é que existem as rivalidades clubísticas, algumas delas circunscritas à esfera local, outras regionais e até nacionais. (DAMO, 1998, p. 11-12).

Embora a paixão clubística – e a paixão pelo futebol em si – possa ser explicada pelos “dilemas sociais” que acabam encontrando na construção das rivalidades uma de suas formas de expressão, há um componente psíquico em jogo que, na visão de Huizinga, ajuda a responder as seguintes questões: “Por que motivo o jogador se deixa absorver inteiramente por sua paixão? Por que uma multidão imensa pode ser levada até ao delírio por um jogo de futebol?” (2000, p. 6)<sup>8</sup>. O autor justifica que o poder de fascinação do jogo é tanto que não se explica por uma análise biológica. Nesse viés, o jogo funcionaria como uma “descarga de energia excessiva, de distensão após um esforço, de preparação para as exigências da vida, de compensação de

---

<sup>8</sup> O literato alemão Hans Ulrich Gumbrecht faz uma reflexão semelhante em *Elogio da beleza atlética* (2007).

desejos insatisfeitos etc., sob a forma de exercícios e reações puramente mecânicos” (p. 6). A “tensão”, a “alegria” e o “divertimento do jogo” seriam, então, componentes lúdicos capazes de sustentar a paixão clubística, ao mesmo tempo em que serviriam como refúgio às amarguras da vida, fazendo com que o torcedor por vezes aja como criança, conforme certa vez ponderou o jornalista e escritor Pedro Bial, em depoimento ao documentário *Fla x Flu: 40 Minutos Antes do Nada*, do diretor Renato Terra (2013):

A paixão por uma mulher passa, a paixão por um determinado filme pode passar, por um livro, por uma ideia... as paixões vão e passam. A paixão clubística é eterna. Eu acho que a paixão clubística não morre porque ela é a nossa terra do nunca. É quando a gente é criança pra sempre. Toda vez que a gente vai ver um jogo, veste um uniforme, a gente tá na plenitude dos nossos no máximo dezesseis anos, se não oito, nove. Nós viramos crianças, inclusive fazemos coisas terríveis. (BIAL, 2013, s/p.).

O jornalista Marcelo Barreto atrela esse raciocínio da paixão e do pertencimento clubístico ao crescimento exponencial do futebol no Brasil, defendendo que essa afiliação do torcedor a uma agremiação esportiva se trata, na verdade, de uma relação construída por uma série de critérios aleatórios. Retomando a história de mais de cem anos do futebol no Brasil, Marcelo Barreto, em entrevista concedida a mim no percurso empírico desta tese, explica que antigamente a ligação de um torcedor com uma agremiação esportiva se dava de uma forma muito mais direta: “O que era a afiliação a um clube de futebol no começo? Você era o fundador desse time, ou amigo de um fundador desse clube, ou você morava naquele bairro<sup>9</sup>.” (BARRETO, 2022, s/p.). Hoje, no entanto, essa ligação faz parte de um processo mais amplo, que vai além das noções de pertencimento a uma localidade em si, funcionando como um aspecto que faz parte do processo de definição do indivíduo, um componente formador de sua personalidade: “Por que que a gente constrói essa ligação? Porque faz parte do nosso processo de definição. Como o futebol tá muito entranhado na cultura brasileira, escolher a sua afiliação

---

<sup>9</sup> A questão do pertencimento clubístico associado ao bairro traz à tona uma curiosidade: Buenos Aires é a cidade recordista em “times de bairro” no continente americano. De acordo com uma matéria do site *Verminosos por Futebol*, a capital da Argentina é a que tem a maior concentração de times de futebol das Américas. Em âmbito mundial, perde apenas para Londres. Ainda segundo a matéria: “Em um universo de 29 clubes (entre os que têm sede na cidade e os que jogam fora) pra uma cidade de quase 3 milhões de habitantes, temos uma média de um time para cada 103 mil pessoas. Só para efeito de comparação, São Paulo, com seus pouco mais de 11 milhões de moradores, divide entre si apenas seis clubes profissionais, o que dá uma média de um clube para cada quase 2 milhões de paulistanos.” (VERMINOSOS POR FUTEBOL, 2016). Disponível em: <https://www.verminososporfutebol.com.br/papo-serio/em-buenos-aires-cada-esquina-tem-um-time/>. Acesso em: 21 abr. 2023.

futebolística diz alguma coisa sobre você.” É esse mesmo raciocínio que, ainda segundo Barreto, justificaria o fato de alguém que não nasceu no Rio de Janeiro, por exemplo, ser um flamenguista igualmente apaixonado pelo clube:

Por que que um torcedor do Flamengo no Nordeste do Brasil é menos importante ou tem uma ligação menor com o clube do que um torcedor do Flamengo que nasce no bairro do clube, aqui na Zona Sul do Rio de Janeiro? Essa ligação pode ser igualmente apaixonada. Agora, eu costumo usar um termo que às vezes ofende as pessoas: essa é uma ligação aleatória, uma ligação construída. Por que que alguém que não nasceu no Rio de Janeiro, não viu o Flamengo de perto, não frequentou o bairro... por que que essa pessoa é Flamengo? E aí cê pode estender esse raciocínio a qualquer outro time. Peguei o Flamengo porque é a maior torcida do Brasil e, quando a gente fala de torcida, é sempre o primeiro que vem à mente. [...] Como é que você escolhe? Pode ser por causa da sua família – seu pai e sua mãe –, pode ser pela influência de um amigo, pode ser por algo que cê viu na televisão... mas, enfim, aquilo vai te construindo, vai virando parte da sua personalidade. Mas não se basta sozinho, né? Tem uma música do Flamengo que diz: “Isso aqui não é Vasco. Isso aqui é Flamengo.” O hino do Flamengo diz: “Nos FlaFlus é o Ai Jesus”. O adversário tá sempre presente. Você não só se realiza na afirmação do que você é. Você se realiza também na negação do que você não é. O quê que você não é? Você não é o seu adversário. Você não é aquele outro time. (BARRETO, 2022, s/p.).

Nesse ponto de vista, a contraposição ao rival é, portanto, mais uma das bases da construção das rivalidades clubísticas. Retomando Janet Lever (1983) e seu raciocínio de que o esporte seria a “forma recreativa do conflito”, chega-se à lógica da complementaridade entre os clubes rivais, posto que um deles não existiria plenamente sem o outro. Dando sequência à ponderação de que “o conflito é mais emocionante do que a harmonia” (LEVER, 1983, p. 24), pode-se inferir que o grau de emoção envolvido em uma disputa é sempre diretamente proporcional à dimensão da rivalidade que está em jogo. O resultado vitorioso seria, dessa forma, a materialização da superioridade de um dos rivais frente a seu adversário. Huizinga (2000) explica que, mais do que o jogo enquanto tal, o vencedor ganha estima e honrarias, benefícios estes que se estendem ao grupo ao qual o vencedor pertence. No caso do futebol, esse grupo é majoritariamente formado por torcedores e simpatizantes.

Ainda assim, para Huizinga, a manifestação de superioridade diante do rival tem um peso maior do que essa extensão das honrarias do indivíduo para o grupo: “O que é primordial é o desejo de ser melhor que os outros, de ser o primeiro e ser festejado por esse fato. Só secundariamente tem importância o fato de resultar da vitória um aumento do poder do indivíduo ou do grupo.” (HUIZINGA, 2000, p. 39). Nesse viés, Barreto (2022) mais uma vez chama atenção para os critérios que justificam a afiliação a um clube de futebol – afiliação esta que se configuraria não como algo dado, mas sim construído por uma série de fatores aleatórios. Esses fatores podem ser desde a identificação com a cidade-sede do clube em questão até a

busca pelo protagonismo, por querer “participar da festa”, por querer pertencer ao grupo vitorioso e, assim, se fazer vencedor também. A construção das rivalidades, por sua vez, gira em torno de uma perspectiva diferente, baseada sobretudo na lógica da contraposição e da complementaridade em relação ao rival, pois, mesmo que se negue e se ignore a existência do adversário, um não sobreviveria sem o outro.

Por que qual é a graça de você ser o que ganha de todo mundo? Cê precisa de contraposição. Cê precisa do risco da derrota. O risco da derrota é inerente à emoção do futebol. [...] E mesmo que não seja o título em si, o torcedor quer o protagonismo, tem que participar da festa. A gente agora discutiu mais uma dessas pesquisas do Ibope e eu dizia isso. “Ah, mas o cara no interior de não sei onde torce pelo Flamengo, pelo Corinthians...”. Cara! Ele quer participar daquele produto. O produto que existe, o produto *premium* que tem ali, é o Campeonato Brasileiro. Da Série A! Então, se ele não tem uma ligação imediata com o time da cidade dele, como tem o torcedor do Santa Cruz... – ele é Santa Cruz porque ele nasceu no Recife, ele conhece o Santa Cruz, ele escolheu entre os três grandes ali da capital e a preferência dele foi o Santa Cruz – ...o Santa Cruz sai desse cenário competitivo, mas a paixão ainda resiste por algum tempo. Não sei quanto. É isso que eu tô te dizendo. [...] Se você tem uma afiliação local, então, claro, há o pertencimento. Agora, se você mora num lugar onde o futebol não é relevante regionalmente... [...] Eu venho da Zona da Mata de Minas, que não é muito longe daqui, mas não tem futebol relevante. Eu nasci numa cidade de dez mil habitantes, onde tinha lá o Esporte e o Leopoldina, que é uma coisa absolutamente local. [...] Então, assim, você não tem um time pra torcer no principal produto. E aí a gente lá na Zona da Mata torce pros times daqui do Rio, né? (BARRETO, 2022, s/p.).

Quanto à rivalidade clubística em si, o próprio Marcelo Barreto é autor de um texto que define bem esse sentimento. Trata-se da publicação *Clássico é clássico* (2018), na qual o autor retoma sua infância na Zona da Mata mineira para descrever o momento em que, ainda criança, pôde perceber uma importante dimensão da rivalidade entre clubes: “Eu cresci – e me apaixonei pelo futebol – ouvindo as histórias de um Esporte x Leopoldina. Meu pai foi juvenil neste último [...]. Mas, jogou pelo time de cima no rival.” (BARRETO, 2018, s/p.). Considerando a afirmação de Huizinga (2000) de que a manifestação de superioridade é o aspecto de maior peso na esfera do jogo, depreende-se que o fato de o pai de Barreto ter alcançado uma posição superior no Esporte em comparação ao Leopoldina poderia justificar a opção do filho em torcer pelo Esporte e não pelo outro. O “outro”, no caso, representa o contraponto que alimenta a lógica da complementaridade também aqui debatida. Tanto que, para arrematar seu argumento de que “clássico é clássico”, Barreto recorre justamente ao raciocínio de que um rival, por mais superior que seja, jamais existiria sem o outro: “O futebol não existe sem adversário. Mas o clássico exige que ele seja promovido a outra categoria, a de rival. [...] Por caminhos opostos chegamos ao mesmo lugar: a essência do futebol.”<sup>10</sup> (2018, s/p.).

<sup>10</sup> Para uma análise mais completa sobre o caráter recreativo do conflito nos esportes, ver Helal (1990).

Esse raciocínio pode ser explicado pelo campo da antropologia das emoções, derivado da antropologia norte-americana culturalista e introduzido no Brasil pelas pesquisadoras Claudia Rezende e Maria Cláudia Coelho (2010, 2011). Esse campo toma as emoções como elemento cultural – “foco de ação da cultura” (2011, p. 12). Isso significa dizer que a configuração de emocionalidades se dá também no processo de socialização do indivíduo, moldando certas formas de sentir e suprimindo outras. “Com essa ideia, percebe-se uma concepção mais essencializada das emoções, que pertenceriam à natureza de cada indivíduo, mas seriam moldadas – acentuadas ou afastadas – culturalmente.” (2011, p. 12). Ou seja, por mais que o indivíduo carregue disposições inatas, as emoções podem ganhar contornos distintos conforme o contexto cultural em questão.

Rezende e Coelho (2011) chamam atenção também para a “dimensão micropolítica das emoções”, que se justifica devido ao caráter discursivo que faz das emoções um componente efetivo das interações sociais. Afinal, na perspectiva foucaultiana tomada pelas autoras, os discursos emotivos são uma forma de ação social capaz de estruturar os próprios objetos de que falam, isto é, capaz de gerar efeitos sobre o mundo e trocas emocionais imprevisíveis, baseadas em contextos diversos e nas reações dos atores envolvidos. “Tal abordagem contextualista evidenciaria, portanto, a dimensão micropolítica das emoções, permitindo usá-las como via de acesso para a compreensão de relações de poder e desigualdades sociais.” (REZENDE; COELHO, 2011, pp. 15-16).

Aqui, cabe retomar Lever (1983) para estabelecer o paralelo com o futebol, considerando o modo como a autora conceitua as emoções em torno desse esporte, como o pertencimento clubístico moldado culturalmente pelo grupo do qual o indivíduo faz parte: “Tipicamente, nossos sentimentos mais fortes estão reservados aos grupos primordiais, aqueles em que nascemos, que se concentrem na língua, costume, religião, raça, tribo, etnia ou lugar.” (p. 26). Esses sentimentos “primordiais”, segundo Lever, representariam uma “consciência de espécie” que pode ser facilmente acionada pelo indivíduo, “ao contrário da consciência de classe, que geralmente precisa ser cultivada” (p. 26). Consciência esta que, portanto, está atrelada ao que Rezende e Coelho (2010) categorizaram como “dimensão micropolítica das emoções”. Em uma revisão mais recente das perspectivas teóricas da antropologia das emoções, as pesquisadoras Ceres VÍctora e Maria Cláudia Coelho (2019) recorrem a outras fontes para descrever algumas das emoções que compõem tal dimensão micropolítica:

A título de exemplos, poderíamos citar, entre muitos outros, o desprezo e o nojo, entendidos por Miller (1997) como “emoções de demarcação de status”; a paixão, entendida por Clark (1997) como capaz de construir/ressaltar hierarquias; ou a



gratidão, já apontada por Simmel (1964) como dotada de “um gosto de servidão”, ou seja, como um sentimento que se faria acompanhar de uma percepção de si como inferiorizado. (VÍCTORA; COELHO, 2019, p. 11).

Note-se que todos esses sentimentos – desprezo, nojo, compaixão, gratidão – são intrínsecos à esfera do futebol em diversos âmbitos, sobretudo no que diz respeito aos dois conceitos aqui debatidos: construção das rivalidades e pertencimento clubístico. Enquanto o desprezo e o nojo caracterizam o sentimento do adversário em relação ao rival, a compaixão e a gratidão ocupam a esfera do pertencimento, justificando, por exemplo, a fidelidade do torcedor ao seu time do coração, ainda que precise se compadecer diante do clube nas situações em que este se encontra nas piores posições da tabela – ou mesmo quando é derrotado por seu principal rival. Não à toa, Rezende e Coelho (2011) já haviam se referido à obra de Simmel (1964), *Fidelidade e Gratidão*, para explicar por que esses dois sentimentos são “essenciais para a coesão e a estabilidade da vida social” (REZENDE; COELHO, 2011, p. 9), tendo em vista se tratarem de sentimentos “sociologicamente orientados” e que, por isso, contribuem fortemente para a formação de vínculos interpessoais.

Tais vínculos – retomando o que disseram Rezende e Coelho (2011) ao conceituar a antropologia das emoções – podem ser explicados tanto pela “ordem da natureza humana”, enquanto fato universal, quanto pela “ordem do indivíduo”, enquanto aspecto da singularidade de cada um e enquanto “foco da ação da cultura” (p. 7). Nesse sentido, o jogo visto como elemento da cultura – na concepção de Huizinga (2000) que introduz o debate aqui proposto – se torna um terreno bastante fértil para que “valores físicos, intelectuais, morais ou espirituais” façam da competição um importante elemento civilizatório, permitindo à civilização “desenvolver-se como jogo e no jogo” (HUIZINGA, 2000, p. 37). Ainda segundo Huizinga, a existência do jogo é inegável, dotada de uma “realidade autônoma” que chega inclusive a ultrapassar a esfera da vida humana: “É possível negar, se se quiser, quase todas as abstrações: a justiça, a beleza, a verdade, o bem, Deus. É possível negar-se a seriedade, mas não o jogo.” (pp. 6-7).

Essa realidade autônoma que define o jogo é um dos aspectos nos quais o antropólogo Roberto DaMatta (1982) se baseou para conceituar o “ritual do jogo”, considerando-se sua capacidade de “juntar o mundo da casa com o universo impessoal da rua” e correlacionando-o às possibilidades de viver a realidade brasileira como tal: “A sociedade moderna institui, com o liberalismo positivo, a possibilidade de viver sua dinâmica como um jogo.” (DAMATTA, 1982, p. 17). Jogo este no qual todos os participantes precisam cumprir as regras, sem poder modificá-las. A questão levantada pelo autor, no entanto, evidencia uma problemática, pois,

enquanto no ritual “há donos e pessoas que controlam e fazem as regras”, na vida social – ainda que tomada como um rito – trata-se de um “contexto de ação onde a desigualdade e a diferença perante as leis são a norma vigente” (p. 17).

Nesse âmbito, cabe trazer ao debate o professor e literato José Miguel Wisnik que, em sua obra *Veneno remédio: o futebol e o Brasil* (2008), analisa como esse esporte, com sua linguagem não-verbal, se relaciona com os embates sociais formadores da identidade brasileira. Interessa ressaltar a diferenciação que o autor faz entre “jogo” e “rito”. Wisnik recorre à perspectiva filosófica de Lévi-Strauss para ponderar o contraste entre essas duas esferas, de modo que o jogo – por estar subordinado às regras reciprocamente aceitas entre os membros – partiria “da igualdade para a diferença, do zero a zero para a vitória e a derrota”, visando a “afirmação do mais forte” (WISNIK, 2008, p. 70), já o rito partiria “da desigualdade para a igualdade, do desequilíbrio entre o profano e o sagrado, os mortos e os vivos, o sol e a escuridão, para a suspensão simbólica da inferioridade terrível do humano diante da natureza e da morte.” (p. 70).

É por isso que, segundo Wisnik, o futebol praticado no Brasil traz implicações que o deslocam da esfera puramente lúdica e o fazem alcançar uma realidade autônoma, como propôs DaMatta (1982). Nesse contexto, inclusive, o futebol ganharia também uma autonomia estética, “já que a concorrência se dá em código corporal e não verbal, irradiante de sentidos não determinados, desfrutando de um estatuto correspondente ao da autonomia da obra de arte.” (WISNIK, 2008, p. 76). Esses são alguns aspectos, portanto, que dimensionam o campo simbólico do futebol, permitindo que certos “agentes que não teriam oportunidade no campo da competição econômica (operários ingleses ou brasileiros pobres, por exemplo)” (WISNIK, 2008, pp. 75-76), também façam parte do jogo, construindo rivalidades e exercitando o pertencimento.

## **1.2. Aspectos socioculturais e hierarquias urbanas no Brasil**

Gil, deixa eu te falar uma coisa, que eu sei que é meio chocante e eu tenho absoluta preocupação em não parecer que eu queira inventar a roda, mas o Brasil nunca foi, Gil, o país do futebol. O Brasil foi durante muitos e muitos anos, de uma maneira como nunca nenhum outro país foi, o país do melhor futebol do mundo, por meio século. Nós tivemos a sorte de ter ao mesmo tempo Garrincha, Didi, Nilton Santos; depois Pelé, Tostão, Jairzinho, Gérson, Rivellino; depois Ronaldo, Ronaldinho, Romário... nenhuma outra seleção juntava os três melhores do mundo naquele momento no seu time. Então isso justifica o nosso pentacampeonato. Nós fomos o país daquilo que os ingleses chamaram do beautiful game, tá? Agora, paixão por futebol, reverência por futebol, entendimento do futebol, os ingleses têm mais, sempre

tiveram mais, a Argentina tem mais. Gil, o Campeonato Alemão tem em média 45 mil pessoas por jogo, o Brasileiro tem 15 mil. Qualquer pesquisa que o Ibope faça de tamanho de torcida no Brasil, o primeiro contingente, Gil, 27... 28%, é de gente que diz que não se interessa por futebol. Depois vem Flamengo, depois vem Corinthians, depois vem São Paulo. Na Argentina, essa mesma pesquisa dá Boca Juniors, River Plate e em terceiro lugar gente que não se interessa por futebol. O quê que nós temos? Brasileiro gosta, antes de mais nada, é de festa. [...] Além do mais, o futebol é muito maltratado pelos nossos cartolas. Então não se explora isso como deveria ser explorado, não se exacerba essa paixão com métodos modernos de gestão. E aí a gente foi ficando pra trás. Hoje, Gil, nós somos exportador de pé de obra. (KFOURI, 2019, s/p.).

Em conversa de tom profundo e nostálgico com o compositor Gilberto Gil numa edição de 2019 do programa *Amigos, Sons e Palavras*, do *Canal Brasil*<sup>11</sup>, o jornalista e sociólogo Juca Kfoury aponta alguns argumentos contundentes na tentativa de desconstruir o estereótipo de “país do futebol” fortemente enraizado na cultura brasileira ao longo da da popularização da modalidade no Brasil. O declínio de outro estereótipo associado à cultura brasileira – “pátria de chuteiras”<sup>12</sup> – já havia sido descrito pelos pesquisadores Ronaldo Helal e Antônio Jorge Soares (2003) a partir da correlação entre futebol, imprensa e identidade nacional na Copa do Mundo de 2002. Após uma análise das narrativas midiáticas na cobertura da Seleção no pentacampeonato, Helal e Soares perceberam que a produção noticiosa em torno do selecionado brasileiro já não mais abordava o futebol como “metonímia da nação”, passando a dar lugar a discursos outros que privilegiavam o debate em torno do “futebol-mercado, futebol como um ‘negócio’, marketing, clube-empresa, internacionalização, necessidade de uma gestão empresarial”, entre outros aspectos que levaram os autores à conclusão de que “a pátria vai calçando chuteiras cada vez menores” (HELAL; SOARES, 2003, p. 18).

Fazer essa reflexão quanto ao papel do jornalismo esportivo como um instrumento que fomenta certos aspectos socioculturais brasileiros é importante para que se compreenda a relação entre o trabalho do jornalista de esportes e a construção de estereótipos que, além de às vezes só se sustentarem devido ao fator histórico, ainda colocam em xeque determinados fundamentos da profissão, como o compromisso com a verdade e aquilo ao que os jornalistas norte-americanos Bill Kovach e Tom Rosenstiel chamaram de “disciplina da verificação”

<sup>11</sup> Disponível em: [https://youtu.be/ly\\_oakEB-CA&t=1s](https://youtu.be/ly_oakEB-CA&t=1s). Acesso em: 10 abr. 2023.

<sup>12</sup> Cabe salientar a importante distinção que Helal (2012) faz entre os epítetos “país do futebol” e “pátria de chuteiras” em versão revisada de seu artigo intitulado *Futebol, Comunicação e Nação: a trajetória do campo acadêmico* (2011). Na revisão desse artigo, consta um contraponto sugerido pelo antropólogo José Carlos Rodrigues. Citado por Helal (2012), Rodrigues aponta que o esmaecimento do epíteto da “pátria de chuteiras” não necessariamente corresponde ao esmaecimento do epíteto do “país do futebol” – pelo contrário, esse imaginário ainda segue fortemente arraigado aos atributos identitários do que seria o brasileiro “nato”, junto de outros aspectos como o samba e o carnaval, que ganham destaque, por exemplo, nas obras de DaMatta (1982, 2001).

(KOVACH; ROSENSTIEL, 2004, p. 113). Essas questões serão discutidas mais a fundo no segundo capítulo desta tese. Por ora, interessa debater neste tópico alguns fatores que fizeram do futebol algo intrínseco à cultura brasileira – ainda que, por vezes, apenas em âmbito imaginário –, chamando atenção para a configuração geográfica deste país com dimensões continentais que acabam estabelecendo hierarquias evidenciadas pelos contrastes entre o principal eixo socioeconômico do país – a região Sudeste – e as regiões mais periféricas.

A princípio, tais hierarquias refletidas em marcadores de desigualdade social encontrariam um ponto de quebra justamente no contexto do futebol, esporte que, por suposto, é o mais democrático entre todas as modalidades esportivas. Interessa trazer o jornalista e sociólogo Juca Kfourri novamente ao debate, desta vez em entrevista concedida a mim no percurso empírico deste trabalho, para discutir essa ideia que há bastante tempo prevaleceu no Brasil: de que a prática futebolística desmontaria os mitos da segregação racial e da dificuldade de mobilidade social no país. Segundo Kfourri, “a gente sabe o quanto isso é hipocrisia, o quanto isso é autoengano, que nós adoramos fazer – nós, brasileiros – pra não olhar pras nossas mazelas” (2022, s/p.).

Ainda conforme Kfourri, não se sustenta mais essa ideia de que, no Brasil, dois espaços muito democráticos seriam os estádios de futebol – “por esse fenômeno: ricos e pobres se abraçam na hora do gol do seu time” – e a praia – “porque está todo mundo de calção, as mulheres de maiô e não se faz diferença”. Durante muito tempo esse argumento soava como “a prova provada de que no Brasil não tem racismo, de que o Brasil é um país de interrelações absolutamente normalizadas e tal” (KFOURI, 2022, s/p.), mas, do contrário, Kfourri pondera que “o futebol tem sido um reprodutor de preconceitos. E de uns tempos pra cá, nesse clima de ódio, de antagonismo que o Brasil tá vivendo, isso se exacerbou”, referindo-se ao período governamental de 2018 a 2022.

Essa suposta quebra de hierarquias, já amplamente debatida por pesquisadores como o sociólogo Ronaldo Helal (1997) e o antropólogo Roberto DaMatta (1982), se sustenta na premissa de que qualquer tipo de ascensão por meio do futebol dependeria única e exclusivamente das habilidades individuais do atleta, de modo que esse esporte funcionaria como uma “ponte de cidadania positiva”, tal qual “seus primos mais conspícuos” – o “carnaval, a umbanda e o jogo do bicho” – capaz de transformar “um indivíduo sem eira nem beira, em pessoa momentaneamente vitoriosa” (DAMATTA, 1982, p. 18). Outro aspecto que explicaria essa relação é o fato de, segundo Helal (1997), esse esporte “ser rico em imagens e mensagens representativas da comunidade, podendo ser entendido como um poderoso sistema de comunicação capaz de unir diferenças e proporcionar um espetáculo ritual de grande significado

para aqueles que dele participam” (p. 40). Nesse sentido, os estádios de futebol passam a ser vistos para muito além de seus limites arquitetônicos, dramatizando “‘segredos’, ‘medos’ e ‘desejos’ da sociedade brasileira” (HELAL, 1997, p. 31).

Nas palavras da socióloga Janet Lever, essa seria, no entanto, uma “capacidade paradoxal do esporte de reforçar as divisões sociais, ao mesmo tempo em que as transcende” (LEVER, 1983, p. 27), afinal, conforme o que foi dito anteriormente nas ponderações de Kfourri (2022), em termos práticos o futebol não é capaz de driblar as mazelas sociais brasileiras, pelo contrário: por vezes até as exacerba. Na vertente de Lever (1983), a insistência nessa construção imaginária do Brasil como “país do futebol” opera como forma de validar e unificar uma nação “em desenvolvimento”. Ainda que esse termo tenha caído em desuso, dando vez à alcunha de países “emergentes”, é compreensível o raciocínio da autora no que diz respeito ao uso da cultura popular – música, literatura, arquitetura, cinema etc. – enquanto uma das ferramentas que corroboram certa unidade social:

A cultura popular torna-se especialmente importante nas nações em desenvolvimento, onde uma imagem distintiva pode forjar o senso de unidade de um país. Os produtos de uma cultura que conquistam o reconhecimento internacional representam um largo passo para a realização dessa integração. Na primeira parte deste século, o Brasil era conhecido do mundo exterior principalmente como produtor de café e pedras semipreciosas. Desde então, no entanto, outras contribuições culturais têm sido exportadas e devidamente apreciadas. O ritmo da Bossa Nova, especialmente nas composições de Antônio Carlos Jobim, João Gilberto e Edu Lobo, conquistou uma audiência mundial. Escritores brasileiros, como Graciliano Ramos, José Lins do Rêgo, Érico Veríssimo e Jorge Amado ocuparam os lugares que mereciam na literatura universal. Os projetos de Oscar Niemeyer para os prédios federais de Brasília tornaram-se conhecidos dos estudiosos de arquitetura no mundo inteiro. Com os recentes sucessos de bilheteria de *Dona Flor e Seus Dois Maridos*, *Bye-Bye Brasil* e *Pixote*, o novo cinema brasileiro está expressando a cultura nacional para audiências internacionais cada vez maiores. (LEVER, 1983, p. 78).

Ainda segundo a autora, o discurso do brasileiro legitima essa perspectiva, pois, “ao se perguntar aos brasileiros o que melhor simboliza a sua cultura especial, as respostas tipicamente são algumas combinações de espiritualismo, samba e futebol” (LEVER, 1983, pp. 78-79). Roberto DaMatta (2001) também é categórico ao apontar esses elementos como formadores da identidade sociocultural brasileira, identidade esta que encontra sua validação justamente na “disponibilidade” do brasileiro para ser assim. “Porque, para mim, a palavra cultura exprime precisamente um estilo, um modo e um jeito, repito, de fazer coisas. [...] Mas quem me garante que aquilo que disse é convincente para definir um brasileiro foi a própria sociedade brasileira.” (DAMATTA, 2001, p. 12). Entretanto, esses aspectos os quais o autor define como formadores de um Brasil “múltiplo e rico” acabam deixando em segundo plano as mazelas sociais do país,

obscurecendo-as sob o disfarce do “jeitinho que dribla a lei e da hierarquia velada pela cordialidade. Somos brasileiros na devoção e no sincretismo, no culto à ordem e na malandragem, no trabalho duro e na preguiça.” (p. 6).

Sei, então, que sou brasileiro e não norte-americano, porque gosto de comer feijoada e não hambúrguer; porque sou menos receptivo a coisas de outros países, sobretudo costumes e ideias; porque tenho um agudo sentido de ridículo para roupas, gestos e relações sociais; porque vivo no Rio de Janeiro e não em Nova York; porque falo português e não inglês; porque, ouvindo música popular, sei distinguir imediatamente um frevo de um samba; porque futebol para mim é um jogo que se pratica com os pés e não com as mãos; porque vou à praia para ver e conversar com os amigos, ver as mulheres e tomar sol, jamais para praticar um esporte; porque sei que no carnaval trago à tona minhas fantasias sociais e sexuais; porque sei que não existe jamais um “não” diante de situações formais e que todas admitem um “jeitinho” pela relação pessoal e pela amizade; porque entendo que ficar malandramente “em cima do muro” é algo honesto, necessário e prático no caso do meu sistema; porque acredito em santos católicos e também nos orixás africanos; porque sei que existe destino e, no entanto, tenho fé no estudo, na instrução e no futuro do Brasil, porque sou leal a meus amigos e nada posso negar a minha família; porque, finalmente, sei que tenho relações pessoais que não me deixam caminhar sozinho neste mundo, como fazem os meus amigos americanos, que sempre se veem e existem como indivíduos! (DAMATTA, 2001, pp. 11-12).

Interessa trazer à discussão também o literato José Miguel Wisnik, que em sua obra *Veneno remédio: o futebol e o Brasil* (2008), analisa como o futebol, com sua linguagem não verbal, se relaciona com questões centrais da formação de uma identidade brasileira a partir de embates sociais e da construção de imaginários. Enquanto DaMatta (2001) discorre sobre os elementos formadores da brasilidade avaliando como os diversos brasis se interligam por meio de suas variadas manifestações culturais, Wisnik parte de uma metáfora literária do veneno-remédio para explicar que “o mesmo nó que produziu o favorecimento ao arripio da lei e a impunidade qualificada pelo privilégio produziu o samba, o futebol e a poesia modernista” (WISNIK, 2008, p. 170).

Na visão do autor, o Brasil “remédio universal” e o “Brasil veneno de si mesmo” seriam, assim, equivalentes (p. 171). Essa habilidade que Lever (1983) denominou como “paradoxal” e a qual Wisnik chama de “irônica”, justifica o potencial do futebol para concentrar questões “que envolvem o cerne recorrente das interpretações do Brasil, e que se manifestam, de múltiplos modos e perspectivas, no ensaísmo, na ficção, na música” (2008, p. 175). Nesse sentido, o “ritual” do jogo de futebol transcorreria balizado por dualidades, como um “diálogo” polêmico e plural, corporal, não verbal, onde valem prosa e poesia, leveza e força, argumento e parábola, silogismo e eclipse” (p. 120), a despeito do obscurecimento de debates importantes em torno da capacidade de uma nação para se afirmar mundialmente, fazendo-se representar por aspectos então considerados mais “nobres” e menos “improdutivos”.

Que uma nação se especialize, afinal, em competir no campo da gratuidade improdutiva já é um fato inusual. E que esse campo tenha se tornado largamente capitalizado na sociedade do espetáculo de massa, tendo o futebol como o seu mais rematado e difundido exemplo, faz desse esporte uma via incontornável para se pensar as formas paradoxais de inserção do Brasil no mundo contemporâneo. Ao mesmo tempo, o futebol é a maneira privilegiada pela qual a nação ritualiza um acerto de contas consigo mesma – acerto cíclico, e sob certos aspectos ciclotímico, do qual as Copas do Mundo se tornaram, a cada quatro anos, a cena principal. Nesses confrontos com o mundo e consigo mesmo, o futebol brasileiro, e por extensão o país, se experimenta como um fármaco, um veneno remédio, uma droga inebriante e potencialmente letal que oscila com uma facilidade excessiva entre a plenitude e o vazio. (WISNIK, 2008, pp. 181-182).

Do que Wisnik interpreta como uma autonomia do futebol para coexistir enquanto “avesso do jogo social”, configurando uma “forma singular de arte” (2008, p. 76), derivam debates socioculturais mais complexos, a exemplo da “ideia mistificatória de uma ‘democracia racial’” (p. 182), já amplamente discutida nas Ciências Sociais<sup>13</sup>, mas que vale ser recuperada aqui na ótica literária do autor. Wisnik retoma Machado de Assis, que em sua obra realiza “disfarçadamente, aquilo que a sociedade abafada que ele descreve faria supor impossível (a atualidade antecipatória de uma criação original no campo intelectual)”, para argumentar que o futebol brasileiro, por sua vez, viabilizaria no ritual do jogo “aquilo que a sociedade brasileira sistematicamente não realiza (democracia racial em ato, elevação dos pobres à máxima importância, competência inequívoca no domínio de um código internacional)” (WISNIK, 2008, p. 408).

Todavia, Wisnik (2008) pondera que essas duas posições bem demarcadas pelo futebol – ora como “expressão otimista de uma singularidade cultural que se expressa em noções intraduzíveis como ginga, malandragem, jeito de corpo, molecagem, tidas como marcas originais da formação mestiça”, ora como “uma via de escape que recobre o enfrentamento das realidades” (p. 182) – exigem um profundo exercício crítico para que não sejam reduzidas “sob o pretexto da objetividade da análise” (p. 182). Nesse âmbito, o autor adverte que, em relação ao estereótipo da malandragem brasileira, é preciso ser cauteloso para não fazer do “elogio da espontaneidade do país uma espécie de prisão mental”, e que, em relação ao mito da democracia racial, é preciso recorrer ao “uso crítico de categorias histórico-sociais, de modo a não permitir que os conflitos e tensões sejam mascarados pelo entusiasmo nacionalista” (p. 182). Wisnik traz ainda Gilberto Freyre ao debate para concluir que o ponto de equilíbrio entre essas duas

---

<sup>13</sup> Ver HELAL; GORDON JR. (2001) e SOARES (1998).

posições se sustenta entre não cair na apologia da “versatilidade” do futebol, sem se perguntar como isso se historiciza, e não “entrar no mérito arriscado de saber em que é que ele consiste” (WISNIK, 2008, pp. 182-183).

Para Gilberto Freyre, o futebol brasileiro extraía as qualidades de luta dançante da capoeira para fins decididamente lúdicos e estéticos, através dos “bailarinos da bola”. Ele oferecia um efeito de comprovação prática da interpretação cultural em andamento na sua obra. O alcance mais engenhoso e inovador dessa formulação é que ela extraía a sua potência afirmativa dos próprios estigmas da escravidão, como uma operação simbólica que extraísse do veneno o próprio remédio. A obra de Gilberto Freyre é, ao mesmo tempo, e assim, parte crucial do processo pelo qual se introduziu no país tardo-escravista a imagem do Brasil moderno e mulato, partilhado por intelectuais e povo, e da qual participam de maneira nova o futebol e a música popular. (WISNIK, 2008, p. 196).

Esse Brasil “partilhado por intelectuais e povo” encontra no futebol um “ponto de descarga” que opera como “código simbólico reconhecível, capaz de expressar e atravessar as diferenças culturais, a postulação e a superação da concorrência na forma de um jogo-rito, a quadratura do circo, mesmo no limite da sua inviabilização” (WISNIK, 2008, p. 429). O antropólogo Roberto DaMatta (2001, p. 52), assim diria: “Coisa do outro mundo? Algo extraordinário? Claro que sim. Numa sociedade que jamais vive a si mesma como um jogo ou concurso em que as pessoas podem mudar de lugar pelo próprio desempenho, tudo isso é fora do comum.” DaMatta propõe ainda um amplo registro sobre o Carnaval enquanto mais um fenômeno de supostas quebras hierárquicas, funcionando como uma “possibilidade utópica de mudar de lugar, de trocar de posição na estrutura social. De realmente inverter o mundo em direção à alegria, à abundância, à liberdade e, sobretudo, à igualdade de todos perante a sociedade.” (2001, p. 53). E conclui: “Pena que tudo isso só sirva para revelar o seu justo e exato oposto.” Em um paralelo com Lever (1983):

O Carnaval é a única ocasião em que os pobres descem dos morros e vêm dos subúrbios para ocuparem o palco principal da vida cultural da cidade. Para os cantores e passistas de talento excepcional que merecem lugares de destaque no desfile, o carnaval representa uma oportunidade de conquistar uma reputação e escapar da pobreza, ou pelo menos a possibilidade de ocupar uma posição especial em suas comunidades. As celebridades firmadas, inclusive jogadores de futebol, juntam-se às suas escolas de samba prediletas, emprestando o peso de sua fama para ajudá-las a vencer. Todos os brasileiros, inclusive as crianças, dançam e sambam. Os milhares de blocos promovem as suas festas nas ruas, enquanto os clubes de elite realizam festas particulares. (LEVER, 1983, p. 82).

Embora a autora pondere que, mesmo em meio ao carnaval de rua, existam festas particulares ocorrendo simultaneamente nos “clubes de elite”, o foco do debate é a instrumentalização de um fenômeno popular enquanto ferramenta de mobilidade social. Lever



cita os próprios jogadores de futebol como agentes desse cenário – pelo menos à época em que sua obra foi registrada. Hoje em dia, considerando-se as lógicas elitistas do chamado “futebol moderno” (MASCARENHAS, 2013), é bastante provável que haja mais jogadores vistos em festas particulares do que nos blocos de rua à época de carnaval. Seja qual for o instrumento viabilizador dessa suposta ascensão – futebol, carnaval ou coisa que os valha – o cerne da discussão está na possibilidade de se validar ou não essa premissa. Esse ponto, inclusive, será trabalhado de forma mais aprofundada no próximo capítulo desta tese. No momento, convém retomar o debate proposto pelos jornalistas Marcelo Barreto (2022) e Juca Kfourri (2022) ao correlacionarem alguns aspectos que desvelam o mito da quebra de hierarquias no esporte e o modo como essa temática dialoga com as desigualdades entre clubes no Brasil – agora sob a ótica dos geógrafos Gilmar Mascarenhas (2008, 2013, 2014) e Hervé Théry (2006).

Essa visão do futebol rompendo barreiras da sociedade resiste até um olhar um pouquinho mais aprofundado. [...] “Ah, tá todo mundo junto torcendo pelo mesmo time.” Depende, tem um que tá na geral, tem outro que tá na arquibancada jogando copo de mijo lá embaixo e tem outro que tá no camarote. Então não estão todos no mesmo lugar. Muitos estão fora do estádio, porque o ingresso é caro, não conseguiram entrar. Então se cê vai analisando mais friamente tudo o que tá acontecendo ali, cê vai ver que... “Ah, mas no futebol tem o confronto entre os clubes...”, mas cê vai ver que o poder econômico vai prevalecer. Por isso que o Palmeiras e o Flamengo ganham tudo hoje, porque eles têm mais dinheiro do que os outros e têm jogadores melhores. (BARRETO, s/p. 2022).

O trabalho de Hervé Théry, geógrafo francês radicado no Brasil, já apontava para essa perspectiva em 2006. Em suas pesquisas, baseadas em dados quantitativos disponíveis no site da Confederação Brasileira de Futebol (CBF), Théry demonstrou que existe uma estreita correlação entre as performances esportivas dos clubes e o grau de centralidade das cidades nas quais se situam: “O sucesso geralmente converge para as grandes equipes, as das grandes cidades, nas quais se localizam os clubes mais conceituados e ricos, aqueles capazes de atrair os melhores jogadores.” (THÉRY, 2006, p. 8). Ainda segundo o autor, “estas redes urbanas densas, às vezes causa e consequência do desenvolvimento mais equilibrado do Sul-Sudeste, se manifestam também nos estádios, cada cidade torcendo pelo sucesso de seu ou seus clubes” (pp. 9-10).

Outro aspecto que aponta para a excelência dos resultados futebolísticos das agremiações das grandes cidades é, conforme Théry (2006), justamente a rivalidade entre os clubes em confronto – temática central no objeto de estudo desta tese. Porém, o autor salienta que, nessa vertente, o sentimento de pertencimento e devoção dos torcedores passa a se referir somente ao clube, não à cidade em si. “Diversos símbolos afirmam tal lealdade: os clubes têm

uma bandeira, um brasão, uma camisa vestida prazerosamente para assistir aos jogos, jogar uma partida com os amigos, ir à praia.” (p. 13). O autor chama atenção também para o comércio desses itens – sobretudo as camisas – nos arredores dos estádios, o que reforça as relações de consumo que permeiam esse lugar. “Os torcedores a vestem igualmente para explicitar a qual tribo pertencem, [...] não sendo por acaso que no Brasil se afirma solidariedade com seu grupo, qualquer que seja, afirmando literalmente ‘vestir a camisa’.” (p. 13).

Também é fundamental atentar ao raciocínio desenvolvido pelo geógrafo Gilmar Mascarenhas no artigo *Futebol, globalização e identidades locais no Brasil* (2008), onde o autor sinaliza, por exemplo, a contradição existente entre as forças mercadológicas da globalização – que tendem a transformar o torcedor em mero consumidor do espetáculo futebolístico – e a manutenção de tradições cidadinas, considerando-se, inclusive, a força das rivalidades locais do futebol brasileiro. Isso porque, na ótica do autor, quando dois clubes de uma mesma cidade participam de competições nacionais ou internacionais, o fato de pertencerem ao mesmo local de origem não os faz torcer um pelo sucesso do outro. Ao contrário: “O que realmente interessa ao torcedor é saber qual das equipes está melhor posicionada. E ele não apenas aplaude as vitórias do seu clube, mas também as derrotas do seu rival local.” (MASCARENHAS, 2008, p. 12).

Tomando os estádios de futebol menos pela lógica de um suposto lugar essencialmente democrático, debatida no início deste tópico com base em DaMatta (2001) e Helal (1997), e mais “enquanto um lugar na cidade, um tempo-espço do urbano” (MASCARENHAS, 2013, p. 146), é muito pertinente correlacionar as transformações pelas quais esse espaço vêm passando nos últimos anos à corroboração do mito da quebra de hierarquias. Esse novo estádio, nas visões de Mascarenhas (2013), surge como um território de disputa pelo sentido e direito à cidade, considerando-se o processo de “arenização” preconizado pela Federação Internacional de Futebol (FIFA), que interferiu abruptamente nos moldes de uso desse lugar enquanto um espaço de sociabilidade. Trata-se, portanto, de “um novo conceito de estádio que se impôs como paradigma mundial de conforto, segurança, previsibilidade, controle e, acima de tudo – embora veladamente –, rentabilidade e elitização” (MASCARENHAS, 2013, p. 143). Essa nova arquitetura dos estádios seria, ainda de acordo com Mascarenhas, um mecanismo de controle dos corpos, “condicionando a circulação dos frequentadores e reduzindo seu comportamento à passividade, distanciando-os do tradicional protagonismo festivo das massas ruidosas e, por vezes, imprevisíveis” (p. 145).

A elitização dos estádios – ou reelitização, dependendo da escala temporal adotada – não significa apenas uma operação funcional de troca de usuários, elegendo os “melhores” e mais comportados consumidores, conforme apontou Nick Hornby (2000). As implicações dessa mudança para a reprodução social da cidade, e mais efetivamente para o universo cultural das práticas populares, são profundas, pois o estádio se constituiu historicamente como campo de pertencimento, de identidades e de uso popular. Enquanto espaço da festa e da expressão coletiva, compunha a cidade vivida, de forma que sua transformação afeta um capítulo do “direito à cidade” para os menos favorecidos economicamente. Processo esse que se agrava, sobretudo nos novos ditames, cada vez mais perversos, de desigual distribuição de renda no interior da metrópole. Portanto, os novos estádios constituem-se microterritórios que contribuem, a seu modo, para ampliar e aprofundar os mecanismos de exclusão vigentes. (MASCARENHAS, 2013, pp. 145-146).

Essa nova configuração dos estádios é, portanto, algo que vai na contramão da cultura popular do futebol, de modo a privilegiar “o espectador pós-moderno, com mais dinheiro e menos identificação e paixão pelo clube, mero consumidor do espetáculo” (MASCARENHAS, 2013, p. 156). Essa vertente dos novos estádios como “paradigmas de modernidade” dialoga com o objeto de estudo desta tese ao se considerar, por exemplo, que a pretensa disputa de classes entre o time do povo e o time da elite ficaria ainda mais diluída nesse cenário que, agora legitimado pelo projeto FIFA, é elitista em quase toda a sua totalidade. De acordo com Mascarenhas (2013), tal perspectiva excluiria, assim, duas categorias *a priori* intrínsecas ao universo futebolístico enquanto fenômeno de massa: o pobre e o torcedor apaixonado, tendo em vista que o “‘pertencimento clubístico’ está enraizado na cultura popular urbana” (p. 160).

O atual “modelo FIFA” concebe o moderno estádio como equipamento destinado a um público específico, “figurante”, seletivo, solvável, disposto a pagar caro por tecnologia, conforto e segurança. Um público “familiar” e “ordeiro”, que vai ao estádio consumir o espetáculo e não buscar tradicionais formas de protagonismo que não interessam ao novo modelo hegemônico. Ainda no plano da retórica modernizadora, pretende-se um estádio “civilizado”, em contraposição ao caos e à “barbárie” supostamente reinantes no modelo anterior, considerado vulnerável a movimentos de massa incontroláveis e sujeito à atuação de grupos sociais “perigosos”. (MASCARENHAS, 2013, p. 159).

Em outra obra significativa para a compreensão das hierarquias sociais estabelecidas pela lógica simbólica do futebol, Mascarenhas (2014) discute a “difusão hierárquica” dos clubes brasileiros sob o prisma da metropolização. No livro *Entradas e Bandeiras: a conquista do Brasil pelo futebol* (2014), o autor contempla um vasto objeto geográfico para debater essa analogia da dinâmica espacial da modalidade, na qual os clubes hegemônicos estão concentrados nos centros de maior poderio socioeconômico enquanto as agremiações menos rentáveis estão fadadas ao processo de periferização. Na visão do autor, o fenômeno se agrava

ao se pensar que os grandes estádios, localizados nas grandes capitais, vêm sofrendo as consequências decorrentes do processo de elitização anteriormente descrito.

O modelo federativo brasileiro, aliado à hegemonia econômica da região Sudeste, estabelece assim uma relação de dominância refletida pelo futebol. Segundo Mascarenhas (2014), esse processo de metropolização da modalidade se beneficiou também do mais recente formato de disputa do certame nacional que, desde 2003, é disputado no regime de pontos corridos, formato que “beneficia os clubes mais fortes, mais ricos, com elencos mais estruturados. O outro formato, em sistema eliminatório a cada confronto, permite surpresas, isto é, a eventual derrota do clube ‘rico’ para o pequeno clube.” (p. 195). Nessa configuração, o domínio dos clubes hegemônicos tende a prevalecer no cenário nacional, inclusive angariando cada vez mais torcedores alinhados com as características que se espera compatíveis com esse perfil de “mero consumidor do espetáculo” que hoje frequenta as grandes arenas do futebol moderno.

Tomando a Região Nordeste como exemplo da força das metrópoles nacionais, seus quatro clubes de maior popularidade (Bahia, Vitória, Sport e Santa Cruz), somados, detêm apenas 15% da preferência dos torcedores nordestinos, enquanto um número quase três vezes maior manifesta ser torcedor de um dos quatro clubes do eixo Rio-São Paulo: Flamengo, Corinthians, São Paulo e Vasco da Gama. Nas regiões Norte e Centro-Oeste, a hegemonia dos clubes metropolitanos é ainda maior, em função da debilidade dos clubes locais. A Região Sul apresenta-se como a menos atingida pelo eixo Rio-São Paulo. Ainda assim, o Corinthians surge como a terceira maior torcida sulista, perdendo apenas para a famosa dupla GreNal. (MASCARENHAS, 2014, p. 197).

Conforme Mascarenhas (2014), o modelo neoliberal retroalimenta essa configuração e torna pouco provável mudanças significativas no ranking das torcidas, “pois é justamente a dimensão de cada uma que define o aporte de recursos provenientes da publicidade e do pagamento de direitos de transmissão televisiva” (p. 206). No entanto, o autor pondera que essa lógica encontra algumas resistências: “No Centro-Oeste e em vários estados do Nordeste, é notável o movimento recente de contestação da filiação clubística exógena, ou seja, a adesão aos clubes do centro-sul, em especial do eixo Rio-São Paulo.” (p. 206). Esse raciocínio se estende para o âmbito midiático à medida em que clubes como o Flamengo – que tem cobertura cativa da mídia hegemônica – passam a ser criticados por deterem essa supremacia. Contudo, novas pesquisas seriam necessárias para um dar um panorama mais atual sobre o grau de expressividade de tais movimentos de resistência.

Nas redes sociais, cresce a denominação irônica de “Flamídia”, que salienta a forte ligação desse clube com a grande mídia, em especial com a Rede Globo de Televisão,

cujo criador e proprietário, Roberto Marinho, até falecer, aos 98 anos, jamais escondeu sua paixão pelo clube carioca. No bojo dessa reação, nos estádios nordestinos espalham-se cartazes que anunciam: “Eu escolhi meu clube, a mídia escolheu o seu”. Na cidade de Campina Grande (PB), sobretudo em 2013, quando o Campinense sagrou-se campeão da Copa do Nordeste, na euforia local se difundiu o slogan “Campina Grande tem time para torcer”. Na cidade de Goiânia (GO), notamos nas arquibancadas o cartaz que afirma: “Sou goiano, meu time também”. Em suma, podemos discorrer sobre velhos regionalismos que emergem na atualidade, mas é saudável esse movimento de negação do poderio midiático das duas principais metrópoles nacionais. (MASCARENHAS, 2014, pp. 206-207).

Ainda quanto às reflexões sobre a marginalização das demais regiões brasileiras em relação à região Sudeste, nota-se que a quase inexistência de convocações de jogadores de times ditos de fora do eixo para a Seleção Brasileira é também um nítido reflexo do distanciamento socioeconômico das regiões Norte, Nordeste, Centro-Oeste e Sul (esta em menor escala) em relação ao Sudeste brasileiro, considerando-se especialmente as megalópoles Rio de Janeiro e São Paulo. Curioso é que, no levantamento geográfico realizado por Mascarenhas (2013) a partir de dados da CBF, a região Nordeste é a que concentra o maior número de estádios entre os mais de seiscentos existentes no Brasil – embora valha destacar que cerca de 70% desse total não têm capacidade para receber um público maior do que 10 mil torcedores. Além disso, “a grande maioria apresenta precárias instalações físicas: mais de um terço não possui recursos de iluminação” e “uma ínfima parcela desse conjunto concentra mais de 80% ou 90% da renda auferida por todo o universo do sistema futebolístico nacional” (MASCARENHAS, 2013, p. 147).

Esse raciocínio conduz a um questionamento pertinente: como se explica então o fato de que, mesmo com bem menos torcida, bem menos infraestrutura e bem menos recursos financeiros – o que conseqüentemente leva a bem menos conquistas – alguns clubes nordestinos ainda conseguem despontar entre os líderes de média de público nos campeonatos?<sup>14</sup> O jornalista Marcelo Barreto, em entrevista concedida a mim no percurso empírico desta tese, é contundente na resposta: “Eu não explico. Tem coisas aí que a gente não consegue alcançar. Só fico pensando quanto tempo pode durar. Porque os clubes que desaparecem do cenário não vão renovar a sua torcida.” (BARRETO 2022, s/p.). O jornalista Juca Kfourri (2022, s/p.), referindo-se ao Santa Cruz Futebol Clube, de Recife, também é categórico: “Paixão é paixão. Santinha é

---

<sup>14</sup> “O levantamento da Pluri Consultoria sobre a média de público dos clubes do país nos últimos dez anos aponta um quadro relevante em relação aos nordestinos. Entre os 50 maiores índices, 17 estão na região, o que corresponde a 34%. Para se ter uma ideia, nas séries A e B do Campeonato Brasileiro de 2018, as únicas com 38 rodadas, são apenas 8 times da região, ou 20% dos 40 competidores. E o melhor rankeado da região, o Santa, é um exemplo disso.” (ZIRPOLI, 2018b).

um fenômeno, absolutamente!”, muito embora esse componente não seja suficiente para sustentar expectativas mais amplas em relação ao futuro da agremiação.

Vá ver um jogo do Santa Cruz no Mundão do Arruda. Você fica entre a vontade de abraçar um por um ou de cair no mais profundo dos prantos. Porque é uma paixão... É uma paixão de gente humilde! De gente pobre! De gente que paga lá o seu suado ingresso... de fazer lá um queijo coalho – que é uma delícia – mas não tem perspectiva. Não vai desaparecer porque tem muita gente. Inclusive já foi o clube mais popular de Pernambuco. Hoje é o Sport, né? E você tem o Náutico... O Náutico fez uma bobagem enorme, que foi, durante algum tempo, abandonar os Aflitos e ir jogar na Arena Pernambuco. Foi quando o Náutico caiu... porque nos Aflitos eles punham o número de torcedores meio limite deles: doze mil, treze mil e lotavam sempre os Aflitos. Doze mil, treze mil na Arena Pernambuco, desaparecem. E usavam de expedientes, digamos, pouco esportivos: o gramado era muito ruim e tal, tal, tal... e assim o Náutico sobrevivia. A partir do momento que saíram dos Aflitos... agora reformaram e voltaram, mas estão com dificuldade de se recuperar. (KFOURI, 2022, s/p.).

Nesse âmbito da expectativa de sobrevivência dos clubes menores, convém trazer à discussão algumas ponderações que correlacionam os contrastes sociais aqui já debatidos, o discurso da meritocracia em torno das agremiações e o modelo de gestão habitual dos dirigentes brasileiros, geralmente pautado sob um viés passional e clubístico. Juca Kfourri aponta a distribuição de riqueza no futebol brasileiro como o fator preponderante para que os grandes continuem grandes: “A Liga não sai porque os mais ricos não querem abrir mão de 5% do que ganham. E não vai ser assim que cê vai solucionar o futebol brasileiro.” (KFOURI, 2022, s/p.). Marcelo Barreto concorda com o argumento do colega: “A gente ouve algumas frases meio batidas: ‘O futebol é um negócio milionário’, ‘O futebol é a paixão do povo’... mas eu acho que falta habilidade pra lidar com essa força, sabe?” (BARRETO, 2022, s/p.). No entendimento de Kfourri, “os grandes têm que abrir mão de parte do que ganham porque ganharão mais a partir do momento em que essa coisa for estruturada de maneira mais competente, do ponto de vista do capitalismo” (2022, s/p.).

Não é possível que o Flamengo, que o Corinthians, que esses que têm a multidão de torcedores que têm... e que acabam vampirizando os menores –porque precisa dos menores pra ter campeonato... não é o menor que vampiriza o grande, é o grande que vampiriza o menor... – qualquer dirigente com o mínimo de competência, que tenha trinta milhões de clientes fiéis, faz disso um império. E o que distingue o futebol brasileiro do futebol europeu, por exemplo, é o seguinte: Real Madrid e Barcelona dividem o bolo na Espanha porque o La Coruña, o Sevilla, não têm uma massa torcedora como tem o Grêmio, como tem o Inter, como tem o Atlético... em centros menores! Mas se cê tem três milhões de clientes, você faz frente a quem tem trinta, se você for capaz de gerir bem. Mas tem que ter uma base igual pra todos. E não temos. Cê tem que partir de uma base que é igual pros vinte que jogam o Campeonato Brasileiro. É a coisa da meritocracia brasileira... eu parto na sua frente, cem metros. Que meritocracia é essa? (KFOURI, 2022, s/p.).

Marcelo Barreto atrela essas dificuldades de gestão no futebol brasileiro ao fato de os aspectos administrativos serem tratados sob um viés passional. Pouco otimista, Barreto acredita que são poucas as perspectivas de mudança nesse cenário, tendo em vista que o futebol já alcançou tamanha capacidade de se gerir de tal forma no Brasil. “A gente tratou tudo sob a ótica do torcedor! Cê não pode tratar uma tabela de campeonato pela ótica do torcedor. Alguém tem que descolar daquilo e fazer aquilo desapaixonadamente.” (BARRETO, 2022, s/p.). Para ilustrar esse raciocínio, Barreto critica o modelo vigente de arbitragem: “Cê não pode cuidar de arbitragem sob a ótica do torcedor, senão cê vai ter essa instituição brasileira que é: ‘Esse árbitro não pode apitar mais jogo do meu time. Dos outros, pode. Ele é um árbitro ruim, mas se ele apitar jogo dos outros, problema dos outros. Do meu é que ele não pode.’” (BARRETO, 2022, s/p.). Retomando o imbróglio do projeto de Liga, o jornalista mais uma vez chama atenção para o viés clubístico com que os aspectos administrativos foram tratados naquela ocasião:

A gente teve no Brasil um torneio chamado Copa União que terminou num processo judicial de mais de trinta anos, né? Terminou na pior desunião possível – uma desunião que chegou ao STF. Foi um projeto de Liga que terminou em 88... na verdade de 87 pra 88 já tinha desandado, em 88 ainda manteve ali o nome, mas depois o Clube dos 13 virou um negociador de direitos de TV. O Juca [Kfourir] é que gosta de dizer isso, que o Brasil tinha a chance de ter uma Liga cinco anos mais velha do que a Premier League, a famosa Premier League inglesa. Cinco anos antes tinha uma Liga aqui no Brasil, só que ela terminou no confronto entre clubes porque a gente não soube fazer direito no Brasil a separação entre a paixão pelo clube – por aquela organização esportiva – e o tratamento desapaixonado que cê precisa dar a uma Liga, à união desses clubes, à organização do campeonato. (BARRETO, 2022, s/p.).

Todos os aspectos correlacionados neste debate – contrastes socioeconômicos entre as regiões brasileiras, arenização dos estádios de futebol e modelos clubísticos de gestão – contribuem para desvelar o mito da quebra de hierarquias no espetáculo esportivo. Quando Mascarenhas (2013, 2014) descreve as lógicas de exclusão preponderantes no chamado “futebol moderno” percebe-se como esse mecanismo se retroalimenta pela atuação de dirigentes, da mídia e até dos próprios atletas. Juca Kfourir (2022, s/p.) cita um chavão das arquibancadas na tentativa de apontar um caminho: “Adoro a frase ‘ódio eterno ao futebol moderno’, mas eu acho que é só uma frase romântica. Porque não adianta você querer brigar contra a realidade apenas com uma frase de efeito.” E conclui: “Você tem que entender: estamos diante de uma estrutura absolutamente enraizada no capitalismo. De que maneira nós podemos pelo menos torná-la menos selvagem?”

Então hoje quando me perguntam: você é um cara de esquerda ou de direita? Pra não chocar ninguém eu digo: eu sou um humanista, que aposta na inclusão e que não acha a exclusão natural. A exclusão não é natural. A exclusão é o resultado de uma política

maléfica, de um capitalismo selvagem. E isso eu combato. “Ah, mas então você é comunista!” Comunista é o ideal cristão: “De cada um, de acordo com suas habilidades; a cada um, de acordo com suas necessidades.” Isso é Marx ou é Jesus Cristo?! As pessoas não sabem nem responder. E assim a conversa toma um rumo civilizado. Mas é isso. E no futebol é assim também. (KFOURI, 2022, s/p.).

### 1.3. Tradições inventadas e “disputa de classes” no futebol

Meu padrinho tinha uma cadeira cativa no Morumbi – o Morumbi ainda em construção, mas ele já tinha uma cadeira cativa – então era a elite da elite da torcida do São Paulo. E os corintianos iam pra geral do Morumbi. O que mais me amargava era o fato de o Corinthians ter perdido e os torcedores que estavam saindo do estádio serem tratados desta maneira. Se você me perguntar sobre hoje, hoje eu te diria que o São Paulo tem uma torcida tão popular como a do Corinthians. O São Paulo, que era o time da elite, o time dos grã-finos, o pó de arroz – o equivalente ao Fluminense no Rio, chamado de pó de arroz – isso não existe mais. É tão popular como o Corinthians. É apenas menor, porque o Corinthians é maior. E ponto. A torcida do Corinthians é maior. Esse estereótipo... eu tô de pleno acordo com você, tá? Começo por aí. Eu acho que são estereótipos, mas que são estereótipos que têm alguma razão de ser. (KFOURI, 2022, s/p.).

O depoimento do jornalista e sociólogo Juca Kfourri, em entrevista concedida a mim no percurso empírico desta tese, chama atenção para os possíveis aspectos que possam ter forjado o imaginário de popularidade que até hoje é associado ao Sport Club Corinthians Paulista, tanto pela imprensa esportiva, quanto pelos dirigentes do clube e pela cultura torcedora em si. Kfourri, em seu livro de memórias *Confesso que perdi* (2017), se remete a essa lembrança de infância para explicar por que é um dos raros corintianos que tem o São Paulo como maior rival, em vez do Palmeiras. Foi ainda criança, frequentando o estádio Cícero Pompeu de Toledo (Estádio do Morumbi) na companhia de seu padrinho, que Juca diz ter sido apresentado à luta de classes, um componente que se evidencia no duelo Majestoso – nome dado pelo jornalista Thomaz Mazzoni ao confronto Corinthians x São Paulo. Àquela época, quando o Corinthians perdia, os tricolores gritavam para os corintianos na saída do Morumbi: “Vão pegar o ônibus, seus pobres!” (KFOURI, 2017). Esse embate classista, embora não se sustente nos dias de hoje, teria sua “razão de ser” baseada no que os historiadores Eric Hobsbawm e Terence Ranger (1997) chamaram de tradições inventadas.

Para os autores, uma tradição inventada deriva de situações surgidas hipoteticamente no passado e cujas inserções se justificam de alguma maneira no momento presente, estabelecendo assim uma continuidade com determinado passado histórico. “Contudo, na medida em que há referência a um passado histórico, as ‘tradições inventadas’ caracterizam-se por estabelecer com ele uma continuidade bastante artificial” (HOBSBAWM; RANGER, 1997, p. 10), tendo



em vista que certos valores e comportamentos foram institucionalizados mais no intuito de “identificação com uma comunidade” (p. 17) e/ou com as instituições que a representam do que na intenção de dar tratamento histórico aos fatos. Tanto é que os autores diferenciam “tradição” e “costume” para definir o conceito de invenção de tradições como “um processo de formalização e ritualização, caracterizado por referir-se ao passado, mesmo que apenas pela imposição da repetição” (HOBSBAWM; RANGER, 1997, p. 12).

A “tradição” neste sentido deve ser nitidamente diferenciada do “costume”, vigentes nas sociedades ditas “tradicionalistas”. O objetivo e a característica das “tradições”, inclusive das inventadas, é a invariabilidade. O passado real ou forjado a que elas se referem impõe práticas fixas (normalmente formalizadas), tais como a repetição. O “costume”, nas sociedades tradicionais, tem a dupla função de motor e volante. Não impede as inovações e pode mudar até certo ponto, embora evidentemente seja tolhido pela exigência de que deve parecer compatível ou idêntico ao precedente. Sua função é dar a qualquer mudança desejada (ou resistência à inovação) a sensação do precedente, continuidade histórica e direitos naturais conforme o expresso na história. (HOBSBAWM; RANGER, 1997, p. 10).

Nesse âmbito, os autores ponderam ainda que esse processo de invenção de tradições é um dos aspectos que validaria o ofício do historiador, “porque toda tradição inventada, na medida do possível, utiliza a história como legitimadora das ações e como cimento da coesão grupal” (HOBSBAWM; RANGER, 1997, p. 21). Para ilustrar esse raciocínio, Hobsbawm e Ranger classificam as tradições inventadas em três categorias: 1) tradições que simbolizam a coesão social ou as condições de admissão em determinado grupo; 2) tradições que legitimam instituições, status ou relações de poder; 3) tradições que têm como objetivo a socialização por meio da reprodução de valores comuns e padrões comportamentais. Embora os autores considerem a primeira perspectiva como a prevalente no que diz respeito à legitimação de um fato histórico – já que as outras duas seriam claramente tradições inventadas – todas elas são coerentes se aplicadas ao universo do futebol.

Na lembrança do clássico Corinthians x São Paulo retomada por Juca Kfourri, por exemplo, a relação de poder expressa pelo duelo entre corintianos pobres e tricolores ricos legitima os imaginários de “povo” e “elite” que recai sobre os respectivos clubes: “Eu sou dos poucos corintianos que têm o São Paulo até hoje como o seu maior rival e não o Palmeiras, exatamente por causa dessa percepção que eu tive ali, criança ainda, no Morumbi, de que havia uma diferença de classe que era insuportável pra mim.” (KFOURI, 2022, s/p.). Para além dos estereótipos classistas, que apenas sugerem um suposto pertencimento a um dos clubes em disputa, há uma série de elementos simbólicos – valores comuns e práticas comportamentais – que, reproduzidos cotidianamente nas arquibancadas do Morumbi, indicam de maneira

categorica o clube ao qual cada torcedor pertence, como os cantos de torcida, as cores da camisa e a mascote do time.

Os pesquisadores João Malaia e Ary Júnior (2017) trazem outro ponto interessante ao debate, investigando as maneiras pelas quais os dirigentes corinthianos se apropriam dessa memória da agremiação enquanto time do povo para reforçar uma identidade organizacional capaz de proporcionar vantagens competitivas ao clube, considerando-se aspectos como cotas de patrocínio, direitos de transmissão e tamanho de torcida. Para os autores, não resta dúvida: “O Sport Club Corinthians Paulista (SCCP) é atualmente conhecido como ‘o time do povo’. Pelo menos é assim que o clube é designado pela imprensa, por seus patrocinadores e, em especial, por seus torcedores.” (MALAIA; JÚNIOR, 2017, p. 2). Ainda conforme Malaia e Júnior, o aumento vertiginoso nas receitas do Corinthians nos últimos anos pode ser justificado por essa construção reforçada pelos dirigentes com base na memória histórica do clube, enfatizada até mesmo nos conteúdos do site oficial da agremiação, os quais trazem elementos que propõem a identificação do time com as camadas mais populares: “um grupo de operários, um presidente alfaiate e a frase que passou a ser um dos motes do discurso da identidade organizacional do clube (‘o time do povo’)” (2017, p. 8).

Malaia e Júnior também se utilizam do conceito de invenção de tradições para embasar seus argumentos: “Em nosso caso, a ‘tradição inventada’ seria a de que o SCCP seria o ‘time do povo’ e, com isso, teria maior identificação com as camadas populares, atingindo assim um número maior de pessoas” (2017, p. 9). Os autores destacam dois agentes principais que alimentam esse tipo de tradição: o jornalismo e os dirigentes dos clubes – os quais incorporam o discurso midiático. Para tal, propuseram uma análise de conteúdos jornalísticos que traziam a alcunha de “time do povo” para caracterizar certas agremiações brasileiras, a exemplo da notícia da *Folha da Noite*, de 7 de fevereiro de 1955, narrando a conquista da Taça do IV Centenário da cidade de São Paulo pelo “Corinthians, o time do povo”. “Ao descrever a festa da torcida que invadiu o campo, o autor afirmava que a maioria era ‘gente do povo, humildes trabalhadores. Garis, pretos e brancos e também pessoas de maior destaque’.” (MALAIA; JÚNIOR, 2017, pp. 14-15). Os pesquisadores trazem ainda outros exemplos narrativos do final da década de 1960, como conteúdos do jornal *O Estado de São Paulo* fazendo referência ao Corinthians enquanto time do povo. Segundo eles, havia registros semelhantes do mesmo jornal também em relação ao Atlético, em Minas Gerais, e ao Flamengo, no Rio de Janeiro.

A profusão de usos do termo “time do povo” para designar os clubes que se afirmavam como representantes das maiores torcidas e das camadas populares de seus estados fez surgir a ideia da realização de um torneio nacional chamado “Taça do Povo”,

organizado pela Confederação Brasileira de Desportes (CBD), agência regulatória máxima do esporte brasileiro no período. O torneio contava com a presença de quatro clubes, das quatro maiores cidades do país, Belo Horizonte, Porto Alegre, Rio de Janeiro e São Paulo. Os clubes representantes eram, respectivamente, o Atlético Mineiro, o Internacional (de Porto Alegre), o Flamengo e o Corinthians. (MALAIA; JÚNIOR, 2017, p. 15).

Entre os clubes brasileiros comumente atrelados ao estereótipo de time do povo, pode-se dizer que Flamengo e Corinthians são os que obtiveram maior êxito. Em relação ao Flamengo, o historiador Renato Coutinho (2013) explica que isso está bastante associado à incorporação do discurso nacionalista adotado como estratégia de inclusão pelo clube nos anos 1930, o que permitia que grupos sociais menos abastados pudessem lotar as arquibancadas dos estádios não mais como “símbolo do desvio” (COUTINHO, 2013, p. 43). Nesse sentido, no caso do Flamengo, “o primeiro elemento aglutinador do homem comum que passava a frequentar o estádio foi o nacionalismo” (p. 43). Ainda segundo Coutinho (2013), os clubes considerados mais populares no país são justamente os que conseguiram se “nacionalizar”: “Os times mais populares do Brasil são reconhecidos não pelo fato de terem os torcedores mais pobres ou menos escolarizados; mas porque detêm a maior distribuição territorial da sua torcida.” (p. 25). A partir do raciocínio de Coutinho (2013), as pesquisas de torcida divulgadas por institutos de opinião podem ser vistas como um dos elementos que ajudam a compreender por que essa pretensa disputa de classes no futebol baseia-se mais na construção de estereótipos – ou em tradições inventadas – e menos no fato histórico em si.

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 de marketing dos outros clubes, seguem sendo os representantes da popularidade e da brasilidade no imaginário social do país. (COUTINHO, 2013, p. 19).

Em entrevista concedida a mim no percurso empírico desta tese, o jornalista Marcelo Barreto (2022) corrobora a perspectiva de Coutinho (2013), retomando as pesquisas de torcida feitas pelo Ibope para ponderar que, ao mesmo tempo em que a expressividade numérica de torcedores de clubes como Flamengo e Corinthians retroalimenta o estereótipo de times do povo, essas alcunhas passam a ser também bastante discutíveis. Isso porque, considerando-se uma torcida de 40 milhões de pessoas – índice atual relativo à torcida do Flamengo – o clube naturalmente terá torcedores pertencentes a todos os estratos sociais. Barreto (2022) relembra

o momento em que o diário *Lance!* encomendou uma extensa pesquisa de torcida atrelada às eleições de 1998<sup>15</sup> ao reforçar seu argumento de que determinados clubes são estereotipados como times do povo não sob o ponto de vista de uma sociedade de classes, mas sim no sentido de uma popularidade justificada pela ampla distribuição territorial das torcidas.

Eu trabalhava no *Lance!* quando foi feita essa pesquisa em parceria com o Ibope. [...] A gente encomendou essa pesquisa atrelada à pesquisa presidencial. Então tinham ali muitas perguntas sobre classe social, sobre localização... e aí eu me lembro que a gente fez uma publicação muito extensa. Muito extensa! Com detalhes! Mas pras pessoas só interessava assim: “Meu time tem mais torcedor do que o seu.” O que repercutia era isso. Mas aí você pegava: no Rio de Janeiro, Classe A, quem tem mais torcedores? Flamengo. Classe B? Flamengo. Classe C? Flamengo. Classe D? Flamengo. Classe E? Flamengo... porque o Flamengo é o time com mais torcida. Tem mais torcida em todos os estratos! O Flamengo tem mais torcedores pobres, sim! Como o Fluminense tem mais torcedores pobres, mesmo sendo um time de “elite”. (BARRETO, 2022, s/p.).

Juca Kfourri se baseia nessa mesma perspectiva ao justificar a consolidação do estereótipo de time do povo vinculado ao Corinthians, retomando a história recente da cidade de São Paulo para ilustrar seu raciocínio a partir de três personalidades locais da década de 1980: “O governador de São Paulo eleito – Franco Montoro – o arcebispo de São Paulo – queridíssima figura, Dom Paulo Evaristo Arns – e o maior industrial do país – Antônio Ermírio de Moraes – os três eram corinthianos!” (KFOURI, 2022, s/p.). Tais acontecimentos históricos sugeriam que o Corinthians não era maioria apenas no povão: “Ele era maioria. No povão, na classe média-média, na classe média-alta e na elite. Só que o rótulo já tinha ficado: time do povo.” (KFOURI, 2022, s/p.). Juca relembra também os *10 mandamentos do Corinthianismo*<sup>16</sup> e um dos refrões das arquibancadas alvinegras para exemplificar como essa tradição de time do povo se perpetuou. “‘Todos os times têm uma torcida. O Corinthians é o único que a torcida tem o time.’ É uma frase de um jornalista, José Roberto de Aquino, que já morreu. E é claro que os corinthianos estimulam isso: ‘Corinthiano, maloqueiro e sofredor, graças a Deus.’” (KFOURI, 2022, s/p.). Esse refrão que remete ao imaginário do corinthiano “maloqueiro” e “sofredor” reforça as noções de pertencimento clubístico e construção de rivalidades debatidas

<sup>15</sup> “Em outubro de 1998, o periódico esportivo *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.” (COUTINHO, 2013, p. 20).

<sup>16</sup> Os *10 mandamentos do Corinthianismo* compõem a campanha de Marketing lançada pelo Corinthians em 2019 e intitulada “Corinthianismo”, que seria uma espécie de “religião” de seus torcedores. (UOL ESPORTE, 2019). Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2019/02/18/corinthians-apresenta-campanha-de-sua-religiao-o-corinthianismo.htm>. Acesso em: 9 mar. 2023.

no tópico 1.1 desta tese. Aqui, convém retomar a socióloga Janet Lever (1983) e sua explicação sobre o papel de “dividir-e-integrar” do futebol:

Algumas das mais notórias rivalidades no futebol ilustrariam esse ponto: em Lima, há uma rivalidade racial entre o Alianza (pretos e mestiços) e o Universitário (brancos); em Buenos Aires, há uma rivalidade étnica entre o Boca Juniors (italianos) e o River Plate (ingleses e espanhóis); no Rio de Janeiro, há uma rivalidade de classe entre o Flamengo (classes trabalhadoras) e o Fluminense (elite); em Glasgow, há uma rivalidade religiosa entre o Celtic (católicos romanos) e o Rangers (protestantes). As equipes são menos conhecidas, mas em Tel Aviv há uma rivalidade política entre o Hapoel, patrocinado pelo partido trabalhista, e o Maccabi, patrocinado pelo partido da direita moderada. Se torcer por um determinado time ou um atleta em particular pode reforçar o senso de pertencer individual em todos esses grupos definidos, então o cenário está armado para o esporte realizar o seu papel de dividir-e-integrar. O torcedor do Celtic pode sentir o seu catolicismo mais intensamente quando está se defrontando com os torcedores protestantes adversários do Rangers, mas estão literalmente no mesmo campo. Para serem rivais, os participantes devem reconhecer sua adesão ao mesmo sistema. (LEVER, 1983, pp. 25-26).

É sob essa ótica que Kfour (2022) descreve o jejum de títulos do Corinthians – de 1954 a 1977 – no contexto da ditadura, associando o estereótipo de time do povo não só ao fato de o Corinthians ser um clube de grande popularidade, mas sobretudo por sua inserção nas lutas pela democracia. “É inegável que há uma franja corinthiana na história do Corinthians que tem tudo a ver com as lutas democráticas, exacerbada pela experiência da Democracia Corinthiana, que virou um caso mundial.” (KFOURI, 2022, s/p.). Esse raciocínio corrobora a perspectiva de Hobsbawm e Ranger (1997) quando os autores afirmam que o “estudo das tradições inventadas não pode ser separado do contexto mais amplo da história da sociedade” (p. 21). Vem justamente do futebol o exemplo que os autores utilizam para descrever tal raciocínio: “Pela história das finais do campeonato britânico de futebol podem-se obter dados sobre o desenvolvimento de uma cultura urbana operária que não se conseguiriam através de fontes mais convencionais.” (p. 21). Nesse âmbito, Hobsbawm e Ranger (1997) concluem que as tradições inventadas são, portanto, “indicadores de problemas que de outra forma poderiam não ser detectados nem localizados no tempo. Elas são indícios.” (p. 20). Kfour sugere esses indícios quando vincula a memória histórica do Corinthians ao contexto da ditadura militar no Brasil, relacionando a lógica da tradição inventada às contradições envoltas no estereótipo de “time do povo”:

O Corinthians foi presidido por uma besta-fera chamada Wadih Helu, um deputado da Arena cujo discurso, ou um dos discursos, levou o Vladimir Herzog à prisão e à morte. E que tinha um sítio na periferia de São Paulo onde se torturava preso político. O Joaquim Câmara Ferreira – braço direito de Carlos Marighella – que eu conheci, pra quem eu dirigi, morreu sob tortura no sítio do Wadih Helu. Então, veja, que democratas são esses os corintianos? Nós, os corintianos, no caso? Agora, durante

muito tempo, e principalmente durante o período de jejum de títulos do Corinthians, o sofrimento que de uma maneira surpreendente fez com que a torcida do Corinthians crescesse em vez de diminuir, era muito associado ao fato de ser o time dos nordestinos, o time dos negros, enfim, o time do povão, né? E a gente dizia que a gente ia a campo menos pra ver o time do Corinthians e mais pra nos vermos. Era uma comunhão. Eu, menino, adolescente, começo de vida adulta... eu ia pro meio da torcida do Corinthians... era um congressamento! E era uma forma de resistência. Desses vinte e três anos que o Corinthians passou sem ser campeão, de 54 a 77, a maior parte é sob a ditadura. Então tudo isso se misturava. E as pesquisas mostravam – Gallup, Ibope – que a maior parte da torcida do Corinthians votava no MDB, o que estimulava ainda mais o estereótipo, a rotulagem. O São Paulo é a elite, o Corinthians é o povão. O Flamengo é o povão. O Fluminense é o time pó de arroz, embora no Rio você tenha a coisa diferente que é o Vasco, que é tão povão como o Flamengo. (KFOURI, 2022, s/p.).

Barreto (2022) também chama atenção para a legitimidade do Club de Regatas Vasco da Gama enquanto time do povo, retomando o impasse entre “ser popular” e “ter popularidade”: “Fica aquela coisa assim: ‘Quem tem mais torcida?’, ‘O meu time é que tem mais torcida!’... e parece que a disputa é sempre por ser o do povo, né? ‘Eu quero ser o do povo. Você é que é o da elite. Eu não!’” (BARRETO, 2022, s/p.). O historiador Renato Coutinho (2013), citado anteriormente, explica que essa questão em torno da popularidade dos clubes ganhou novos contornos nas últimas décadas devido ao rápido avanço dos valores dos contratos publicitários, de modo que ter mais torcida passou a ser garantia de maiores fatias nas cotas de transmissão. Se, nos primórdios do futebol, a garantia de receita se dava por meio da venda de ingressos, “com a ampliação das formas de arrecadação, ser popular passou a significar também ser bem-sucedido nos negócios publicitários” (COUTINHO, 2013, p. 18). Nesse sentido, a definição de “popularidade” descrita por Barreto (2022) explicaria o status de popular do Flamengo em contraposição à memória histórica do Vasco como o legítimo time do povo no Rio de Janeiro.

Na verdade, o que você tem é assim: uma fração maior da sociedade brasileira, da sociedade carioca, é composta por torcedores do Flamengo. E uma fração pouco menor por torcedores do Vasco – o que não apaga a história desses clubes. O Vasco, por exemplo – e muita gente discute isso – tem torcedores do Vasco que ficam incomodados com isso. Eles dizem que o verdadeiro clube popular do Rio de Janeiro é o Vasco. Quem tem a história popular é o Vasco. O Vasco é o time que nasce no subúrbio, que traz os trabalhadores das padarias dos proprietários portugueses, das empresas de forma geral – padaria é até um jeito meio preconceituoso de dizer que português só tem padaria... mas tinha muita mesmo! –, tem a história dos jogadores negros, tem a “Resposta Histórica”... então a história do Vasco tá mais ligada a um contato com as classes populares do que a do Flamengo. Por isso que eu acho que tem muita mistura dessa questão do “ser popular” com o “ter popularidade”: ou seja, tem mais gente torcendo pelo seu clube. (BARRETO, 2022, s/p.).

Os pesquisadores Malaia e Júnior (2017), também aqui citados anteriormente, discutem se haveria a necessidade de analisar a identidade dos clubes que se contrapõem ao estereótipo de time do povo, já que atualmente “a disputa é por ser o do povo”, conforme salientou Barreto

(2022). Malaia e Júnior inclusive se perguntam se “há prejuízo em ser identificado como “clube da elite”, como algumas vezes acontece com clubes como o São Paulo e o Fluminense” (2017, p. 24). A resposta pode ser dada por Coutinho (2013), quando o autor debate o “complexo projeto de reordenação dos símbolos dos clubes visando à construção de uma identidade popular” (p. 18). Segundo Coutinho, nos primórdios do futebol no Brasil, “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” (p. 30). Por isso, no contexto de profissionalização do futebol na década de 1930, poucos eram os clubes que estavam interessados em assumir contornos de popularidade, como fez o Vasco. Hoje em dia, contudo, vê-se um grande esforço dos departamentos de Marketing dos clubes em geral para representá-los como times do povo.

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 europeias, 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. O São Paulo Futebol Clube, 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 clube do Sport Club Corinthians Paulista com os trabalhadores paulistanos. [...] 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. (COUTINHO, 2013, pp. 18-19).

À esta tese, interessa menos discutir quais são os legítimos times do povo no Brasil e mais debater como se deu a construção desses estereótipos. A proposta é reunir pistas que ajudem a compreender quais aspectos históricos, culturais e sociais embasaram essa construção estereotipada pelas alcunhas de “povo” e “elite” associadas aos clubes brasileiros. Nesse sentido, a discussão que relaciona tradições inventadas, dimensão numérica das torcidas e pesquisas de popularidade dos times traz importantes indícios sobre como tais estereótipos se configuram e se retroalimentam a partir das construções midiáticas e pela própria cultura torcedora. Inclusive, é sob essa ótica que Barreto (2022) cita a pesquisa mais recente do Ibope – registrando 40 milhões de flamenguistas no Brasil – para ponderar que o status de time do povo por si só não se sustenta, considerando-se os diversos tipos de ligação que um torcedor pode ter com um clube: “Como é que você vai aglutinar essa multidão de pessoas com interesses

diferentes, com características socioeconômicas diferentes, com localizações geográficas diferentes, e dizer: ‘Esse cara aqui é Flamengo, então ele é assim!’?’.

É que a gente confunde também um pouco o “popular” com o time que tem mais torcida. Quando você fala do estereótipo do Flamengo: o Flamengo é o time do povo, então ele é o time das pessoas pobres. O apelido do Flamengo é urubu. O apelido do Corinthians é gambá... São apelidos preconceituosos, voltados pra pessoas negras, da classe trabalhadora... são alusões a bichos que frequentam o lixo, que têm mal cheiro... então tem tudo isso. Associamos ao povo. Mas aí você associa ao povo porque tem mais torcida? Se você tem mais torcida, cê não pode ter torcida só nas classes populares, né? E aí o Flamengo acaba virando de novo o melhor exemplo. É o clube de maior torcida no Brasil. Segundo o Ibope, seriam 40 milhões de pessoas. Claro que isso é uma projeção e, dentro dessas 40 milhões de pessoas, cê tem vários tipos de ligação com o Flamengo: tem o famoso torcedor lá que batizou o filho de Zicomengo, que a casa é toda pintada de vermelho e preto... e tem o cara que diz que é Flamengo porque tem que ter um time, né? Não tem nenhuma ligação. É o que eu que costume dizer dos meus pais: o meu pai tem um time, torce pra aquele time, compra o pay-per-view, compra a camisa, tem caneca, tem chaveiro... ele é o torcedor padrão. E a minha mãe diz que torce pelo time do meu pai. Mas o único interesse dela é o humor do meu pai. Se o time dele perder, ele vai tá de mau humor. Se o time dele ganhar, aí ela não liga pra futebol. Mas na pesquisa do Ibope os dois vão responder: esse é meu time! E vão entrar no universo dos 40 milhões. (BARRETO, 2022, s/p.).

A partir dessa ponderação, chega-se ao debate levantado pelo sociólogo e antropólogo canadense Erving Goffman (1988), que analisa os mecanismos que a sociedade utiliza para estereotipar pessoas conforme alguns atributos considerados comuns e naturais em determinadas categorias. Em *Estigma*, obra originalmente lançada por Goffman em 1963 – e que servirá de base ao capítulo seguinte desta tese – o autor explica como se dá o fenômeno de construção de estereótipos e evidencia os fatores que levariam à estereotipagem – ou estigmatização – de certos grupos sociais. Goffman aponta que os próprios ambientes sociais estabelecem as categorias de pessoas que têm probabilidade de serem neles encontradas. A interação social, portanto, seria de alguma maneira responsável por essa previsibilidade que, já no primeiro contato com um estranho, permitiria antever seus atributos identitários, categorizando-o em determinado grupo.

Trazendo essa ótica para o universo do futebol no Brasil – e considerando-se a dimensão territorial do país – esse processo de estereotipagem toma proporções discutíveis porque, conforme ponderou Barreto (2022), há pessoas de todos os estratos sociais torcendo para determinado clube. Nesse âmbito, Barreto concorda que o estereótipo nasce de um fato histórico e da interação social, porém, é justamente nesse processo de sociabilidade no desenvolvimento dos clubes e na consolidação das torcidas, que outros aspectos vão sendo agregados à trajetória clubística. É por isso que o estereótipo não deve ser visto necessariamente como “um reflexo do que é o torcedor. É um reflexo da relação que ele criou com aquele clube. O clube conta a



sua história e o torcedor se identifica com aquela história que tá sendo contada.” (BARRETO, 2022, s/p.). Entretanto – e retomando a ponderação de Juca Kfourri no trecho que introduz este tópico – a construção de um estereótipo, ainda que discutível, teria sua plena razão de ser porque está atrelada à memória histórica continuamente recontada não só pelos clubes, mas também pelas narrativas midiáticas e pela percepção do próprio torcedor.

## 2. FUTEBOL E REPRESENTAÇÕES SOCIAIS NO BRASIL

Neste capítulo serão debatidos os modos como o jornalismo esportivo contribui para a construção dos estereótipos de time do povo e time da elite atrelados aos clubes brasileiros. Mais do que “legitimar” quem são os verdadeiros clubes do povo no Brasil, interessa neste capítulo refletir sobre os aspectos históricos, culturais e sociais que embasam tais construções imaginárias que até hoje retroalimentam as narrativas de jornalistas esportivos, sem que esses profissionais se preocupem em contextualizar tais estereótipos. Essas representações sociais reforçadas pelo jornalismo se evidenciam também pelo discurso da idolatria na cobertura esportiva, temática esta que culmina na discussão sobre a ascensão social por meio do esporte. Alguns motes dessa discussão aqui proposta são a pretensa quebra de hierarquias pelo futebol e a perpetuação das narrativas em torno da jornada clássica do herói: jogador de origem humilde que, por mérito próprio, alcança sucesso, fama e dinheiro, transformando-se em redentor de toda uma comunidade que permanece alheia a tais benesses. Importante reforçar que os depoimentos dos jornalistas entrevistados no percurso empírico desta tese também embasam a discussão aqui proposta, correlacionando-se às contribuições do quadro teórico de referências deste capítulo.

### 2.1. Jornalismo esportivo e construção de estereótipos

Os ônibus andam mais rápido quando vence o Corinthians, porque a cabeça da massa é o verdadeiro biodiesel, os trens fazem faíscas nos trilhos, até os corinthianos da “elite branca” (risos irônicos?) ficam menos perversos quando o alvinegro triunfa, sabia? Suspendem a luta de classes por 15 minutos na troca de turnos das fábricas, o velho fenômeno das camas quentes do qual tratava o corinthianíssimo Karl Marx. Há uma outra vida na cidade, como se Deus, no milagre de um filtro do Instagram divino, romantizasse o universo em branco & preto. O Corinthians é bíblico, é Lázaro, juro que vimos, eu e o Doutor Sócrates, ao final do maior porre das nossas vidas, o verdadeiramente épico dos porres, quando o maltrapilho Zumbi, sangue coalhado no cobertor cinza Paraíba, se levantou de um beco da Rua Augusta e saiu em estado delirante de santa blasfêmia: “Deus depende mais do Corinthians do que o Corinthians de Deus!” Até hoje, nem mesmo nas tábuas dostoevskianas, consegui decifrar o mantra do maltrapilho. Alguém se habilita? (SÁ, 2016, p. 40).

Apesar de declaradamente santista, o escritor e cronista nordestino Xico Sá dedica várias crônicas de sua antologia ao Sport Club Corinthians Paulista. No trecho acima, retirado da obra *A pátria em sandálias da humildade* (2016), Xico entoa a luta de classes para descrever o cotidiano de São Paulo quando o Corinthians triunfa, ilustrado pela figura do “maltrapilho

Zumbi”, que seria mais temente ao clube alvinegro do que às divindades cristãs. O tom sarcástico do escritor encontra terreno fértil na crônica esportiva, porém dificilmente caberia no gênero noticioso, tendo em vista os princípios canônicos do jornalismo que prezam pela objetividade, neutralidade e outros valores bastante discutíveis. Não é a intenção debater os fundamentos da profissão nesta tese, mas é importante relativizá-los no debate, sobretudo porque o objeto de estudo deste trabalho – a construção de estereótipos de time do povo e time da elite nas rivalidades do futebol brasileiro – está em constante diálogo com a editoria esportiva. Afinal, parto do pressuposto de que esses estereótipos, mesmo que se sustentarem de alguma maneira devido ao fator histórico, são construções imaginárias forjadas também pela imprensa nas narrativas sobre clubes rivais.

O que se pretende debater neste tópico são os usos que o jornalismo esportivo faz dos estereótipos de povo e elite, suscitando – propositalmente ou não – uma pretensa luta de classes entre as equipes. Para tanto, vale trazer à discussão algumas reflexões sobre os critérios de noticiabilidade na cobertura de esportes, dada a importância que a rivalidade clubística parece ter assumido na editoria enquanto um valor-notícia (VN) em potencial para gerar engajamento e audiência. É interessante correlacionar essa discussão também ao que se entende por estereótipo, conceito aqui revisitado sob a ótica do sociólogo e antropólogo canadense Erving Goffman (1988, 1998), principalmente considerando-se a relevante diferenciação que o autor faz entre estereótipo e estigma.

Dando sequência a este debate, convém abordar ainda a perspectiva da cultura torcedora a partir das sociabilidades que se constroem em torno das relações jocosas entre torcedores rivais – perspectiva esta que será debatida sob o ponto de vista do antropólogo Edison Gastaldo (2005, 2010), pesquisador atuante no debate sobre futebol, mídia e sociabilidade no Brasil. Os depoimentos dos jornalistas entrevistados no percurso empírico desta tese – Juca Kfourri e Marcelo Barreto – também serão incorporados ao longo da discussão para ilustrar as particularidades do fazer-jornalístico na editoria esportiva e, principalmente, contextualizar o papel social do jornalismo enquanto uma importante via de acesso a uma formação mais crítica e cidadã.

Introduzindo o debate sobre jornalismo esportivo e construção de estereótipos, cabe partir da premissa de que a rivalidade clubística seria um dos principais valores-notícia (VNs) da editoria. Para tanto, interessa a este tópico a argumentação proposta na obra *Crerios de noticiabilidade: Problemas conceituais e aplicaões* (2014), organizada pelos pesquisadores Gislene Silva, Marcos Silva e Mario Fernandes. Os autores sugerem uma problemática envolvendo a atuação conjunta dos valores-notícia no jornalismo, que seria o modo como vários

desses critérios se relacionam para compor uma mesma notícia. Silva *et al.* apontam ainda para uma distinção entre valores-notícia “de referência” e valores-notícia “potenciais”. Os primeiros seriam aqueles efetivamente em vigor no fazer-jornalístico de uma instituição específica, enquanto os “potenciais” seriam “aqueles para os quais possa haver uma demanda, mas que ainda não foram efetivamente incorporados às políticas editoriais” (2014, p. 39). Nesta tese, diferentemente do que é proposto Silva *et al.*, o termo “potencial” refere-se à possibilidade de determinado valor-notícia se sobressair em relação a outros na produção noticiosa.

No jornalismo esportivo, por exemplo, pode-se pressupor que um dos VNs mais potentes nas matérias sobre futebol é justamente a rivalidade clubística. Decerto, para corroborar tal perspectiva seriam necessárias análises empíricas específicas – o que, nos limites desta tese, se torna inviável. No entanto, a crença quanto à potência do valor-notícia rivalidade nas pautas esportivas deriva do viés sociológico do futebol e da já citada natureza sociológica do conflito debatida por Simmel (1983). Isso faz com que, por trás das narrativas futebolísticas, discursos diversos envolvendo questões históricas, identitárias, de memória, pertencimento, entre outras, estejam presentes nas linhas e entrelinhas dos conteúdos que abordam a modalidade. Por consequência, esse tipo de conteúdo tende a ser também um dos mais contestados em termos de verdade, objetividade e credibilidade jornalísticas.

Considerando-se a credibilidade como um dos conceitos mais caros ao fazer-notícia – na visão das pesquisadoras Silvia Lisboa e Marcia Benetti (2016) – esse cenário geralmente torna o ofício do jornalista esportivo mais desafiador do que o trabalho do jornalista que atua em outras editoriais. Não à toa, existem as especializações de modo a tornar mais credível o trabalho de um profissional da área. “A confiança no jornalismo, que pressupõe uma avaliação de credibilidade, se ampara, portanto, naquilo que é a razão de ser da prática: na sua finalidade e na sua competência especializada.” (LISBOA; BENETTI, 2016, p. 20). Nesse sentido, a discussão sobre valores-notícia é interessante justamente porque a escolha dos VNs por parte das instituições jornalísticas precisa se justificar perante o público para evitar julgamentos de parcialidade quanto ao produto final, sobretudo no jornalismo esportivo, devido à suposta liberdade editorial da categoria.

A tônica do jornalismo enquanto discurso também é debatida por Lisboa e Benetti (2016), visto que “as escolhas discursivas, como o recurso a fontes especializadas, a fotografia, os detalhamentos dos eventos etc., fazem parte de um conjunto de técnicas criadas para transformar o texto jornalístico em um relato crível de fatos da realidade” (p. 14). Nesse contexto, emerge a discussão sobre verdade no jornalismo, considerando-se que a questão da veracidade vai além da expectativa da audiência quanto a determinado relato ser credível ou

não. Lisboa e Benetti associam o compromisso da verdade jornalística ao teor explicativo dos relatos, de modo que, quanto mais referências explicativas contiverem nas notícias, mais elas se justificarão enquanto verdades perante o público – as alcunhas de time do povo e time da elite, por exemplo, raramente vêm acompanhadas dessas explicações.

Ainda segundo as autoras, como o jornalismo não é da ordem das ciências exatas, a verdade a qual busca é sempre uma aproximação, de modo que “não há como fugir das interpretações, pois qualquer fato será mediado por uma. Assim, o problema não é a interpretação em si, mas a interpretação que não está justificada e que não é explicativa.” (LISBOA; BENETTI, 2016, p. 14). No jornalismo esportivo, a noção de veracidade é mais complexa, pois a verdade nessa editoria pode ser tanto aquela absoluta e inquestionável – regulada pelo placar do jogo em si – como aquela que se relativiza diante do público – os bastidores da partida, os protagonistas e antagonistas em campo, os aplausos ou vaias da torcida etc. – ambas as quais cabe ao repórter investigar e transmitir a quem for de interesse.

O jornalista esportivo Paulo Vinicius Coelho (2003) ilustra bem o raciocínio ao dizer que “a noção de realidade que o jornalismo esportivo carrega nos tempos atuais torna a cobertura esportiva tão brilhante quanto qualquer outra no jornalismo” (p. 22). O ponto-chave, para o autor, é que geralmente tal cobertura exige mais do que noção da realidade, tendo em vista o embate ético que coloca em disputa a verdade dos fatos, a subjetividade do jornalista e a noticiabilidade do acontecimento esportivo, tal qual sugerem o pesquisador espanhol Antonio Alcoba (2005) e os jornalistas esportivos brasileiros José Eduardo de Carvalho (2005) e Mauro Beting (2005):

Como qualquer jornalista, o especialista em esportes deve ser condizente com o código ético e deontológico da profissão, através do qual sua imparcialidade é reconhecida. Pela grande dimensão que seus comentários alcançam, ele é obrigado a se responsabilizar quanto à verdade do que está divulgando, independentemente da carga subjetiva que possa carregar. (ALCOBA, 2005, p. 45).

Para a tarefa, agora, de sair dessa encruzilhada e encontrar um discurso mais atraente, a imprensa esportiva ainda tem uma arma poderosa – o inabalável fascínio exercido pelo esporte –, mas restou uma só opção ideológica: parar de conversar consigo mesma e redescobrir que a verdade está baseada na verificação, não na repetição. (CARVALHO, 2005, p. 74).

Mas nós, jornalistas que somos, apenas refletimos o mundo que vemos e vivemos. É a função da imprensa. A de buscar a melhor versão possível dos fatos. E não procurar o Graal da Verdade. O que é a Verdade? Cada um tem a sua. Mas a imprensa adora adotar um Manual de Verdades Supremas e Indiscutíveis da Redação. Em especial, a nossa raça futebolística. Desconfie sempre de quem diz “a grande verdade é que...” Esse é um baita de um enorme de um grande mentiroso. Ainda mais em um esporte em que você pode chutar trocentas bolas a gol e perder a partida para um time que não deu uma finalização sequer. A grande verdade é que não existe uma verdade. (BETING, 2005, p. 14).

O conceito de verdade – ou veracidade – no jornalismo esportivo encontra outras fragilidades neste debate, tendo em vista que a discussão sobre estereótipos é, por si só, controversa. Isso porque, ainda que nasça de um fato histórico, um estereótipo não necessariamente corresponde à representação fidedigna de algo. No caso do tema central desta tese, inclusive, o que está em discussão é justamente o oposto: embora as alcunhas de time do povo e time da elite encontrem sustentação na memória histórica dos clubes, tais denominações não condizem com a trajetória contemporânea das equipes aqui em análise. Essas categorias são, portanto, meras representações imaginárias forjadas no que Hobsbawm e Ranger (1997) chamaram de “invenção de tradições”, perspectiva esta já debatida no capítulo anterior.

Em *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*, Goffman (1988) analisa as razões pelas quais o processo de estereotipagem – ou estigmatização – se concretiza. Segundo o autor, são as próprias rotinas de sociabilidade que tornam de certa forma previsível a “identidade social” de um indivíduo, o que faz com que pessoas que carregam certas características e atributos sejam automaticamente inseridas em determinados grupos sociais. Essa compatibilidade alimentada pelos processos de socialização acaba fazendo com que se espere daquele indivíduo que ele transmita – de maneira consciente ou não – a impressão desejada. No entanto, quando essa impressão gira em torno de alguma característica considerada difamatória pelo senso comum, o processo de estereotipagem assume a roupagem de estigmatização. Na visão de Goffman, um estereótipo se torna um estigma quando é “usado em referência a um atributo profundamente depreciativo” (1988, p. 6). Mas isso não quer dizer que o estigma é uma categoria absoluta. Pelo contrário: há que relativizá-la porque, ainda segundo Goffman, “um atributo que estigmatiza alguém pode confirmar a normalidade de outrem, portanto ele não é, em si mesmo, nem horroroso nem desonroso” (1988, p. 6).

“Um estigma, é então, um tipo especial de relação entre atributo e estereótipo, embora eu proponha a modificação desse conceito, em parte porque há importantes atributos que em quase toda a nossa sociedade levam ao descrédito. O termo estigma e seus sinônimos ocultam uma dupla perspectiva: assume o estigmatizado que a sua característica distintiva já é conhecida ou é imediatamente evidente ou então que ela não é nem conhecida pelos presentes e nem imediatamente perceptível por eles. No primeiro caso, está-se lidando com a condição do desacreditado, no segundo com a do desacreditável. Esta é uma diferença importante, mesmo que um indivíduo estigmatizado em particular tenha, provavelmente, experimentado ambas as situações.” (GOFFMAN, 1988, p. 7).

Trazendo esse raciocínio para o contexto do futebol e propondo um diálogo com o objeto de estudo desta tese, depreende-se que o estereótipo de time da elite, por exemplo, transformou-

se em um estigma, haja vista que, salvo raras exceções, foi-se o tempo em que ser elite no futebol era considerado algo virtuoso. Goffman (1988) propõe ainda uma diferenciação entre três categorias de estigma. A primeira delas estaria relacionada às “abominações do corpo - as várias deformidades físicas” (p. 7). A segunda categoria seriam as “culpas de caráter individual” (p. 7) – encarceramento, alcoolismo, desemprego, entre outras. A terceira categoria, por sua vez, é a que melhor dialoga com o universo esportivo, a qual o autor denomina como o conjunto de “estigmas tribais de raça, nação e religião, que podem ser transmitidos através de linhagem e contaminar por igual todos os membros de uma família” (p. 7). Assim, quando se diz que um time é do povo, pressupõe-se – ainda que apenas no âmbito imaginário – que todos os membros daquela comunidade compartilham ideais democráticos e populares. Na outra via, os estigmatizados enquanto elite seriam vistos pelos adversários como um símbolo do desvio, mesmo que, nos termos práticos de uma sociedade estruturada em classes, saiba-se claramente quem são os desviantes e os privilegiados.

Em todos esses exemplos de estigma, entretanto, inclusive aqueles que os gregos tinham em mente, encontram-se as mesmas características sociológicas: um indivíduo que poderia ter sido facilmente recebido na relação social cotidiana possui um traço que pode-se impor a atenção e afastar aqueles que ele encontra, destruindo a possibilidade de atenção para outros atributos seus. Ele possui um estigma, uma característica diferente da que havíamos previsto. Nós e os que não se afastam negativamente das expectativas particulares em questão serão por mim chamados de normais.” (GOFFMAN, 1988, pp. 7-8).

Importa reforçar que a questão aqui em debate não gira em torno do fenômeno da luta de classes em si, mas sim em torno da tentativa de compreender como se configura o processo de construção dos estereótipos de “povo” e “elite” associados aos clubes brasileiros – seja pelo jornalismo esportivo, seja pela cultura torcedora, seja pelos dirigentes das agremiações. Outra obra de Goffman que auxilia nessa compreensão é *A representação do eu na vida cotidiana* (1998), fruto de um minucioso trabalho antropológico em comunidades agrícolas do norte europeu. Nesse trabalho, o autor descreve os processos de sociabilidade como responsáveis por estabelecer previamente hierarquias, expectativas e papéis sociais no jogo das interações humanas. Dessa forma, o indivíduo passaria a performar seu “eu” (self) conforme certas impressões socialmente definidas, com o objetivo de – conscientemente ou não – ser, por exemplo, aceito em determinado grupo. Essa vertente permite fazer um paralelo com as torcidas de futebol, especialmente quando Goffman (1998) introduz o conceito de “fachada social” para explicar como certos padrões comportamentais são institucionalizados em prol da manutenção de um imaginário coletivo:

Todos os indivíduos situados num dado grupo têm permissão para, ou são obrigados a, manter a mesma fachada social em certas situações. Além do fato de que práticas diferentes podem empregar a mesma fachada, deve-se observar que uma determinada fachada social tende a se tornar institucionalizada em termos das expectativas estereotipadas abstratas às quais dá lugar e tende a receber um sentido e uma estabilidade à parte das tarefas específicas que no momento são realizadas em seu nome. A fachada torna-se uma “representação coletiva” e um fato, por direito próprio. (GOFFMAN, 1998, p. 34).

O autor chama atenção também para o processo de dramatização que deriva dessa “representação do eu na vida cotidiana”, tendo em vista que, “em presença de outros, o indivíduo geralmente inclui em sua atividade sinais que acentuam e configuram de modo impressionante fatos confirmatórios que, sem isso, poderiam permanecer despercebidos ou obscuros” (GOFFMAN, 1998, p. 36). A experiência de assistir a uma partida de futebol no estádio, em meio à torcida, por exemplo, reúne elementos que a torna mais suscetível à dramatização do que na experiência de assistir ao mesmo jogo sozinho no sofá de casa. Alguns desses elementos seriam os gestuais, os gritos, os cantos etc., que ficam mais evidentes na atuação coletiva. O mesmo raciocínio vale para a dramatização presente em certos rituais de modo a reforçar não apenas o senso de pertencimento do indivíduo, mas também uma ideia de continuidade, de modo que o ímpeto do torcer se expanda para o coletivo e, assim, configure uma ideia de que aquela torcida, seja ela qual for, está empurrando o time na busca pelo resultado.

Se a atividade do indivíduo tem de tornar-se significativa para os outros, ele precisa mobilizá-la de modo tal que expresse, durante a interação, o que ele precisa transmitir. De fato pode-se exigir que o ator não somente expresse suas pretensas qualidades durante a interação, mas também que o faça durante uma fração de segundo na interação. Assim, se um árbitro de beisebol quer dar a impressão de que está seguro de seu julgamento, deve abster-se do momento de pensamento que lhe poderia dar a certeza de sua decisão. Tem de tomar uma decisão instantânea de modo que o público fique certo de que ele está seguro de seu julgamento. Note-se que no caso de alguns status sociais a dramatização não apresenta problemas, pois alguns dos números instrumentalmente essenciais para completar a tarefa central do status são, ao mesmo tempo, maravilhosamente adaptados, do ponto de vista da comunicação, como meios de transmitir vividamente as qualidades e atributos pretendidos pelo ator. Os papéis dos lutadores, cirurgiões, violinistas e policiais são exemplos disto. Essas atividades permitem uma autoexpressão tão dramática, que os profissionais exemplares – reais ou falsos – se tornam famosos e ocupam lugar de destaque nas fantasias comercialmente organizadas da nação. (GOFFMAN, 1998, p. 36-37).

Essa “autoexpressividade dramática” poderia também ser facilmente atrelada à atuação de jogadores de futebol, ainda que os atletas atuem em diferentes níveis performáticos a depender do contexto em questão. Já a “fachada” conceituada por Goffman (1998) – e aqui



associada ao universo futebolístico – seria assim a síntese dos comportamentos padronizados em um tipo de cenário que é palco para o desenrolar da ação, como os estádios, no caso do futebol. O autor ainda afinou o conceito ao definir também uma “fachada pessoal”, que envolveria a aparência do sujeito e aqueles atributos que, conforme a argumentação inicialmente proposta em *Estigma* (1988), o enquadrariam em certo grupo social, evidenciando os papéis que se espera que sejam cumpridos naquela determinada situação. Desse modo, o estereótipo em torno de um clube dito do povo pressupõe padrões comportamentais diferentes daqueles que se supõe provenientes da elite. A clara diferenciação dos setores de um estádio de futebol entre arquibancada geral e cadeiras numeradas, por exemplo, evidenciam bem essa perspectiva.

Outros exemplos mais discursivos em torno da diferenciação entre time do povo e time da elite vêm justamente do jornalismo esportivo, tema central do debate aqui proposto. Para ilustrar esses contrastes, é interessante trazer à discussão dois clubes que, devido aos limites metodológicos desta tese, não foram inseridos no *corpus* de análise. São eles o Clube de Regatas Brasil (CRB) e o Centro Sportivo Alagoano (CSA), as duas principais agremiações de Alagoas. Em um artigo que discute a influência midiática na cobertura da rivalidade entre CRB e CSA, Alexandrino *et al.* (2016) apontam para um possível agravante decorrente dessa estereotipagem pautada sob uma pretensa luta de classes: a incitação à violência nos estádios. Segundo os autores, a imprensa esportiva de Maceió, ao se utilizar dos estereótipos de time do povo e time da elite para se referir, respectivamente, ao CSA e ao CRB, acaba fomentando manifestações de violência dos torcedores, além de reforçar uma narrativa mitificada em torno das duas agremiações, o que é bastante controverso considerando-se alguns princípios básicos da profissão, como o compromisso com a verdade.

[A mídia] também cumpre papel importante na construção da identidade dos torcedores do CRB e do CSA. Ao tratar esse como “o clube do Mutange” ou “do mangue”, e aquele como o “galo da praia”, “da Pajuçara”, a mídia reforça dois estereótipos: o de que todos os torcedores azulinos são periféricos – a imagem dos catadores de sururu da lagoa Mundaú – e o de que todos os regatianos são da elite e moradores dos bairros litorâneos – o aristocrata branco que assiste ao jogo da tribuna de honra. Ocorre, portanto, a construção de um caráter de “guerra de classes”, ao se generalizar, erroneamente, duas torcidas que dividem em cores um estado de mais de 3 milhões de habitantes, das mais variadas esferas econômicas e sociais. Há padrões e proletários, trabalhadores informais e aristocratas, nas torcidas dos dois times, logo, a ideia de “povo versus elite”, na disputa entre CRB e CSA, é uma mitificação proposta pela mídia. (ALEXANDRINO *et al.*, 2016, p. 6).

Sob um viés antropológico, o professor Edison Gastaldo já havia alertado quanto ao risco de incitação a práticas violentas por parte da imprensa esportiva. Em artigo intitulado *As*

*relações jocosas futebolísticas. Futebol, sociabilidade e conflito no Brasil* (2010), Gastaldo correlaciona as performances de masculinidades correntes na cultura torcedora às tensões que, mediadas pelo jogo de futebol, poderiam culminar em embates físicos – sobretudo considerando-se as “lógicas simbólicas de pertencimento e exclusão” inerentes ao ato de torcer. No entanto, a negociação entre as partes rivais se estabeleceria pelo que o pesquisador denominou de “gramática da jocosidade futebolística” (GASTALDO, 2010, p. 315), ou seja, pelas brincadeiras e gozações típicas entre torcedores adversários, as quais acabam configurando novas formas de competitividade decorrentes dessa interação social, como é o caso das apostas, valendo desde dinheiro vivo a caixas de cerveja e churrasco: um “jogo dentro do jogo”, balizado pelas sociabilidades da cultura torcedora (p. 319).

É evidente que brigas e conflitos entre torcedores ocorrem, embora sejam antes exceção do que regra. Há que se considerar aqui o papel da imprensa, sobrevalorizando o “espetáculo midiático” de uma guerra de torcidas, muito mais noticiável do que a gozação cotidiana sem consequências, “levada na esportiva”, em elevadores, bares, portarias e escritórios, mais frequente, mas menos espetacular. O universo do futebol profissional, desta forma, fornece em nossa sociedade, local e oportunidade para pôr em ação formas competitivas de sociabilidade. (GASTALDO, 2010, p. 315).

Trata-se de um comum acordo entre as partes já que, ainda segundo Gastaldo (2010), “tais relações ocorrem em uma base de reciprocidade – quem ‘sacaneia’, ‘goza’, ‘toca flauta’ ou ‘corneta’, hoje, aceita de modo tácito a possibilidade de ser a vítima de amanhã” (p. 314). Em artigo intitulado *Uma arquibancada eletrônica: reflexões sobre futebol, mídia e sociabilidades no Brasil* (2005), Gastaldo chama atenção também para os diferentes graus de manifestação dessas lógicas simbólicas inerentes ao futebol. Ao “mimetizar” a experiência de estar presente no estádio, por exemplo, a transmissão de uma partida pela televisão se configura sob outro viés, no qual o “fenômeno social coletivo” da torcida praticamente não acontece. Nos estádios, por outro lado, “o torcedor experimenta o compartilhar de um mesmo evento com milhares de outras pessoas, torna-se massa, dissolve-se na ‘torcida’ de seu time” (GASTALDO, 2005, p. 5). O fenômeno esportivo, exacerbado por essa dimensão da cultura torcedora nos estádios, ganhou proporções ainda maiores com a expansão dos meios de comunicação de massa:

Originalmente uma atividade para ser “praticada”, o esporte tornou-se, com o surgimento e o crescimento da comunicação de massa, cada vez mais um “espetáculo” para ser “assistido”, visando a um consumo massificado. Essa incorporação do esporte pela indústria cultural gera um divórcio entre prática e consumo, já que não é necessário ter praticado um esporte para assisti-lo pela televisão e (numa espécie de

“grau zero da competência esportiva”) emocionar-se com o resultado. (GASTALDO, 2005, p. 115).

Emoção esta que, por vezes, “contamina” a própria imprensa esportiva, demarcando uma linha bastante tênue entre fazer uma cobertura digna da liberdade editorial que um caderno de carga subjetiva proporciona e, ao mesmo tempo, manter-se fiel aos princípios e fundamentos que regulamentam a profissão, blindando-se do risco de configurar uma narrativa clubista. Essa questão é discutida pelo pesquisador Luiz Henrique de Toledo em sua tese doutoral intitulada *Lógicas no futebol. Dimensões simbólicas de um esporte nacional* (2000). O autor recorre ao trabalho do cronista paulistano Thomaz Mazzoni para abordar o clubismo e o bairrismo como grandes mazelas da cobertura esportiva, derivadas de uma “exacerbação da paixão associada à posição privilegiada que estes [jornalistas] ocupavam no trânsito das demandas e interesses de dirigentes de clubes, ligas ou federações estaduais” (TOLEDO, 2000, p. 185). Esse “sistema de favores estabelecido entre setores da imprensa e dirigentes” seria, na ótica de Toledo (2000), um fenômeno intrínseco ao futebol, ainda que muitas vezes antagônico aos valores éticos do jogo e da competição.

Portanto, associados a um mesmo princípio, que tende a atribuir um partidarismo passional e exacerbado à conversão do evento esportivo em fato jornalístico, que obviamente extravasa para o âmbito ético e político, os fenômenos do bairrismo e do clubismo revelam, constantemente, os limites da prática da crônica especializada, expondo, de modo geral, o campo dos especialistas às críticas sobre o seu papel mediador entre torcedores e profissionais, oscilando, entre as éticas do jogo e da competição. Estas polêmicas dentro do domínio da crônica, levadas a público, e que dinamizam ainda mais o gosto pelo futebol, são reveladoras da formação e coexistência dessas comunidades morais e de interesses inter-relacionados de torcedores, profissionais e especialistas, que articulam, de modo dinâmico, as várias dimensões e representações, das querelas técnicas às políticas, antagônicas mas muitas vezes complementares do fato futebol. (TOLEDO, 2000, p. 187).

Nesse âmbito, cabe trazer ao debate a visão do jornalista Marcelo Barreto a esse respeito. Em entrevista concedida a mim no percurso empírico desta tese, Barreto não titubeia ao afirmar que o papel do repórter é reportar e que o papel do torcedor é torcer, embora reconheça que há um acordo tácito de que, “quando a gente fala de Seleção, a gente pode se posicionar como torcedor” (BARRETO, 2022, s/p.). Recordando-se de uma entrada ao vivo em uma mesa redonda da *Rádio Globo*, Barreto relembra o comentário de um torcedor entrevistado pelo programa, que à época tinha como um dos debatedores o radialista Luiz Mendes, autodeclarado botafoguense: “O torcedor disse: ‘O Luiz Mendes, esse falso botafoguense!’ Ou seja, ele é ‘falso botafoguense’ porque ele é neutro. Ele não é o tempo todo a favor do Botafogo. Então tudo no futebol brasileiro a gente vê pela ótica da torcida, entendeu?” (2022, s/p.). Barreto

relembra também uma coluna que escreveu sobre o assunto. No texto, publicado em 27 março de 2022 no portal *O Globo*, o jornalista assinalava: “Toda vez que alguém que não é apenas torcedor resolve torcer, acaba correndo um risco muito grande de distorcer.”

Eu até me lembro do contexto em que eu escrevi isso aí na coluna. Eu começava citando o Oldemário Touguinhó, em que alguém perguntava assim: “Qual é o papel do repórter?” Ele dizia: “Reportar.” “Qual é o papel do editor?” Editar...” Do torcedor é torcer! Se você seguir essa lógica, né? O que eu dizia era o seguinte: quando você faz as coisas pela ótica do torcedor – e era isso que a gente tava debatendo aqui – quando cê faz as coisas pela ótica do torcedor, elas não vão funcionar num ambiente que pede a neutralidade. A cobertura jornalística é uma delas. Mas, também, se você pensar, cuidar da arbitragem no campeonato é uma coisa que tem que ser feita fora da ótica do torcedor, senão cê vai achar que o roubo é sempre contra o seu time, que aquele árbitro não pode apitar contra você. Na hora de se juntar politicamente pra fazer uma liga, cê vai ter que ver os interesses do campeonato e não os interesses de cada clube. São coisas que cê tem que fazer sem a ótica do torcedor. O momento de torcer é o momento do jogo: começou o jogo, eu quero que o meu time ganhe do seu. E aí o resto se torna desimportante. Mas, fora do ambiente do jogo, raramente funciona agir como torcedor. (BARRETO, 2022, s/p.).

O jornalista Juca Kfourri, também em entrevista concedida a mim no percurso empírico desta tese, traz outra vertente interessante, debatendo o clubismo no jornalismo esportivo menos pela ótica do pertencimento e mais pela ótica da rivalidade. Certa vez, Kfourri – abertamente corintiano – foi ameaçado de morte por parte da torcida alvinegra porque publicou a seguinte chamada em uma edição da revista *Placar*: “A Fiel Verde está feliz”, em alusão a uma boa campanha do clube alviverde. Dias depois, o jornalista foi recebido no estádio pelos corintianos com uma faixa onde se lia: “Juca Kfourri, só existe uma Fiel torcida”, acompanhada de um coro que entoava “Ê ê ê, o Juca vai morrer”. Esse episódio, narrado em seu livro de memórias (KFOURI, 2017), traz à tona uma discussão peculiar, que é o fato de os próprios corintianos criticarem um jornalista que sempre deixou clara a sua paixão pelo time. No entanto, Kfourri pondera que, justamente por ser jornalista, não se exime de denunciar as mazelas do clube:

Eu não confundo a minha paixão pelo Corinthians – e só tô seguro dela até porque passei vinte e três anos jejuando e não deixei de ser corintiano em nenhum momento – eu não confundo a minha paixão pelo Corinthians com as mazelas do Corinthians, que eu denuncio. Eu já cheguei no Pacaembu pra ver um jogo do Corinthians, em plena fase da MSI [Media Sports Investment] – que era dinheiro sujo da Rússia, da máfia russa, de contrabando de arma, daquele Berezovsky, que foi morto pelo Putin – e nego fez coro contra mim porque disse que eu era contra a contratação do Tévez. Por quê? Porque eu disse que a contratação do Tévez tava sendo feita com dinheiro sujo e que isso tinha um nome: doping financeiro. E aí, é claro, eu disse que o estádio do Corinthians seria não a solução da vida do Corinthians, mas provavelmente uma barreira para o futuro do clube, sendo construído como tava sendo. Cê já foi ao estádio do Corinthians? Então você vá ao estádio do “time do povo” e deslumbre-se com mármore, com banheiro com privada automática... É um estupor de luxo. Do time do povo. (KFOURI, 2022, s/p.).

Interessante a correlação que Kfoury faz entre o processo de modernização dos estádios de futebol no Brasil e a propagação dos discursos de times do povo. Note que um aspecto não inviabiliza o outro: o fato de o estádio dispor de instalações mais confortáveis e funcionais não deveria soar como algo associado à “elite” e, portanto, restritivo ao povo. Essa lógica retroalimenta o estigma – aqui retomando a conceituação de Goffman (1988) – de inferioridade do pobre diante do rico. No entanto, considerando-se as bases de uma sociedade estruturada em classes, é plenamente compreensível esse raciocínio. Inclusive, dentro das subdivisões desses estratos, cabe trazer ao debate o termo “time de massa”, que também é utilizado pela imprensa esportiva e pela cultura torcedora na intenção de associar um clube às camadas populares. Um bom exemplo é a alcunha de “Galão da Massa”, atribuída ao Clube Atlético Mineiro e que é retroalimentada constantemente pela diretoria do time. Diante desse exemplo, convém retomar uma pergunta muito pertinente feita pela professora Leda Costa durante a etapa de qualificação desta tese: existe diferença entre ser o time do povo e ser o time da massa? O diálogo com Marcelo Barreto no percurso empírico deste trabalho parece auxiliar na resposta:

Marcelo Barreto (M.B.): Eu acho que são duas formas diferentes de dizer a mesma coisa, talvez?

Thalita Neves (T.N.): Eu não sei. Eu fiquei pensando que “massa” talvez saia um pouco desse espectro classista e entre naquela amplitude que a gente tava falando... sobre ter 40 milhões de torcedores.

M.B.: No começo da entrevista, né: o clube é popular porque ele tem muitos torcedores ou porque ele é um clube mais presente nas classes mais baixas e populares? Talvez “massa” tenha a ver com essa questão de quantidade e “povo” tenha a ver com essa questão de classe social.

T.N.: Sim, sim. Acho que chegamos numa resposta bastante aceitável.

M.B.: Pode ser. Mas nada científico, né? Tudo forjado no jeito de falar.

T.N.: É por isso que é difícil fazer trabalho científico sobre futebol!

Partindo desse raciocínio e considerando-se que o conceito de massa pressupõe uma multidão, é pertinente retomar também o argumento proposto por Roberto DaMatta em *O que faz o Brasil, Brasil?* (2001), quando o autor descreve o ambiente das ruas enquanto local de fluidez e movimento. Em um comparativo com o lar – que seria uma unidade mais integrada – a rua, como um rio, “se move sempre num fluxo de pessoas indiferenciadas e desconhecidas que nós chamamos de ‘povo’ e de ‘massa’” (DAMATTA, 2001, p. 20). O autor ainda adverte que “temos que nos dar conta de que vivemos numa sociedade onde casa e rua são mais que meros espaços geográficos. São modos de ler, explicar e falar do mundo” (pp. 19-20). Sentido

semelhante tem o jornalismo, que opera como uma importante ferramenta social ao dar voz ao que precisa ser dito. Mas isso, claro, balizado pelos princípios éticos e fatores mercadológicos que sustentam a profissão, além da própria bagagem cultural do jornalista, tendo em vista o que foi aqui discutido sobre os limites da interferência clubística na cobertura esportiva.

Todavia, mesmo que encontre diversos percalços pelo caminho, o jornalismo parece estar avançando em uma série de pautas que, há bem pouco tempo, sequer tinham valor-notícia, como as que envolvem causas raciais, de gênero e de classe. Embora na cobertura esportiva o embate classista ainda se valha de visões estereotipadas e que carecem de uma angulação mais crítica – como vem sendo descrito no decorrer desta tese – alguns avanços da editoria são bastante evidentes. Um exemplo, citado pelo jornalista Marcelo Barreto, tem a ver com a relação que os próprios atletas têm hoje em dia com as mídias, enfatizada pelo advento das redes sociais. Na visão de Barreto, esse é um fenômeno positivo: “O jogador de futebol hoje tá conseguindo se esconder menos do papel dele na sociedade. Então, por mais que a gente discuta assim: ‘Será que o Neymar fez certo ou fez errado em participar da campanha política do Bolsonaro?’ Ele fez, né? Ele se expôs à crítica.” (BARRETO, 2022, s/p.).

Eu acho que o jogador cada vez menos consegue se esconder atrás da estrutura do futebol. Ele hoje é obrigado a encarar a realidade. Não só o jogador. Se você pensar no que aconteceu com o Cuca, por exemplo, quando um caso de violência sexual foi resgatado – um caso que já era conhecido –, se você pensar no que aconteceu com o Robinho depois que ele foi condenado por estupro... Houve um tempo em que os jogadores seriam isolados, blindados, não iam aceitar falar disso. E hoje não é possível. Eu acho que os jogadores têm cada vez mais que enfrentar a opinião pública pra falar de coisas que não são só as coisas do esporte. Enfrentar a opinião pública eles sempre precisaram pra falar de seu desempenho esportivo. Mas acho que hoje, quando isso vai acontecendo, talvez cada geração chegue um pouquinho mais preparada. (BARRETO, 2022, s/p.).

Essas questões em torno do relacionamento do atleta com a imprensa – envolvendo posicionamento político e outros aspectos ideológicos – serão debatidas mais a fundo no decorrer deste capítulo. Por ora, cabe destacar outra evidência do avanço das coberturas esportivas, desta vez notado pelo jornalista Juca Kfourri, lembrando uma edição de mesa redonda do canal *SporTV*, veiculada em 2011, da qual participavam os ídolos corintianos Sócrates e Casagrande<sup>17</sup>: “Foi uma das últimas aparições do Sócrates na televisão, já bem combatido. Sócrates, Casagrande, Cléber [Machado], mais dois ou três jornalistas. De repente,

---

<sup>17</sup> Juca Kfourri e Walter Casagrande comentaram esse episódio na edição de 9 de maio de 2022 do programa *Roda Vida*, da *TV Cultura*. Disponível em: <https://youtu.be/tmR3WkW4okY>. Acesso em: 5 abr. 2023.

o Casão olha pro Sócrates e diz assim: ‘Magrão, eu sempre quis te dizer isso: Eu amo você. Eu te amo.’” (KFOURI, 2022, s/p.).

Kfoury afirma que esta foi a primeira vez em que ele viu um momento afetivo sendo protagonizado por dois homens em um programa sobre futebol, modalidade cuja lógica das masculinidades hegemônicas ainda persiste. “Tirante nas novelas, eu nunca tinha visto – e nem era nas novelas uma coisa frequente... de um homem poder dizer pro outro ‘eu te amo’ – e o Casão disse, pro Magro.” Em uma perspectiva menos comovente e mais analítica, Marcelo Barreto comenta o episódio: “Pra cada geração de jogadores que passa, alguns tabus vão sendo quebrados. Talvez pra toda uma geração de jogadores hoje, um jogador dizer pro outro ‘eu te amo’ seja uma coisa mais natural. Não era natural pra geração do Sócrates e do Casagrande.” E conclui: “Eu acredito em pequenos avanços, sabe? Agora, cê consertar todo um quadro em que você olha e que tem tanta coisa errada... Não é um ‘eu te amo’ que vai resolver tudo isso. Mas dá a sua ajuda.” (BARRETO, 2022, s/p.).

## 2.2. O discurso da idolatria na cobertura esportiva

Embora seja uma atividade moderna, um espetáculo pago, produzido e realizado por profissionais da indústria cultural, dentro dos mais extremados parâmetros capitalistas e burgueses, ele não obstante, também orchestra componentes cívicos básicos, identidades sociais importantes, valores culturais profundos e gostos individuais singulares. A começar pela possibilidade de projetar, no campo e na partida que produz, emoções, mitos e fantasias individuais e coletivas, tirando do espetáculo – como Nelson Rodrigues percebeu melhor do que ninguém – qualquer possibilidade “objetiva” ou unidimensional. (DAMATTA, 2006, p. 145).

O trecho extraído do livro *A bola corre mais que os homens*, do antropólogo Roberto DaMatta (2006), justifica o caráter multidimensional de um esporte que, a despeito de sua origem bretã, eleva o Brasil ao patamar de melhor do mundo. O futebol, enquanto cultura de massa, permite analisar diversos aspectos da sociedade brasileira, evidenciando contradições e, ao mesmo tempo, dimensionando singularidades tipicamente associadas ao brasileiro nato: malandro, extrovertido, acolhedor. Nesse contexto, o discurso da idolatria e a construção de narrativas que associam jogadores a mitos e heróis seriam apenas algumas das facetas que ilustram os modos como o país é socialmente representado pelos produtos midiáticos, como o jornalismo esportivo.

Com base nessa perspectiva, e considerando-se o que foi discutido no capítulo anterior sobre hierarquias urbanas no Brasil, pretende-se debater neste tópico como o discurso da idolatria se transpõe no conteúdo noticioso que pauta ídolos do futebol que estão distantes

do principal eixo econômico do país, a região Sudeste. Trata-se, portanto, de um exercício empírico que visa evidenciar marcas discursivas relacionadas à concepção de jogadores ídolos, mitos, heróis que, mesmo não sendo destaques com a Seleção Brasileira, atingiram um patamar mitológico nos respectivos clubes onde fizeram carreira, sobretudo a partir das narrativas construídas pelo jornalismo esportivo, que costumeiramente reforça tal discurso simbólico.

Para tanto, o exercício proposto neste tópico abrange quatro personagens do futebol que despontaram fora do eixo Rio-São Paulo – cada qual em uma região brasileira – mas que acabaram ganhando protagonismo também no Sudeste, principal eixo socioeconômico do país. São eles o ponta-direita Renato Portaluppi (ídolo do Grêmio), o atacante Bobô (ídolo do Bahia), o meia Iarley (ídolo do Paysandu) e o atacante Túlio Maravilha (ídolo do Goiás). Os conteúdos noticiosos que embasaram este exercício empírico foram publicados entre 2014 e 2019 em veículos da mídia esportiva hegemônica, a saber: revista *Placar*, diário *Lance!* e portal *globoesporte.com*. A escolha desses periódicos que motivaram a análise se deve justamente ao fato de se tratarem de veículos hegemônicos, o que contribui para dimensionar o alcance do discurso da idolatria no imaginário do interlocutor. Contudo, antes de analisar os conteúdos propostos e adentrar nas particularidades das carreiras desses jogadores que os fizeram atingir o patamar de ídolos, cabe contextualizar o que se entende por idolatria nessa discussão.

Em artigo intitulado *Mídia, Ídolos e Heróis do Futebol*, o sociólogo Ronaldo Helal (1999) defende que “um fenômeno de massa não se sustenta sem a presença de ‘estrelas’. São elas que atraem as pessoas aos eventos e transformam-se em um referencial para os fãs.” (p. 1). Em poucas linhas, essa perspectiva ilustra como se dá a relação entre o futebol e a construção midiática de ídolos. O fenômeno é vantajoso para ambos – ídolo e mídia – pois, de um lado, o jogador idolatrado ganha fama e notoriedade também fora dos gramados; e, de outro, a mídia fideliza audiências ao explorar o imaginário do espectador por meio da representação dos ídolos como modelos a serem seguidos. Assim sendo, os personagens passam a representar atributos que vão além de suas habilidades futebolísticas, assumindo também o papel de redentores da sociedade em narrativas que seguem basicamente o mesmo padrão: jogador de origem humilde, que enfrenta uma série de desafios para se firmar na profissão e finalmente passa a ser reconhecido por seu talento, atingindo o patamar de mito e herói perante a comunidade.

Essa narrativa é descrita em detalhes no livro *O herói de mil faces*, do mitólogo Joseph Campbell (2007). A obra relata a saga do herói desde sua infância até a velhice, quando este já se tornou um símbolo de identificação e exemplo a ser seguido pela sociedade. Em Campbell (2007, p. 168), “toda a vida do herói é apresentada como uma grandiosa sucessão de prodígios, da qual a grande aventura central é o ponto culminante”. Ao fim dessa saga, a sociedade passa



a se espelhar na figura mítica: “por um alargamento da visão, destinado a fazê-la abarcar esse superindivíduo, cada pessoa se descobre aperfeiçoada, enriquecida, apoiada e magnificada” (p. 192). Tanto é que, conforme o professor e filósofo Mircea Eliade, a palavra mito “é hoje empregada tanto no sentido de ‘ficção’ ou ‘ilusão’, quanto no sentido – familiar sobretudo aos etnólogos, sociólogos e historiadores de religiões – de ‘tradição sagrada, revelação primordial, modelo exemplar’ (ELIADE, 1972, p. 6).

Trazendo a obra de Campbell para o universo futebolístico e propondo um diálogo com Helal (2003), pode-se dizer que as narrativas míticas mostram, inclusive, “que não basta o ato heroico em si, de forma isolada – no caso, as vitórias, as realizações e os gols no futebol. O herói tem que preencher outros requisitos – tais como perseverança, determinação, luta, honestidade, altruísmo – para se firmar no posto.” (HELAL, 2003, p. 23). Esses requisitos são o que mais aproximam o espectador do personagem em questão, já que permitem uma identificação com ele e com a sua trajetória de vida. Nesse sentido, é interessante salientar a distinção proposta por Helal (1999) entre ídolos e heróis. Os primeiros seriam personagens que viveriam apenas para si, destacando-se exclusivamente por seus atributos e habilidades. Os heróis, por sua vez, são aqueles que dividem seus feitos com a comunidade, tornando-se os redentores da sociedade – visão esta mais condizente com os trabalhos de Campbell.

Com base nessas definições, o esporte passa ser visto como um terreno em potencial para a construção de ídolos-heróis relevantes para a sociedade, devido ao aspecto da luta/combate intrínseco às competições. Nas palavras do literato José Miguel Wisnik, “junto com a bola, o futebol faz rolar a Roda da Fortuna, a roleta que lança os jogadores num campo de provação que circula entre a promessa, a mediania, o carisma, o prodígio, o mito, a decadência, o malogro, a desgraça e o renascimento das cinzas (2008, p. 102)”. Também reconhecidos por seu talento, simpatia e carisma, esses heróis da roda da fortuna seriam, ainda, paradigmas de anseios sociais, conforme apontou Helal (1999). Isso fica ainda mais evidente ao se considerar, por exemplo, os jogos da Seleção Brasileira, sobretudo nas Copas do Mundo, onde o sentimento nacionalista reflete tanto o anseio por vitórias dentro de campo quanto o reconhecimento enquanto nação que atingiu a glória em outros setores da sociedade.

Mais especificamente em relação aos quatro personagens trazidos para este debate – jogadores-mitos que despontaram nas quatro regiões menos desenvolvidas economicamente do país – pode-se dizer que a identificação do público perante determinados atletas se dá, primordialmente, no âmbito dos anseios regionais, como se esse público buscasse reconhecimento para além de mero coadjuvante não apenas no cenário futebolístico, mas

também no cenário socioeconômico nacional, protagonizado pela região Sudeste do país, mais precisamente pelo eixo Rio de Janeiro-São Paulo.

Ao construir narrativas pautadas pelo discurso da idolatria, o jornalismo esportivo estabelece assim um contrato com a cultura popular, legitimando modelos e padrões ideais que, como já apontado, permeiam o imaginário social brasileiro, permitindo a identificação do público diante de trajetórias repletas de adversidades, porém, sempre vitoriosas. Vale salientar que, embora as matérias que vão ilustrar essa discussão não sejam provenientes de veículos regionais, é provável que, caso o fossem, o discurso da idolatria construído pela mídia estabeleceria ainda uma espécie de contrato com a cultura regional, explorando questões identitárias também no âmbito dos anseios particulares de cada região do país.

Nesse sentido, Eliade (1972) pondera que, a despeito do caráter ficcional que algumas narrativas concernem aos mitos, “somente quando encaradas por uma perspectiva histórico-religiosa é que formas similares de conduta poderão revelar-se como fenômenos de cultura, perdendo seu caráter aberrante ou monstruoso” (pp. 7-8). Ou seja, embora a saga do mito possa por vezes soar inverossímil, as narrativas jornalísticas carregam discursos que fazem com que o interlocutor se identifique ou não com a trajetória ali descrita, legitimando-a ou não sob certos aspectos. Ainda em relação à verossimilhança, Eliade explica que a narrativa mítica é sempre uma história sagrada, ocorrida no “tempo fabuloso do princípio”, o que, do ponto de vista da sacralidade, a concebe enquanto história verdadeira, visto que se refere a realidades: “O mito cosmogônico é ‘verdadeiro’ porque a existência do Mundo aí está para prová-lo; o mito da origem da morte é igualmente ‘verdadeiro’ porque é provado pela mortalidade do homem, e assim por diante.” (ELIADE, 1972, p. 9).

Em outros termos, o mito narra como, graças às façanhas dos Entes Sobrenaturais, uma realidade passou a existir, seja uma realidade total, o Cosmo, ou apenas um fragmento: uma ilha, uma espécie vegetal, um comportamento humano, uma instituição. É sempre, portanto, a narrativa de uma ‘criação’: ele relata de que modo algo foi produzido e começou a ser. O mito fala apenas do que realmente ocorreu, do que se manifestou plenamente. Os personagens dos mitos são os Entes Sobrenaturais. Eles são conhecidos sobretudo pelo que fizeram no tempo prestigioso dos ‘primórdios’. Os mitos revelam, portanto, sua atividade criadora e desvendam a sacralidade (ou simplesmente a ‘sobrenaturalidade’) de suas obras. Em suma, os mitos descrevem as diversas, e algumas vezes dramáticas, irrupções do sagrado (ou do ‘sobrenatural’) no Mundo. (ELIADE, 1972, p. 9).

A concepção sacral do mito também é defendida pelo historiador e antropólogo Jean-Pierre Vernant (1990) em seus trabalhos sobre a mitologia grega. Conforme o autor, os gregos colocam entre seus deuses paixões e sentimentos, atitudes mentais, qualidades intelectuais, erros e desvios do espírito – perspectivas estas as quais Vernant considera passíveis de serem

objetos de um culto: “No quadro de um pensamento religioso, aparecem sob a forma de forças sagradas, ultrapassando o homem e o extravasando no mesmo momento em que ele sente a presença delas no seu âmago.” (p. 136). É, portanto, nesse repertório do sagrado que a construção da narrativa mítica se estabelece, reforçando um discurso de idolatria que representa “a família, o país, a descendência, a hierarquia” (p. 141) e, portanto, a redenção.

Diante dessa contextualização, cabe trazer ao debate os quatro personagens aqui citados – Renato Gaúcho, Bobô, Iarley e Túlio Maravilha – e algumas narrativas em torno desses ídolos do futebol publicadas nos seguintes veículos jornalísticos da grande mídia: revista *Placar*, diário *Lance!* e portal *globoesporte.com*. Renato Portaluppi – ou Renato Gaúcho, como a imprensa nacional prefere enfatizar – é natural de Guaporé, interior do Rio Grande do Sul e consagrou-se no Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense tanto como jogador quanto como técnico da equipe, sendo o primeiro e até então o único atleta brasileiro a conquistar a Libertadores atuando nessas duas funções. A carreira vitoriosa na ponta-direita do Grêmio foi construída em um percurso de altos e baixos, típico da narrativa do herói de Campbell (1997). O jogador chegou ao clube no início dos anos 1980, ainda sem a alcunha de Renato “Gaúcho”, que o faria reconhecido no país inteiro.

Contrariando o comportamento cristão do atacante tricolor Baltazar Júnior, Renato Portaluppi veio para revolucionar – com a mesma desenvoltura – a noite porto-alegrense e o ambiente sisudo do grupo do então técnico Ênio Andrade. “Chegava desrespeitoso, falando alto, exigindo lugar no time. Ênio, pai da disciplina e da aplicação tática, relutava em colocar entre seus titulares alguém com perfil tão inconfiável.” (COIMBRA *et al.*, 2009, p. 199). O Grêmio perdeu a decisão do Campeonato Brasileiro de 1982 para o Flamengo e Ênio deixou o clube. Renato, por sua vez, seria expulso na decisão do Campeonato Gaúcho contra o Inter, amargando o título de vilão daquele ano. Porém, no ano seguinte, e agora incentivado pelo atual técnico e parceiro Valdir Espinosa, Renato aflorou como ídolo tricolor na primeira vez em que um clube gaúcho conquistaria a Copa Libertadores da América. Foi dele o passe para o gol do título contra o Peñarol, marcado pelo atacante César.

Arrancou pela ponta, parou próximo à linha lateral, e cercado pelos adversários fez o que só ele mesmo conseguia fazer: levantou a bola e num espaço minúsculo enganchou-a mandando-a em direção à pequena área. O centroavante César, com a coragem que se apresenta aos jogadores nas grandes decisões, jogou-se junto à trave direita e cabeceou para dentro. (COIMBRA *et al.*, 2009, p. 202).

Cinco meses depois, Renato faria os dois gols da vitória tricolor no Mundial Interclubes, sendo um deles na prorrogação, o que tornou ainda mais epopeica a conquista do título. Embora

Portaluppi preencha os requisitos do herói clássico – garoto de origem humilde, que desde os doze anos trabalhava como padeiro para ajudar a família e acaba sendo descoberto no futebol por um olheiro – o jogador assume também outro papel na narrativa mítica: aquele que se destaca pelo talento inato, genuíno, que não dependeria de esforço para existir. Essa vertente é, segundo Helal (2003), o que diferencia o discurso da idolatria vinculado aos heróis nacionais em comparação aos heróis em escala mundial, visão na qual as habilidades e o talento do ídolo vêm sempre atrelados às noções de treinamento e disciplina. “O diferencial nas narrativas brasileiras centra-se justamente na ênfase da conquista através da ‘genialidade’, ‘irreverência’ ou ‘malandragem’.” (HELAL, 2003, p. 23).

Esses quesitos são facilmente observados na produção noticiosa sobre Renato Portaluppi. Um exemplo é a matéria publicada pela revista *Placar* em 29 de novembro de 2017 e intitulada *Renato se consolida como ídolo máximo dos gremistas* (PLACAR, 2017). Além das marcas discursivas que reforçam o discurso da idolatria – “ídolo máximo”, “herói dos títulos”, “eterno camisa 7”, “garra gaúcha”, entre outras – a matéria enfatiza o “perfil menos acadêmico” do jogador/técnico, respaldado com a seguinte declaração do personagem: “Quem não sabe vai à Europa estudar. Quem já sabe tudo vai à praia.” Inclusive, entre os títulos conquistados por Portaluppi, existe a taça simbólica de “Rei do Rio”, prêmio concedido pela imprensa esportiva devido ao seu carisma e, claro, às boas atuações dele por equipes cariocas.

Antes disso, contudo, o jogador foi cortado da Copa do Mundo de 1986 por motivos disciplinares. Vale salientar que esse fato revigorou um sentimento de marginalidade típico da população gaúcha em relação ao restante do país. Sentimento este que pode ser explicado pela ótica do historiador Cesar Guazzelli (2000). Segundo o autor, o futebol gaúcho permite manifestar o sentimento de desprestígio que sentem os rio-grandenses em relação ao conjunto nacional, como se esse esporte reproduzisse os problemas que atingem outros segmentos do estado. Essa perspectiva, inclusive, se estende às demais regiões aqui em debate: Nordeste, Norte e Centro-Oeste. Cabe ressaltar também que a própria alcunha de Renato “Gaúcho”, que até hoje é utilizada pela imprensa no lugar de Renato “Portaluppi”, remete à construção mitológica de um ídolo associado ao imaginário do gaúcho típico – povo aguerrido, “raçudo”, defensor de fronteiras. Curioso é que essa versão, ironicamente, contradiz o que se entende pela característica de malandragem associada a Portaluppi. Quanto ao imaginário do gaúcho típico, suas correlações com um estilo particular de se jogar bola e a suposta marginalização do território, Guazzelli sinaliza:

As mágoas se referem a ‘injustiças’ cometidas contra outros jogadores, referidas, a priori, ao descaso com atletas e clubes do Rio Grande do Sul, mesmo nos momentos em que o futebol gaúcho se destacava. O caso de Falcão, em 1978, foi emblemático: não relacionado para a Seleção, havia sido bicampeão brasileiro pelo Internacional, na grande equipe de 1975-1976. Também o corte de Renato, por discutíveis motivos disciplinares – que não afetaram outros atletas do centro do país –, provocou reações inconformadas no Estado. (GUAZZELLI, 2000, p. 47).

Interessante ponderar que as representações midiáticas mais atuais sobre Renato Portaluppi evocam a questão da memória afetiva em relação ao fato de, anos depois, o atleta ter retornado ao Grêmio como técnico e conquistado a Copa Libertadores da América também nessa posição. Em diálogo com Vernant (1990, p. 161), pode-se dizer que esse apelo mnemônico quanto ao retorno de Portaluppi à equipe corresponde à necessidade de uma nova salvação individual, a qual “não é orientada para o conhecimento de si mesmo, no sentido em que nós o entendemos, mas para uma ascense purificadora que transfigura o indivíduo e o eleva ao nível dos deuses”. Nesse sentido, Eliade (1972) retoma a questão religiosa quando afirma que viver (ou reviver) os mitos é algo que destoa da experiência da vida cotidiana.

A "religiosidade" dessa experiência deve-se ao fato de que, ao reatualizar os eventos fabulosos, exaltantes, significativos, assiste-se novamente às obras criadoras dos Entes Sobrenaturais; deixa-se de existir no mundo de todos os dias e penetra-se num mundo transfigurado, auroral, impregnado da presença dos Entes Sobrenaturais. Não se trata de uma comemoração dos eventos míticos, mas de sua reiteração. O indivíduo evoca a presença dos personagens dos mitos e torna-se contemporâneo deles. Isso implica igualmente que ele deixa de viver no tempo cronológico, passando a viver no Tempo primordial, no Tempo em que o evento teve lugar pela primeira vez. (ELIADE, 1972, p. 18).

Dando sequência à análise de marcas discursivas que remetem ao discurso da idolatria atrelado a jogadores que despontaram em clubes que estão distantes do principal eixo socioeconômico do país, convém trazer ao debate a narrativa sobre o jogador Pedro Iarley Lima Dantas<sup>18</sup>, mais conhecido por Iarley. Nascido em 1974 no sertão cearense de Quixeramobim, Iarley tem história peculiar no futebol brasileiro, tornando-se ídolo em duas equipes situadas em regiões opostas no mapa do país: o Paysandu Sport Club, de Belém do Pará, e o Sport Club Internacional, de Porto Alegre. Começou a carreira em 1993 no pioneiro Ferroviário Atlético Clube, atuando como meia e atacante. Chegou a passar pelo Real Madrid ainda na década de 1990, mas não se firmou na Europa. De volta ao Nordeste em 2001, compôs o trio artilheiro do Ceará Sporting Club ao lado de Mota e Sérgio Alves, naquele que foi o melhor ataque da história do time em campeonatos brasileiros.

---

<sup>18</sup> A trajetória do jogador encontra-se descrita em vídeo publicado no canal oficial do Ceará Sporting Club. (VOZÃO TV, 2021). Disponível em: <https://youtu.be/4F48Ofma48w&t=1s>. Acesso em: 25 abr. 2023.

Veio ao Paysandu como reforço para a Copa Libertadores da América de 2003. O clube paraense fez uma campanha surpreendente: liderou sua chave e, nas oitavas de final, chegou a ganhar do tradicional Boca Juniors em plena La Bombonera. O gol da vitória foi marcado por Iarley, em atuação que despertou o interesse do próprio Boca Juniors pelo jogador, embora o Paysandu tenha sido eliminado no segundo jogo por 4 x 2 no Estádio Mangueirão. Contratado pelo Boca meses depois desse episódio, Iarley alavancou seu status de mito ao conquistar o Mundial de Clubes pela equipe xeneize (campeã da Libertadores daquele ano) em decisão de pênaltis contra o Milan, então vencedor da Liga dos Campeões da UEFA. Em 2006, Iarley repetiria o feito pelo Internacional, tornando-se o único atleta brasileiro com mundiais de clubes conquistados em um time da Argentina e outro do Brasil (MONTEIRO, 2018).

A edição 2006 do Mundial foi decidida contra o Barcelona, que tecnicamente era muito superior ao Inter. Portanto, era improvável que o Barça de Puyol, Deco e Ronaldinho (ex-jogador do rival Grêmio) fosse sucumbir perante o Internacional de Índio, Iarley e, em especial, do atleta alagoano Carlos Adriano de Souza Vieira, conhecido internamente como Adriano Gabiru e desconhecido mundialmente até fazer o gol que daria o título de campeão do mundo ao Inter. Gabiru saiu do banco de reservas aos 30 minutos do segundo tempo, substituindo o capitão Fernandão, que desabara em uma dividida. Aos 36 minutos da etapa complementar, o meia Iarley – que só não foi o nome do jogo porque o gol foi de Adriano Gabiru – roubou a bola de Puyol na intermediária e, em um contra-ataque fulminante, tocou na medida para Gabiru fazer história ao mesmo tempo no Inter, em Alagoas e no Camp Nou.

Ora, o Camp Nou é tapado de cadeiras de cima a baixo. Cabem quase 100 mil indivíduos civilizadamente alocados, designados. Seus jogadores contam com o melhor centro de treinamento, são cuidados pelos melhores médicos, dirigem os melhores carros, habitam uma cidade melhor num país melhor. Folhas salariais lado a lado? Os vermelhos são flechas contra a pólvora, quilombos contra o latifúndio, bolcheviques contra o tzar, Zapata contra Porfirio Díaz, ribeirinhos contra a nata da Europa. [...] É sobretudo por coerência política que o Internacional não poderia colher entre as suas patentes altas o tiro definitivo da sua insurreição. Será preciso um herói a quem não caiba estátua, um deus temporário, que não se possa divino, alguém que dos gols marque o menos europeu, um gol sem fetiche, nascido em Alagoas e criado em banco de reservas, ribeirinho entre ribeirinhos, de nome Adriano Gabiru. (PEREIRA, 2017, s/p).

Para o gremista autor do depoimento acima – retirado de uma série de crônicas do site *Puntero Izquierdo*, onde torcedores escrevem sobre o time rival –, o gol do título colorado coube ao predestinado Gabiru porque o jogador representava muito bem os traços que extremavam não só o Inter em comparação ao Barcelona, mas também todos os contrastes sociais da relação Brasil x Europa. Quando perguntado pelo repórter João Sena (2014), do *globoesporte.com*, se ficou uma frustração por não ter sido eleito o melhor atleta em campo

naquele dia, Iarley nega, ressaltando que a frieza para reter a bola nos minutos finais de jogo e atrair a marcação adversária lhe trouxe mais audiência: “Isso me rendeu muito mais mídia do que se tivesse sido eleito. Todo mundo comentou. [...] Frustração, não. Fui campeão.”

Além de ter se tornado campeão mundial por duas equipes diferentes, Iarley é lembrado como protagonista da única vez na história em que uma equipe do Norte do país disputou a Libertadores da América. Tal feito, por si só, já carrega um imaginário mítico, sobretudo porque o Paysandu se classificou para as oitavas de final do torneio como primeiro colocado em seu grupo e terceiro colocado geral. Uma matéria da revista *Placar*, escrita pelo repórter Danilo Monteiro (2018), revela marcas discursivas que reforçam esse imaginário. O conteúdo, publicado em 27 de abril de 2018 e intitulado *Há 15 anos: o gol na Bombonera que valeu dois títulos mundiais a Iarley*, traz expressões como “façanha”, “mítico estádio”, “noite mágica para o futebol do Pará” e “anos de glória e idolatria”. (MONTEIRO, 2018).

A narrativa traz ainda a dificuldade financeira enfrentada pelo Paysandu como mais um componente que reforça o caráter heroico da campanha do grupo na Libertadores: “Os salários atrasavam, cheguei a ficar sem receber três meses, mas nossa vontade e amor pelo clube eram maiores, isso nunca nos abalou.” A declaração de Iarley na matéria de Monteiro (2018) aponta para outra questão problemática no futebol, que tende a ser mais grave para os times ditos de fora do eixo: os entraves que essas equipes enfrentam para se manter atuando em nível profissional. Iarley assume, assim, a figura do redentor na jornada clássica do herói, simbolizando todo o Norte do país em uma competição onde o desprezioso futebol dessa região brasileira disputava páreo a páreo com alguns dos melhores clubes do mundo.

Nessa mesma matéria, o ídolo relembra a eliminação do Paysandu naquela Libertadores como o dia mais triste de sua carreira: “Ver aquela multidão saindo do estádio, mais de 60.000 pessoas que foram ao jogo a pé, de bicicleta, a cavalo, foi devastador. Até hoje fico triste quando lembro.” (Iarley citado por Monteiro, 2018). Entre 2008 e 2012, Iarley ainda passou pelo Corinthians e disputou mais de cem jogos pelo Goiás, fazendo o gol do título da Série B pela equipe esmeraldina em 2012. Retornou ao Paysandu em 2013, onde conquistou o Campeonato Paraense, e no ano seguinte ao Ferroviário, anunciando a aposentadoria na equipe cearense que lhe abriu as portas. Nesse sentido, retoma-se a afirmação de Eliade (1972) quanto à rememoração dos mitos e sua relação com o percurso vitorioso que outrora representaram: “Conhecer os mitos é aprender o segredo da origem das coisas. Em outros termos, aprende-se não somente como as coisas vieram à existência, mas também onde encontrá-las e como fazer com que reapareçam quando desaparecem.” (p. 14).

Dando sequência ao exercício empírico proposto neste tópico, adentra a discussão a narrativa em torno do jogador Raimundo Nonato Tavares da Silva, mais conhecido como “Bobô”. Quem não amou a elegância sutil de Bobô? Homenageado na letra de *Reconvexo*, de Caetano Veloso (RELLSTAB, 2018), Bobô nasceu em 1962 no município de Senhor do Bonfim, a 375 km de Salvador. Começou sua carreira em 1981, no Catuense, clube do interior do estado. Em 1985, foi transferido para o Esporte Clube Bahia, sendo destaque da equipe campeã do Campeonato Brasileiro de 1988. Naquele ano, o tricolor baiano era a sensação do futebol nacional com um estilo de jogo rápido, envolvente e alegre, cadenciado por jogadores como Gil, Zé Carlos e Charles, que ganharia o apelido de “Anjo 45” em referência à canção de Jorge Ben. Bobô – franzino, porém dotado da mesma ginga e malemolência dos companheiros – capitaneava aquela equipe. À época, o Bahia era tricampeão estadual e se classificou para as quartas de final do Campeonato Brasileiro no segundo turno, onde enfrentou um adversário também nordestino, o Sport Club do Recife, equipe com a qual disputa o posto de melhor time do Nordeste, em termos de títulos. Classificado com dois empates, o Bahia jogou a semifinal contra o Fluminense, decidindo a vaga em Salvador com mais de 100 mil torcedores nas arquibancadas. O tricolor carioca saiu na frente no placar, mas Bobô e Gil viraram a partida, levando o time baiano à final do torneio. (FAUSTINI, 2019).

O adversário foi o Internacional, que havia goleado o Bahia no primeiro turno do campeonato. Pai Lourinho, pai de santo e líder da torcida tricolor, teria “amarrado” o clube gaúcho antes da decisão, levando para as arquibancadas da Fonte Nova bonecos colorados espetados por agulhas. Efeito do “despacho” ou não, o Bahia venceu o jogo de ida por 2 x 1 de virada, com gols de Bobô. O Inter responderia o “trabalho” no jogo de volta, em que os dirigentes do clube autorizaram a colocação de galinhas pretas, velas, erva-mate e outras quinquilharias no vestiário do adversário, as quais teriam sido retiradas pelo massagista tricolor antes de o clube chegar, quebrando o “despacho”<sup>19</sup>. Dentro de campo, o 0 x 0 garantiu o título de Campeão Brasileiro ao Bahia, 30 anos após a conquista da Taça Brasil de 1959.

Bobô foi transferido para o São Paulo e, em sequência, para o Flamengo, sendo campeão da Copa do Brasil de 1990. Passou também pelo Fluminense, Internacional e Corinthians até encerrar sua carreira em 1997, de volta ao clube que o revelou. A matéria assinada pelo repórter Vinícius Faustini (2019) e publicada no diário esportivo *Lance!* em 19 de fevereiro de 2019, relembra os 30 anos da conquista do Brasileiro de 1988, evidenciando o discurso da idolatria já na manchete: “Um **título de glória!** Há 30 anos, o Bahia chegava ao **topo do país**” (grifo meu).

---

<sup>19</sup> Detalhes desta história podem ser conferidos em notícia publicada no site oficial do Esporte Clube Bahia. (ESPORTE CLUBE BAHIA, 2016). Disponível em: <https://www.esporteclubebahia.com.br/bibrasileiro/>. Acesso em: 26 mar. 2023.



Ao longo da narrativa, outras marcas discursivas sugerem o tom mitológico da conquista do clube, como “saga do Tricolor de Aço”, “driblou seus percalços”, “forte geração de baianos” e “desbancar favoritos”. Algumas marcas insinuam também o imaginário malemolente do povo baiano – que coincidentemente disputou fases decisivas do torneio em época de Carnaval – tais como “contagante ritmo”, “nova malemolência”, “à beira de desafinar” e “compasso de espera” (FAUSTINI, 2019).

Retomando o título da matéria, pode-se dizer que a expressão “topo do país” eleva a conquista baiana a um patamar também socioeconômico, além do futebolístico. Isso porque, em dezoito edições do Campeonato Brasileiro, desde a primeira em 1971 até 1988 (ano em que o Bahia foi campeão), apenas quatro clubes que não eram da região Sudeste – a mais importante do país em termos socioeconômicos – conquistaram a taça: o Internacional, com o tricampeonato de 1975, 1976 e 1979; o Grêmio, em 1981; o Coritiba, em 1985; e o Sport, em 1987 – que atualmente é reconhecido como o único campeão daquela edição, após longos anos de imbróglio com o Flamengo.

Vale destacar ainda o Guarani Futebol Clube, de Campinas, que, apesar de ser uma equipe tradicional do estado de São Paulo, é um time modesto se comparado aos principais clubes paulistas, porém também já foi campeão brasileiro, em 1978. A supremacia de conquistas do eixo Rio-São Paulo (incluindo-se aí cinco títulos de equipes de Minas Gerais) em relação às demais regiões brasileiras se estende até hoje: somando-se as 51 edições do Campeonato Brasileiro desde 1971, 37 delas foram conquistadas por equipes cariocas ou paulistas, evidenciando que as diferenças socioeconômicas se refletem também nos gramados.

Além disso, a discrepância é óbvia ao se considerar que, em 105 anos de Seleção Brasileira, apenas 63 jogadores vestiram a camisa verde-amarela enquanto atuavam por clubes do Nordeste, embora esse número não incluía convocações na lista final para disputar a Copa do Mundo – na qual a contagem é nula – e sim para outros torneios ou jogos amistosos. Interessante ressaltar também que esse total de 63 jogadores representa apenas dois estados nordestinos, sendo 35 atletas provenientes de clubes pernambucanos e 28 de clubes baianos. A título de comparação, de 1930 até 2018, foram 287 convocações de atletas de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais (este em menor escala) para as disputas do Mundial. (ZIRPOLI, 2018a).

Bobô chegou a vestir a camisa 10 da Seleção Brasileira em 1989. Charles, seu companheiro no clube tricolor, vestira a 9. No entanto, Charles ficou de fora da lista final de Sebastião Lazaroni para a Copa América daquele ano – sediada no Brasil e vencida pelos donos da casa – causando enorme alvoroço no estado que foi um dos palcos do torneio, mas que não

se sentiu representado na convocação final<sup>20</sup>: “Eles queriam ver Charles, atacante do Esporte Clube Bahia e campeão brasileiro ainda com tinta fresca, mas o técnico Sebastião Lazaroni o deixou fora dos 20 escolhidos na última hora.” (JUNIOR, 2019, s/p.). Importante ressaltar que, à época, Bobô já não mais atuava pelo Bahia, sendo convocado enquanto vestia a camisa do São Paulo. Fora dos gramados e 25 anos depois da conquista tricolor, Bobô foi eleito deputado estadual na Bahia pelo PC do B, com 25 mil votos, reelegendo-se em 2018 com mais do que o dobro de votos da eleição anterior, o que demonstra certa cadência também nesse segmento. Em matéria do jornal *O Estado de S. Paulo*, assinada pela repórter Clara Rellstab (2018), Bobô relembra o dia em que ouviu pela primeira vez sua cadência imortalizada como “elegância sutil” na letra de Caetano Veloso:

Eu estava em São Paulo, já jogando no São Paulo, e dando entrevista para a Jovem Pan com Milton Neves. Ele fez uma entrevista muito demorada e no final, em agradecimento, disse que ia me dar um presente, e me mostrou a música. Pra mim foi uma surpresa enorme, eu nunca tinha ouvido, ainda não tinha sido mostrada oficialmente. Foi muito prazeroso, principalmente depois de uma entrevista de uma hora (risos). Uma música falando de mim, ainda mais de Caetano... Fiquei lisonjeado e falei: “Pô, agora sim eu estou imortal.” (BOBÔ citado por RELLSTAB, 2018).

Dando sequência ao exercício empírico proposto neste tópico da tese, chega-se à análise das marcas discursivas presentes na narrativa em torno de Túlio Humberto Pereira Costa, “imortalizado” como Túlio Maravilha. O jogador de origem humilde nasceu em Goiânia, em 1969. Ingressou nas categorias de base do Goiás Esporte Clube em 1977 como uma jovem promessa. Dez anos depois, foi artilheiro do Campeonato Goiano com 22 gols, pela categoria juvenil. No ano seguinte, fez sua estreia profissional no clube, ficando com a artilharia do torneio estadual por dois anos consecutivos, 1988 e 1989, e conquistando o bicampeonato em 1990 e 1991. Em 1990, inclusive, Túlio ganhou a artilharia do Campeonato Brasileiro, com onze gols, marca superior à de jogadores considerados estrelas à época, como Raí e Bebeto.

Ainda em 1991, transferiu-se para o Sion, da Suíça, onde não obteve o mesmo destaque. Retornaria ao Brasil em 1994, para defender o Botafogo, em passagem tão emblemática que lhe conferiu o sobrenome Maravilha, entoado pela torcida em paráfrase a uma honraria do clube rival: “Túlio Maravilha, nós gostamos de você. Túlio Maravilha, faz mais um pra gente ver.” O jogador rendeu ao Botafogo a inédita conquista do Campeonato Brasileiro de 1995, sagrando-se artilheiro nacional naquele ano e também no anterior. Nessa época, as declarações polêmicas

---

<sup>20</sup> Detalhes dessa história podem ser conferidos no site *Puntero Izquierdo*, em matéria escrita por Paulo Junior e publicada em 15 de fevereiro de 2019. Disponível em: <https://medium.com/puntero-izquierdo/charles-fonte-nova-bahia-h%C3%A1-30-anos-o-bicho-pegou-na-copa-am%C3%A9rica-no-brasil-ed0369fc80c4>. Acesso em: 26 mar. 2023.

de Túlio contra as equipes rivais já eram destaque na imprensa esportiva, que o colocava em um mesmo posto junto a Romário (Flamengo), Valdir Bigode (Vasco) e Renato Portaluppi (Fluminense) pela disputa do simbólico título de “Rei do Rio” (BAIBICH, 2020).

No final dos anos 1990 sua carreira começou a declinar, com passagens discretas por outras equipes tradicionais, como Corinthians, Fluminense e Cruzeiro. A partir de então, Túlio peregrinou por mais de vinte clubes brasileiros, de norte a sul do país, além dos estrangeiros Újpest (Hungria), Jorge Wilstermann (Bolívia) e Al-Shabab (Arábia Saudita). Do início de sua atividade profissional até 2014, ano em que anunciou sua aposentadoria aos 44 anos de idade, foram quase três décadas de carreira, marca expressiva em se tratando de um jogador de futebol. Embora não tenha disputado uma Copa do Mundo, de 1990 a 1995 foram quinze convocações para a Seleção e treze gols marcados, sendo um deles contra a Argentina, ajeitando a bola com o braço – o que invariavelmente retroalimenta seu status de mito perante a torcida – em partida que levou o Brasil às semifinais da Copa América em 1995.

Em 2008, quando defendia o Vila Nova Futebol Clube, seu time do coração e principal rival do clube que o revelara, Túlio lançou sua candidatura a vereador de Goiânia, sendo eleito como o terceiro candidato mais votado de seu partido, o PMDB (Partido do Movimento Democrático Brasileiro). Esse fato, inclusive, motivou a escrita do livro-reportagem dos jornalistas Fernando Martins e Thiago Veloso, intitulado *A influência do futebol no processo eleitoral: o caso Túlio Maravilha* (2010), no qual os autores discutem a influência que a exposição midiática de candidatos ligados ao futebol exerce no processo eleitoral, problematizando se o discurso da idolatria no caderno esportivo pautaria também a editoria política ao reforçar o imaginário de um jogador-político igualmente idolatrado.

Ser um personagem folclórico pode ser interessante à Editoria de Esportes pela exploração de um jogador que realmente vende jornais por fugir à regra, além de propiciar alegrias ao torcedor. Porém, este tratamento não pode se expandir para outros setores, principalmente quando não integra mais as quatro linhas do futebol. Quem assume um cargo na política, independente da profissão, deve trabalhar em prol da população e não mais a favor do fortalecimento de um mito. Túlio explorou bastante este artifício para ser eleito e ainda utiliza para se blindar de possíveis críticas que recebe na vida política. Mas, longe do gramado, fica a pergunta, será que o mito continua? (MARTINS; VELOSO, 2010, p. 71).

As marcas discursivas da matéria que pauta o milésimo gol do atacante – marcado em um pênalti a favor da equipe do Araxá contra o Mamoré pelo Módulo II do Campeonato Mineiro de 2014 – ilustram a maneira como Túlio é associado à figura mitológica. O conteúdo é assinado pelo repórter Felipe Santos (2014) e foi publicado em 8 de fevereiro de 2014, no portal *globoesporte.com*. Intitulado *Como Pelé e Romário, Túlio marca 'milésimo gol' de*

*pênalti, em Minas*, o conteúdo traz expressões como “famoso e mitológico”, “jogando com 44 anos”, “verdadeira saga”, “tirou a farda” e “toda autoconfiança” para representar o jogador por meio das características que o consagraram quando foi revelado pelo Goiás. Isso mostra que o discurso da idolatria ainda vigora mesmo o atleta estando em fim de carreira e atuando por um time modesto em um torneio de pouca expressão. Esse raciocínio pode ser explicado pela já citada perspectiva de Eliade (1972). O autor defende que esse resgate mnemônico dos mitos é uma forma de reintegrá-los “àquele tempo fabuloso e a pessoa torna-se, conseqüentemente, ‘contemporânea’, de certo modo, dos eventos evocados, compartilha da presença dos Deuses ou dos Heróis” (p. 17).

Embora haja controvérsias sobre o milésimo gol de Túlio Maravilha – somando-se as atuações tanto em torneios tradicionais quanto nos menos expressivos e incluindo-se aí seis artilharias em Campeonatos Brasileiros, em três divisões diferentes – o atleta garante em entrevista à *Folha de S. Paulo* que a contagem está correta: “Tem súmula, ambulância, policiamento, torcida e camisa do time, tá valendo” (Túlio citado por Borges, 2018). Em 2018, apesar de aposentado, o jogador ainda retornaria aos gramados para uma reestrela pelo clube da quarta divisão do Rio de Janeiro, o Atlético Carioca. À época com 49 anos e a intenção de marcar o gol de número 1001, denominado por ele como “gol de superação”, o centroavante goiano se tornou o atleta mais velho da história a atuar no futebol do Rio de Janeiro, feito que até então pertencia a Adilzinho, que em 2017 defendeu o Barra da Tijuca aos 47 anos de idade. (BORGES, 2018).

Tendo atuado por mais de 30 equipes ao longo de sua carreira, Túlio Maravilha reivindica também o recorde dado pelo *Guinness Book* ao atacante uruguaio Loco Abreu, com passagem por 26 clubes em onze países (BORGES, 2018). Quanto ao “gol de superação”, o feito não veio pelo Atlético Carioca, mas viria pelo Taboão da Serra, clube da terceira divisão do Campeonato Paulista com o qual o jogador assinou contrato até maio de 2019. Apesar do ainda remanescente status de mito, Túlio Maravilha marcou o gol 1001 na derrota que rebaixou o Taboão da Serra para a quarta divisão do Paulista. Fora dos gramados, o jogador revelado no centro-oeste do Brasil e que já foi um dos vereadores mais votados de seu partido, mantém um perfil ativo no Instagram onde, além de conteúdo pessoal, divulga suas palestras motivacionais e ações de marketing para grandes marcas no Rio de Janeiro.

O exercício empírico proposto neste tópico da tese traz pistas que ajudam a compreender como o jornalismo esportivo retroalimenta o discurso da idolatria em torno de certos atletas. Apesar de se tratar de uma abordagem sobre jogadores-mitos revelados por clubes ditos de “fora do eixo”, as matérias aqui debatidas foram publicadas em veículos de abrangência nacional,

demonstrando que o status mítico de tais personagens vigora em grande alcance. Por outro lado, é interessante ponderar que, caso fossem analisados conteúdos noticiosos de âmbito regional, os resultados poderiam apontar também para marcas discursivas que remetessem a aspectos identitários e socioculturais típicos de cada região do país. Esse raciocínio parte da premissa de que o discurso da idolatria reforçado pela imprensa esportiva tem forte relação com tais aspectos identitários, embasados pelo pressuposto de que o interlocutor cultiva um senso de pertencimento ao seu local de origem e, por isso, tende a ansiar por mais representatividade de sua região no contexto socioeconômico do país.

Nesse sentido, debater conteúdos noticiosos em torno dos jogadores Renato Portaluppi, Iarley, Bobô e Túlio Maravilha possibilitou ainda perceber que o discurso da idolatria referente a tais personagens independe da posição de seus respectivos clubes no ranking do futebol brasileiro, tampouco do status socioeconômico de suas regiões de origem, e se sustenta mesmo quando o atleta já está em fim de carreira ou atua por clubes de menor expressão no país. As representações midiáticas em torno da figura do mito possibilitam também colocá-los em um patamar que ultrapassa a pauta esportiva, como no caso dos jogadores Bobô e Túlio Maravilha, que obtiveram êxito também em suas carreiras políticas.

Por fim, nota-se que a pauta regional envolvendo o embate entre o principal eixo econômico do país (região Sudeste) e as demais regiões, consideradas periféricas, também ganha proporções no discurso da imprensa esportiva. Isso é perceptível quando, por exemplo, os conteúdos noticiosos apontam para a presença pouco significativa de jogadores de times ditos “fora do eixo” na Seleção Brasileira, como no caso do ídolo Renato Portaluppi – que em 1986 foi cortado do Mundial por motivos discutíveis – e de jogadores de clubes nordestinos, clubes estes que ainda têm pouca ou nenhuma representatividade na Seleção mesmo um século depois da formação do primeiro escote brasileiro.

Outra percepção evidente é que, nos quatro personagens analisados, a trajetória clássica do herói de Campbell (1997) prevalece: jogadores de origem humilde, que enfrentaram percalços na carreira até conquistarem feitos heroicos e, finalmente, simbolizarem a redenção de seus seguidores. “Em suma: a criança do destino tem de enfrentar um longo período de obscuridade. Trata-se de uma época de perigo, de impedimento ou desgraça extremos.” (CAMPBELL, 1997, p. 171). No entanto, em contrapartida aos percalços, “os mitos concordam com o fato de ser necessária uma capacidade extraordinária para enfrentar e sobreviver a essa experiência” (p. 171). A recompensa é que, no que tange à história, o status mitológico vigorará pela eternidade, seja em âmbito futebolístico, concedendo glórias à torcida, seja em âmbito

identitário, como se representassem à ascensão de suas regiões de origem a um patamar de destaque no mapa brasileiro.

### 2.3. Futebol e ascensão social no Brasil

Eu tinha o título e a abertura prontos. “Sócrates, o original” era o título. [...] Na abertura contaria um episódio que ele um dia me contou, acontecido no vestiário do Botafogo de Ribeirão Preto, depois de seu primeiro treino no time principal, aos dezessete anos. Banho tomado, o técnico da base do Botinha, Nato, se aproximou e perguntou o que ele fazia além de jogar futebol. Ao saber que Sócrates começava a cursar a Faculdade de Medicina, lamentou: \_Que pena. Se você fosse pobre, ia virar um dos melhores jogadores do mundo. Mais Neném Prancha, o mitológico técnico de futebol que uma vez disse que “o jogador tem de correr atrás da bola como se fosse um prato de comida”, impossível. Nato, que hoje mora no Mato Grosso, confirmou a história, mas fez questão de esclarecer: \_Eu falei aquilo com todo respeito. A ele e aos pobres. (KFOURI, 2017, pp. 230-231).

O trecho rememorado pelo jornalista Juca Kfourri em *Confesso que perdi* (2017) – quando o autor conta que estava prestes a escrever a biografia do jogador Sócrates – dá pistas bem-humoradas para uma discussão bastante séria no universo do futebol: a ascensão social por meio do esporte, sobretudo considerando-se a pretensa quebra de hierarquias proporcionada por essa modalidade esportiva, que é supostamente a mais democrática entre todas. Conforme já discutido de forma ampla por pesquisadores como DaMatta (1982), Helal (1997) e Lyra Filho (1983), esse raciocínio de que o futebol se estabelece sobre bases democráticas deriva do fato de que, *a priori*, qualquer pessoa dotada de qualidades individuais seria capaz de atingir um patamar de notoriedade e riqueza através da prática futebolística, independentemente de marcadores sociais como classe e raça.

Essa pretensa quebra de hierarquias, no entanto, convida a pensar no assunto de forma mais aprofundada, tendo em vista que apenas uma pequena parcela dos atletas que atuam em nível profissional consegue, de fato, atingir a mobilidade social por meio da prática esportiva, como será visto no decorrer deste tópico. No caso do futebol, isso pode soar ainda mais controverso ao se considerar que as carreiras em geral são curtas – o atleta teria, portanto, pouco tempo para buscar tal ascensão. Outra perspectiva que fomenta esse debate é que, geralmente, quem sonha em se tornar jogador de futebol não é a criança cujos pais pertencem à classe média e desde cedo a matriculam em um clube de juniores, mas sim o garoto dos estratos sociais mais baixos e desfavoráveis, que às vezes sequer carrega o nome do pai na própria certidão de nascimento. Uma reportagem da revista *piauí* de abril de 2023 ilustra essa perspectiva ao

mostrar que, no Brasil, “das 12,7 milhões de famílias monoparentais com filhos, 87% são chefiadas por mulheres e 13% por homens.” (BUONO; GORZIZA; MACHADO, 2023).

Como bem apontou o educador físico e pesquisador Carlos Teixeira (2016), o atleta juvenil está ciente de que, pelo menos na teoria, dependeria apenas de suas próprias habilidades para obter sucesso no futebol. Uma vez transformado em herói pela bola, esse atleta alcançaria o posto de redentor de toda uma comunidade, extrapolando da perspectiva individual para a coletiva o êxito de suas conquistas. Essa clássica saga heroica já debatida no tópico anterior desta tese foi objeto de estudo de Teixeira (2016) no artigo *Da infância pobre aos campos: a ascensão social de jogadores de futebol profissional*, no qual o autor analisa o discurso de atletas que ascenderam socialmente pelo esporte, investigando se há relação entre as atitudes dos jogadores (dentro e fora de campo) e o fato de terem vindo de famílias de baixa renda.

O trabalho de Teixeira, desenvolvido no âmbito da psicologia social, partiu da avaliação de dezenove entrevistas de atletas bem-sucedidos publicadas pela revista *Placar* entre 2009 e 2011. Foram três as categorias de análise propostas pelo autor: 1) “Ascensão social (infância pobre, mudança de vida e adaptação ao exterior)”; 2) “Mau comportamento dentro e fora de campo (vida pessoal, noitadas, mulheres e rebeldia)”; 3) “Bom comportamento dentro e fora de campo (ajuda aos jogadores mais novos, mudança de atitude e boa educação)” (p. 30). No resultado da análise, Teixeira notou que, aparentemente, não houve correlação entre as atitudes dos jogadores ao longo de suas carreiras e a origem humilde da qual prosperaram. Contudo, alguns marcadores importantes foram sinalizados pelo pesquisador:

Ao final da análise dos dados, notam-se as seguintes características na fala dos jogadores: discurso sobre o sonho de ser jogador de futebol que tinham quando criança; ênfase na ascensão individual: aqueles nascidos em uma realidade de pobreza apontam isso constantemente em seus discursos; as chamadas “baladas” ou festas noturnas são tidas como um dos grandes problemas de alguns jogadores. (TEIXEIRA, 2016, p. 37).

Esses marcadores nortearão o debate aqui proposto, com o objetivo de refletir sobre o potencial do futebol enquanto instrumento de mobilidade social, mas sem a pretensão de responder se esse esporte seria de fato capaz de proporcionar tal ascensão e, sobretudo, de configurar mitos redentores de toda uma comunidade. Nas palavras de Teixeira: “Para o povo brasileiro, o futebol é um misto de necessidades imediatas e práticas de luta para obtenção de resultados e objetivos, mas também é expressão da alegria e da arte popular. Ele permite fina sintonia entre coletivo e individual, dentro e fora de campo.” (2016, p. 28). Sintonia esta pautada na já citada suposta quebra de hierarquias decorrente de um esporte essencialmente massivo.

Entretanto, a despeito de sua popularidade, a prática futebolística profissional envolve toda uma ciência desportiva que, na vertente debatida por Teixeira, demanda exímio conhecimento por parte dos atletas.

Com base em João Lyra Filho (1983) – um dos precursores do direito e psicologia desportivos – Teixeira afirma que “o conhecimento e a contribuição científica são indispensáveis aos atletas, e dessa necessidade surgiu uma ciência dos desportos, com a introdução de conhecimentos pedagógicos, psicológicos e biomecânicos, apoiados pela própria medicina esportiva” (TEIXEIRA, 2016, p. 28). Nesse sentido, por mais democrática que possa ser, a prática futebolística demandaria – além das habilidades físicas individuais – expertise científica, controle emocional e até certo capital intelectual para que um jogador consiga atingir o patamar máximo do sucesso na carreira.

Segundo Lyra Filho (1983), o aumento de performance que o atleta busca a todo momento impõe-lhe o rigor de um treinamento voltado para o corpo e para a mente, com influências científicas de especialistas que possuem conhecimentos em determinados quadros da vida social, orgânica e fisiológica dos seres humanos. [...] Além de apontar como importante o treinamento realizado dentro de um clube, Lyra Filho (1983) também discute a preparação do atleta no seguimento discreto das suas atividades à margem da vida desportiva, nas horas presas em casa ou soltas na rua. Essa preparação do atleta é chamado de treinamento invisível, o qual preza por avaliar hábitos, como, as horas de repouso, as práticas sexuais, os derivativos noturnos, a alimentação abusada, as bebidas comprometedoras, o cotidiano familiar. (TEIXEIRA, 2016, pp. 28-29).

Todos esses aspectos são matérias-primas bastante caras ao jornalismo esportivo, podendo gerar diferentes graus de audiência conforme a angulação da pauta. Tanto que, não raro, as polêmicas extracampo envolvendo jogadores de futebol chamam mais atenção do interlocutor do que a atuação do atleta dentro de campo em si. Algo semelhante acontece quando a pauta é trabalhada sob o discurso da idolatria, debatido no tópico anterior desta tese. A narrativa do herói, segundo Teixeira (2016), interessa tanto à mídia esportiva quanto aos próprios atletas, que se vangloriam de terem saído vitoriosos de uma trajetória repleta de percalços: “Não só a mídia, mas também os próprios jogadores procuram, quase sempre, citar a situação social de origem, uma vez que, assim, eles podem se autovalorizar como indivíduos que venceram por meio da luta dentro de um esporte democrático, porém extremamente competitivo.” (p. 32).

Todavia, o autor pondera que, por outro lado, o jornalismo esportivo pode também configurar uma imagem negativa do atleta quando expõe certos acontecimentos, como no caso das polêmicas extracampo envolvendo o que categorizou em sua análise como “vida pessoal, noitadas, mulheres e rebeldia” (2016, p. 30). Nas entrevistas avaliadas por Teixeira, “muitos



relatos de jogadores apontam a mídia (televisão, rádio, jornais e revistas), produto da Indústria cultural segundo Morin (2005), como a grande responsável por construir uma imagem negativa deles próprios” (2016, p. 33). Essa perspectiva conduz a outras questões muito pertinentes à discussão sobre o futebol como instrumento de ascensão social, levantadas pelos jornalistas Juca Kfourri e Marcelo Barreto, entrevistados por mim no percurso empírico desta tese. Além da narrativa pautada pelo viés da idolatria, ambos os profissionais trazem ao debate demais temas controversos, como movimentos políticos dentro do futebol, posicionamento ideológico de jogadores e cobertura de pautas políticas pelo jornalismo esportivo. Essas questões serão abordadas ao longo dos próximos parágrafos a partir dos depoimentos de Kfourri e Barreto.

Em relação aos levantes democráticos no universo do futebol, muito embora Juca Kfourri reconheça a experiência da Democracia Corinthiana (DC) como um grande *case* de sucesso mundial, sempre que fala do movimento o jornalista pondera sobre a forte retaliação da imprensa em geral – incluindo a esportiva – aos jogadores que lideraram a DC. De lá para cá, nenhum outro movimento ideológico partindo do campo esportivo sequer chegou perto de obter o êxito alcançado pela Democracia Corinthiana. Pelo contrário, Kfourri considera que, nos últimos anos, as pautas da esquerda foram silenciadas no meio esportivo porque, dentro do futebol, a maioria dos atletas passou a reforçar o discurso vigente: “O que a gente mais vê são atletas que reforçam o discurso autoritário, né? O discurso de direita.” (KFOURI, 2022, s/p.). Para exemplificar essa perspectiva, Kfourri retoma o caso do jogador Paulo André – um dos líderes do movimento Bom Senso Futebol Clube<sup>21</sup> –, que, nas palavras do jornalista, foi exportado para a China porque estava “falando demais”:

Vou deixar claro pra você: eu aprendi na minha vida a não exigir heroísmo com o pescoço alheio, tá? Eu vi o que aconteceu com o Paulo André. O Paulo André começou a liderar aquele movimento do Bom Senso Futebol Clube, e, por pressões, acabou sendo exportado pra China. Você poderá dizer: “Ah, mas que exílio dourado! Foi lá ganhar um dinheirão!” É verdade. Mas ele não queria ir. E quando ele volta, ele ouve do Vanderlei Luxemburgo, que era o técnico do Cruzeiro: “Olha aqui, Paulo André, se você quer ser titular – e você é meu titular – saiba que o presidente me disse que se você continuar falando não vai poder ser titular.” E aí o Paulo André se cala. Ele me disse aqui, sentado nesse sofá: “Juca, eu só tenho mais um ano e meio de carreira.” Eu o compreendo. (KFOURI, 2022, s/p.).

<sup>21</sup> O movimento Bom Senso Futebol Clube (Bom Senso F. C.) surgiu em meados de 2013 a partir da mobilização espontânea de jogadores profissionais do Campeonato Brasileiro das Séries A e B, que passaram a manifestar a insatisfação da classe e a reivindicar melhorias no âmbito trabalhista junto à CBF. Entre os líderes do movimento, estavam os atletas Alex, Juan, Fernando Prass, Paulo André, Seedorf, Rogério Ceni e Juninho Pernambucano. O Bom Senso F. C., que inicialmente tinha 75 jogadores envolvidos, chegou a contar com 860 atletas organizados pacificamente em prol da discussão sobre melhorias no calendário do futebol brasileiro, período de férias e outras demandas da classe. (PEREIRA, 2013). Embora o movimento tenha contribuído para que pautas importantes fossem levadas até a CBF, o Bom Senso F. C. acabou perdendo fôlego por falta de recursos financeiros e humanos, extinguindo-se em 2016. (BAIBICH, 2017).

Quanto à afirmação de que o discurso da direita se tornou preponderante no meio futebolístico, Kfourri atrela esse aspecto justamente ao fato de a imensa maioria dos jogadores do Brasil ser de origem pobre e, de repente, ter alcançado a mobilidade social por meio do esporte: “Em regra, os atletas brasileiros vêm de classes excluídas, principalmente no futebol. Têm carreira curta. A tendência é que eles se voltem para os próprios umbigos. No máximo, se preocupem com a família deles e com os ‘parça’.” (KFOURI, 2022, s/p.). Aqui, convém trazer a reflexão de Wisnik (2008) em *Veneno remédio* ao discorrer sobre o “imaginário da favela” e os diferentes sentidos de “malandragem” que foram se moldando culturalmente no país também pelo futebol:

Entre as mudanças culturais cruciais das últimas décadas está o fato de que a marginalidade escancarada pelo crime organizado, que remanejou drasticamente o imaginário da favela na vida brasileira, ganhou dimensão nacional e elaboração cultural correspondente na literatura, no cinema, no rap, no funk. (A comemorar um gol, jogadores de futebol estão visivelmente longe da cultura religiosa que acompanhou o jogo na forma “malandra” dos trabalhos de macumba: ora apontam o céu, gesto que Kaká mundializou, numa alusão ao divino, de base evangélica, ora apontam e acionam uma metralhadora imaginária.) Ao roubar a cena da “dialética da malandragem” que enformou a imagem do Brasil na primeira metade do século por meio do samba e do futebol, a dialética dura da marginalidade, sem síntese, sem folga e, afinal, sem dialética, marca a atmosfera geral do país com a lembrança surda e recalçada de um custo social não redimido. (WISNIK, 2008, pp. 420-421).

Retomando o raciocínio de Juca Kfourri (2022), o jornalista pontua que, ao atingirem um patamar de sucesso, os atletas passam a reproduzir o discurso da saga do herói da qual foram protagonistas. É como se dissessem: “‘Eu não quero é que o trombadinha venha me roubar no meu carro e tomar aquilo que eu conquistei tão duramente’.” E conclui: “‘Se eu me fiz, ele também poderia se fazer.’ A teoria do *self-made man*, entendeu? Eles reproduzem isso. Então o quê que eles querem? O carro blindado, o condomínio... segurança. E bala. Bala em bandido.” (KFOURI, 2022, s/p.). Em contrapartida, Juca fala de sua admiração pelo jogador Adriano – “com todos os problemas do Adriano, né?” – que é fiel ao lugar onde nasceu.

Nesse raciocínio, é como se, ao ascenderem socialmente por meio do futebol e alcançarem o status de redentores perante à comunidade, os atletas se dessem por satisfeitos, eximindo-se de se manifestarem a favor das camadas populares. De fato, não há nada que os obrigue a isso. “O atleta se preocupa é com o jogo no domingo... em bater o recorde. E o resto dane-se.” (KFOURI, 2022, s/p.). A questão levantada por Juca chama atenção porque, nos últimos anos, nas poucas situações em que jogadores de futebol decidiram utilizar seu posto de destaque para serem porta-vozes de demandas sociais, o fizeram em prol do discurso vigente.

Contudo, Kfourri pondera que esse não é um fenômeno apenas brasileiro. Para ilustrar a afirmação, o jornalista relembra seu encontro com o ativista francês Daniel Cohn-Bendit, às vésperas da Copa do Mundo de 2014, sediada no Brasil. Daniel Cohn-Bendit, mais conhecido como Dany Le Rouge, foi um dos líderes do Maio de 1968 na França – movimento político de contracultura, marcado por greves gerais e ocupações estudantis. Cohn-Bendit esteve no Brasil em 2014 para produzir um documentário sobre o Mundial. Juca Kfourri seria um de seus entrevistados.

Ele chegou aqui em casa e perguntou pra mim: “Por que os jogadores brasileiros são tão combativos, tão conscientes politicamente?” Eu falei: “Como é, Dani?” Ele falou: “Sim. É um fenômeno. Os jogadores brasileiros participam politicamente.” Eu falei: “Quantos, Dani? Quantos? Cê não enche duas mãos. Me diga!” Aí ele começou: “O Reinaldo, o Sócrates, o Wladimir, o Casagrande, o Tostão, o Juninho Pernambucano, o Paulo André.” [Parou aí.] Aí ele olhou pra mim e falou assim: “Tá bom, agora me faça essa mesma conta com os europeus.” E eu até não sabia fazer. Falei do Paul Breitner, que foi maoísta, que era um jogador da seleção alemã, importante e tal; o Cantona... bom, depois até teve o filme do Cantona, Os Rebeldes do Futebol, que tem lá o pessoal dos Balcãs – que tem três ou quatro que são militantes e tal – e mais o Caszely no Chile, que virou também um paradigma, né, o cara que deixou o Pinochet com a mão no ar! E aí tem o Muhammad Ali e os dois atletas olímpicos americanos que fizeram o gesto das Panteras Negras – Tommie Smith e John Carlos – enfim, são pouquíssimos. (KFOURI, 2022, s/p.).

Quanto a essa questão do posicionamento ideológico e das manifestações políticas de atletas, o jornalista Marcelo Barreto – também em entrevista concedida a mim no percurso empírico desta tese – é conclusivo: “A gente tende a achar que essa manifestação é legítima quando ela é sobre algo que a gente concorda.” (BARRETO, 2022, s/p.). O jornalista acredita que essa característica de exigir uma fidelidade absoluta ao que se acredita é mais presente nos dias de hoje devido ao advento das redes sociais e à consequente exposição dos atletas nesse meio virtual. Entretanto, Barreto pondera que o anseio da imprensa e da população em geral em saber o posicionamento ideológico dos atletas é algo que vem de longa data, exemplificando seu raciocínio com a cobrança que havia sobre o Pelé: “Afinal de contas, o Pelé é contra ou a favor do governo militar? E aí quando ele dá aquela declaração do milésimo gol – de que o Brasil tem que cuidar das criancinhas – muita gente diz que o Pelé ali tava sendo demagogo.” (BARRETO, 2022, s/p.).

Quando o Tommie Smith e o John Carlos levantam o punho cerrado com a luva – fazendo o gesto dos Panteras Negras – eles estão falando de uma questão social que às vezes até transcende a política, que é o racismo. Então muita gente tende a concordar e olhar para aquilo como um momento histórico. E muita gente não concorda e acha que ali não é o local. Eu acho que hoje em dia tem muito mais essa expectativa das pessoas de que o atleta se manifeste. Aí o atleta vai e se manifesta partidariamente... [como é o caso do Neymar] ...que faz campanha pro Bolsonaro. Aí

o torcedor da Seleção Brasileira que é eleitor do Lula – que é maioria, né, porque o Lula afinal de contas foi eleito, teve mais votos que Bolsonaro – esse cara se sente incomodado. Mas não foi a gente que pediu pro cara se manifestar?! A gente não tá concordando que o atleta deve usar a sua posição de destaque, de visibilidade pra dizer o que ele pensa? O que ele pensa passa também pela questão eleitoral. Passa por preferir um candidato ao outro. [...] Mas eu fico pensando assim também: como é que a Seleção vai nos representar como um coletivo? Se depender do resultado da eleição, a gente teria que ter cinco petistas, cinco bolsonaristas e um “isentão”, né? Aí com os onze talvez a gente representasse o universo político brasileiro, mas não dá. Não é assim que se monta um time. (BARRETO, 2022, s/p.).

Barreto traz outro questionamento muito pertinente ao tema e que se aproxima ainda mais do objeto de estudo desta tese: o jornalista se pergunta por que a cobrança quanto ao posicionamento político de atletas é contundente sobre os jogadores que representam a Seleção Brasileira, porém praticamente inexistente no âmbito dos clubes. A justificativa, segundo Barreto, é que “talvez a gente tente ver mais na Seleção um retrato do que a gente é. Por que como é que o Flamengo, o Corinthians, mesmo sendo os clubes mais populares do Brasil, vão representar a população brasileira?” E conclui: “E aí talvez por isso também essas pessoas se tornaram mais críticas da Seleção Brasileira e fazem a ela críticas que não fariam ao seu próprio clube.” (BARRETO, 2022, s/p.).

“Ah, mas o Neymar votou no Bolsonaro e eu sou petista.” Mas cê sabe em quem o Gabigol votou? Cê sabe em quem o Renato Augusto votou? Se cê faz essa pesquisa em todos os clubes do Brasil, cê vai se decepcionar. Se você é petista, se o seu ponto de vista é o ponto de vista da esquerda, e se você fizer essa pesquisa dentro do seu clube, o resultado não vai ser bom pra você. E aí? Cê vai deixar de amar o seu clube? É porque o clube tem esse negócio, não deixa de amar: “Ah, porque troca de mulher, troca de país, troca de nacionalidade, troca de não sei quê, mas não troca de clube...”, essas coisas todas que a gente incorporou à nossa cultura. Dentro desse processo de construção da afiliação, tem uma coisa muito fechada com o clube que a gente não consegue transferir pra Seleção Brasileira. Parece que com a Seleção Brasileira isso aí rachou. (BARRETO, 2022, s/p.).

Na visão de Marcelo Barreto, aquela fruição e pertencimento que existiam na Copa de 1970, por exemplo, diminuíram muito, de modo que hoje os torcedores já hesitam mais em tomar a Seleção Brasileira como um patrimônio nacional. Se na Copa de 1970, em plena ditadura, os torcedores – ainda que inicialmente tenham proposto um boicote – não deixaram de comemorar os gols do Brasil nos momentos decisivos, atualmente isso ficou bastante diluído, sobretudo ao se considerar a apropriação das cores da camisa da Seleção e do símbolo da CBF pela extrema-direita nos últimos anos. Por meio desse raciocínio, chega-se à perspectiva de Juca Kfourri no que diz respeito à suposta correlação entre vitórias esportivas e resultados políticos. Segundo Kfourri, essa correlação não se sustenta – nem aqui nem em outros lugares do mundo.

Nesse aspecto, vai lá atrás na história: durante a ditadura do Mussolini, a Itália ganhou duas Copas do Mundo. Nem por isso ele deixou de ser morto pelo povo italiano e pendurado de cabeça pra baixo. O Juscelino Kubitschek era presidente do Brasil em 58 quando o Brasil foi campeão. Ele morreu cassado pelo golpe. Em 62, o João Goulart era o presidente da República. Morreu cassado pelo golpe. Em 70 era um ditador, chamado Garrastazu Médici, que ia pro estádio de radinho de pilha. O quê que a história diz do Garrastazu Médici? Que ele era o presidente torcedor ou o presidente torturador? A Copa é imputada a ele ou ao Pelé, ao Gérson, ao Tostão, ao Saldanha, ao Rivellino? Cê sabe que pouco antes da Copa de 70, a revista Realidade, que era então a grande revista brasileira mensal, que foi uma revolução na maneira de fazer reportagem – foi a revista que, digamos, representou no Brasil o que o New Journalism representou nos Estados Unidos... Gay Talese e o diabo a quatro – fez uma capa com Tostão, Gérson e Rivellino, cuja chamada era: “Nestas esquerdas o Brasil confia”. Isso em 70. Em 70. Nós voltamos a fazer essa confusão porque a extrema-direita foi pras ruas com a camisa da CBF. (KFOURI, 2022, s/p.).

Todavia, ainda segundo o jornalista, embora o esporte não determine a política, não se pode negar a presença permanente da política nos esportes em geral. Isso traz à memória um artigo polêmico assinado pelo jornalista Tiago Leifert no qual o autor afirma que “quando política e esporte se misturam dá ruim” (LEIFERT, 2018). Marcelo Barreto se lembra do dia em que o referido texto de Leifert foi publicado e conta que imediatamente trouxe o assunto para o programa do qual é apresentador, o *Redação SporTV*: “Foi uma das primeiras coisas que eu levei pra bancada pra gente debater. O que ele dizia era que praça esportiva não é lugar de manifestação política. Ele achava que ali não seria o lugar. Eu acho esse tema riquíssimo.” (BARRETO, 2022, s/p.). Eis um trecho do artigo de Leifert:

Quando política e esporte se misturam dá ruim. Vou poupá-los dos detalhes, mas basta olhar nossos últimos grandes eventos para entender que essas duas substâncias não devem ser consumidas ao mesmo tempo. [...] Nos Estados Unidos, Colin Kaepernick, jogador da NFL, a liga de futebol americano, resolveu se ajoelhar durante o hino americano para protestar contra a forma como a polícia trata os negros. Trump ficou pistola, os torcedores conservadores também, considerando um desrespeito ao hino. Independentemente do que você, leitor, ache, Kaepernick está desempregado. Nenhum time quis esse “troublemaker” no elenco. Como eu estava dizendo, quando esporte e política se misturam... Será que o evento esportivo é um local apropriado para manifestações políticas? Eu acho que não. Olhando por todos os lados, não vejo motivos para politizar o esporte. [...] Acho também que temos de respeitar os espaços destinados à diversão, senão nosso mundo vai ficar ainda mais maluco. [...] A gente precisa respirar. Você liga no basquete, no vôlei, no futebol para ter umas duas horas de paixão, suspense, humor. Do mesmo jeito que você escolhe uma série no Netflix ou assiste a uma novela. É um desligamento da realidade; nosso cérebro precisa dessa quase meditação para aguentar o dia seguinte. E aí você senta para ver um jogo e esfregam um hino na sua cara, como se aqui fosse uma “república popular”, e seu jogador favorito resolve lacrar na hora de comemorar o gol do título do seu time. É justo? Não. (LEIFERT, 2018, s/p.).

À época da publicação de Leifert, Juca Kfourri – bem menos comedido do que o colega Barreto ao comentar o caso – chegou até a criar um neologismo para criticar o que ele chamou de “leifertização” da cobertura esportiva no Brasil. “Significa que, para se eximir de qualquer

responsabilidade maior, transforma-se a cobertura esportiva em mero entretenimento, com o que você evita eventuais ações na Justiça por denunciar malfeitos da cartolagem em geral e se mantém amiguinho das fontes.” (KFOURI, 2002, s/p.). Nessa discussão, Kfourri é categórico: “A maneira que a gente toma café da manhã é política. É você que prepara o seu café? É quem mora com você que prepara seu café? É uma funcionária que prepara seu café? É o mordomo que traz em baixela de prata? Então é indissociável a política do esporte.” (KFOURI, 2002, s/p.).

Se dá ruim ou se não dá ruim, o fato objetivo é que se constata a presença permanente da política e o uso da política nas vitórias esportivas, em qualquer regime. Regimes ditatoriais fazem isso como se fez em 70 no Brasil, ou regimes democráticos fazem isso como se fez quando o Fernando Henrique, o professor, o sociólogo, obrigou a Seleção Brasileira – depois de uma viagem de 25 horas do Japão pra cá – em vez de ele ir ao aeroporto de Brasília condecorar cada um dos jogadores e mandar todos pra casa pra descansar, os colocou num caminhão de Bombeiros durante sete horas pra fazer o trajeto do aeroporto até o Palácio pra serem condecorados lá. E condecorou o Ricardo Teixeira na sala dele pra que ninguém fotografasse – porque ele sabia quem ele tava condecorando. A única pessoa que tava certa ali foi o Vampeta, que deu cambalhota, bêbado, na rampa do Planalto. Se fosse um ditador que tivesse feito o que o FHC fez, nós até hoje estaríamos dizendo que os ditadores desrespeitavam os Direitos Humanos no Brasil a ponto de até a Seleção Brasileira ter sido maltratada pelo ditador. Mas, como era o Fernando Henrique, passou em brancas nuvens. [...] Isso é tão mentiroso que é até estúpido que a gente discuta o quanto a política e o futebol se misturam. Como é que o Macri virou presidente da Argentina? Cê quer mais do que isso? Um país da importância da Argentina que elegeu um presidente que se deu bem no Boca Juniors, com todos os gangsterismos da cartolagem. Todos. Então como é que eu posso dizer que essas coisas não se misturam? (KFOURI, 2002, s/p.).

Fechando o parêntese sobre os usos políticos do futebol e retomando a discussão inicial deste tópico, é importante trazer as ponderações de Marcelo Barreto quanto às controvérsias que envolvem a ascensão social por meio do esporte no Brasil. Afinal, essa também é uma pauta política. É sobretudo devido à ausência de políticas públicas mais efetivas em torno do esporte que muitos atletas de categorias de base no Brasil não conseguem atingir o nível profissional. Na visão de Barreto, esse gargalo não deveria ser atribuído às agremiações, pois nesse âmbito os clubes atuam como meros captadores de talento: “O objetivo deles no fim das contas não é desenvolver o cidadão, não é a preocupação com a sociedade brasileira. O clube quer desenvolver jogador ou pra jogar no time principal ou pra vender pra Europa e captar recurso.” (BARRETO, 2022, s/p.). Contudo, o jornalista concorda que o futebol é capaz de proporcionar uma mobilidade social que poucas áreas da sociedade proporcionam: “Agora, como é que se prepara esse profissional ou esse cidadão, isso eu acho que é uma coisa que tá mais aberta. Eu reluto um pouco na hora de botar isso na conta dos clubes, sabe?” (BARRETO, 2022, s/p.).

Ainda segundo Barreto, esse debate da mobilidade social por meio do futebol deveria ser mais amplo, em vez de reduzir aos clubes a responsabilidade pela não-profissionalização de atletas. Fazendo um paralelo com o sistema norte-americano de desenvolvimento de talentos esportivos, o jornalista pondera que, no plano ideal, o esporte deveria ser implementado de forma educativa até que se atingisse um nível competitivo. Mas, na prática, “qualquer criança, adolescente, que começa a se destacar como atleta, tem as responsabilidades acadêmicas deixadas de lado pra dar certo como atleta e pra jogar pelo time daquela escola, daquela faculdade” (BARRETO, 2022, s/p.), o que evidencia as falhas do modelo norte-americano. No Brasil, especialmente no futebol, o problema é ainda mais grave, tendo em vista que, ao contrário dos Estados Unidos – que, mesmo com as falhas, acaba forçando o atleta a passar pelo sistema educacional – no caso brasileiro o “esporte profissional atropela a educação” já de imediato, nas palavras de Barreto.

As consequências desse processo, segundo o jornalista, é que as trajetórias dos atletas acabam ficando incompletas em algum âmbito: ganha-se por um lado, mas perde-se por outro. “Faltou alguma coisa na formação do Neymar, mas sobrou um monte de coisa: sobrou dinheiro, sobrou fama, sobrou conquista... Mas esses são os que deram certo. E o rejeito? E quem vai ficando pelo caminho?” (BARRETO, 2022, s/p.). Marcelo Barreto cita uma pesquisa da Universidade do Futebol para referenciar seu ponto de vista: “Eu não consigo guardar de cabeça, mas eu acho que é tipo um em mil: de cada mil crianças que tentam de alguma maneira se transformar em jogador de futebol, um vai virar jogador de elite.” (BARRETO, 2022, s/p.).

A pesquisa citada por Barreto foi publicada em 2018 e mostra que, de milhares de crianças que passam por peneiras, escolinhas e avaliações de futebol, a média das que conseguem atingir o nível profissional é realmente muito pequena: os cálculos da Universidade do Futebol (2018) apontam que, em uma peneira de mil crianças, é possível formar 1,5 jogador por ano. “E os outros novecentos e noventa e nove? O quê que a gente faz com eles? Cuidar deles é responsabilidade do clube? Não sei.” (BARRETO, 2022, s/p.). Além de não culpar as agremiações, Barreto também exime os pais da criança da responsabilidade por esse insucesso, pois, na concepção do jornalista, muitos pais veem no futebol “uma das únicas formas que existem de furar, de superar as barreiras que a sociedade já impõe.” Vale a reflexão.

### 3. RIVALIDADES CLUBÍSTICAS: UMA PRETENZA LUTA DE CLASSES

Neste capítulo os conceitos teóricos discutidos inicialmente, como pertencimento clubístico, hierarquias urbanas e tradições inventadas, serão correlacionados à memória histórica dos dezesseis clubes que compõem este *corpus*, bem como aos depoimentos dos jornalistas entrevistados no que diz respeito às rivalidades em debate. A discussão aqui proposta parte da revisão de literatura em torno das agremiações do *corpus* para evidenciar aspectos históricos, culturais e sociais característicos de cada uma das rivalidades em questão. O debate sinaliza semelhanças e contrastes entre determinadas rivalidades e evidencia diferentes conotações de popularidade atreladas aos imaginários de time do povo. Toda a discussão proposta nesse capítulo é pautada pelo pressuposto de que as narrativas que incitam uma pretensa luta de classes no futebol são forjadas na própria origem dos clubes e, sobretudo, pelas construções midiáticas, fomentando sociabilidades da cultura torcedora sob o risco de colocar em xeque alguns fundamentos do jornalismo enquanto prática cidadã e alicerce da democracia.

#### 3.1. Ganhar ou perder, mas sempre com democracia

O Brasil hoje é uma casa velha, antiquada, sem condições de moradia e que precisa ser demolida. Então precisamos demolir essa casa, construir outra, com concorrência pública, isso quer dizer: a população do país precisa participar dessa concorrência pra construir uma casa que se espera que seja suficiente pra se poder viver bem. E que nós possamos fazer uma casa maravilhosa. (BRASILEIRO, 2014, s/p.).

O trecho do depoimento do jogador Sócrates Brasileiro Sampaio de Souza Vieira de Oliveira, que integra o documentário *Democracia em Preto e Branco*<sup>22</sup>, do diretor Pedro Asbeg

<sup>22</sup> O documentário *Democracia em Preto e Branco* é um longa-metragem lançado em 2014 e dirigido por Pedro Asbeg. Conforme consta em sinopse: “A música de abertura, ‘Núcleo Base’, clássico do grupo paulista Ira!, e a locução de Rita Lee dão indícios do que está por vir: ‘Democracia em Preto e Branco’, longa dirigido por Pedro Asbeg, retrata um momento único da história do País: como a Democracia Corinthiana – movimento revolucionário futebolístico do início da década de 80 –, o nascimento das bandas de rock brasileiras e a campanha das ‘Diretas Já’ estiveram diretamente ligadas entre si na busca por um Brasil mais livre e democrático. Além de protagonistas do movimento como Sócrates e Casagrande, o filme traz um luxuoso time de entrevistados, entre eles os ex-presidentes Fernando Henrique Cardoso e Luiz Inácio Lula da Silva, e personalidades como Marcelo Rubens Paiva, Marcelo Tas, Edgar Scandurra, Frejat, Serginho Groisman e Paulo Miklos. ‘O processo de produção do filme foi incrível. Tive a chance de conhecer muitos ídolos e conversar com eles sobre temas que marcaram minha juventude e que foram essenciais em suas trajetórias, além de ter sido um dos últimos a poder entrevistar o Sócrates’, revela Asbeg, sobre o jogador, que faleceu em 2011. O lançamento do filme coincide com a lembrança de outros dois episódios marcantes, os 50 anos do golpe militar e 30 anos da campanha das ‘Diretas Já’. Com depoimentos de músicos da geração anos 1980 do rock brasileiro, jornalistas e políticos envolvidos nas campanhas das Diretas, ‘Democracia’ costura o pano de fundo para mostrar o movimento de ativismo político de um dos times de futebol mais populares do país, o Corinthians.” (ASBEG, 2014). Disponível em: <https://youtu.be/ydj0Wb4yL0>. Acesso em: 6 jun. 2022.



(2014), remonta à Emenda Dante de Oliveira<sup>23</sup>, a qual propunha eleições diretas para presidente em 1984, após 20 anos de regime militar no Brasil. Esse trecho, recuperado em entrevista de arquivo no longa-metragem, também ilustra o momento em que a Democracia Corinthiana se consolida enquanto movimento político e não mais meramente restrito à esfera do futebol. Mas, antes de entrar no mérito do que foi esse movimento e de suas contribuições para o imaginário de popularidade que até hoje é atrelado ao Corinthians, cabe um debate sobre a fundação das duas agremiações que pautam a discussão proposta neste tópico da tese, correlacionando a memória histórica do Sport Club Corinthians Paulista e do São Paulo Futebol Clube ao contexto de modernização da cidade de São Paulo nas primeiras décadas do século XX.

O pesquisador Roberto Louzada (2011) propõe essa correlação ao avaliar as condições sociais que, segundo ele, permitem compreender como foram constituídas as identidades dos três principais clubes paulistanos: o Corinthians, clube de operários; o Palmeiras, clube de operários de origem italiana; e o São Paulo, que à época de sua fundação atraiu torcedores da elite econômica da cidade. “Popular”, “italianos” e “elite”, portanto, refletiam a estrutura social de São Paulo no momento em que as agremiações foram fundadas. Importante ressaltar que o grande *boom* de modernização da cidade, na virada do século XIX para o XX, coincide com a época em que o futebol começa a ser introduzido no Brasil, a princípio como uma prática elitista. No entanto, simultaneamente, o esporte passa a ser praticado por operários nos campos localizados nas várzeas dos rios que cortavam São Paulo (LOUZADA, 2011).

Para construir seu raciocínio, Louzada (2011) parte da hipótese de que as identidades atreladas aos clubes paulistas foram constituídas historicamente, revelando a dinâmica social de um espaço urbano em ampla transformação. Embora atualmente Corinthians e São Paulo – focos da discussão proposta neste tópico da tese – possuam torcedores de diversas origens socioeconômicas, até hoje são identificados tanto pela mídia quanto pela cultura torcedora como “povão” e “elite”, respectivamente. Isso reforça que “a rivalidade entre os torcedores de futebol funda-se basicamente no modo como a diferença entre as identidades dos clubes é percebida pelas torcidas” (LOUZADA, 2011, p. 5). O autor evidencia essa contradição ao

---

<sup>23</sup> A Proposta de Emenda Constitucional (PEC) nº 5, de 2 de março de 1983, que ficou conhecida pelo nome de seu autor Dante de Oliveira, foi derrubada em votação na Câmara dos Deputados na noite de 25 de abril de 1984. Houve 298 votos a favor, 65 contra, 113 ausências e 3 abstenções. Para que a Emenda fosse aprovada, seriam necessários 320 votos a favor (2/3 da Casa). O baque da derrota por apenas 22 votos de diferença culminou no fim da mobilização causada pela campanha das Diretas Já, de modo que os brasileiros precisaram esperar até 1989 para que pudessem novamente eleger o presidente do Brasil. (MAAKAROUN, 2023).

apontar, com base em números do Instituto Brasileiro de Opinião Pública (Ibope)<sup>24</sup>, que os dois clubes formados por operários (Corinthians e Palmeiras) são os que reúnem os maiores percentuais de torcedores pertencentes às classes A e B. O São Paulo, por sua vez, é o que possui os menores percentuais dessas duas classes.

Isso permite dizer que a identidade dos três clubes é formada, no imaginário dos torcedores, por fragmentos da história de criação de cada uma das associações esportivas, que são reafirmados pelos seus dirigentes. Esta explicação é assumida pela mídia, que a partir do momento que esse esporte passa a ser notícia se encarrega da sua difusão para as gerações futuras. Deste modo, os veículos de comunicação tornam-se aliados importantes não só para a consolidação do futebol no Brasil, mas também para a difusão da história e, conseqüentemente, para a constituição das identidades de cada um dos grandes clubes da cidade. (LOUZADA, 2011, p. 24).

Tal imaginário reflete a relação entre as regiões de São Paulo onde os principais clubes escolheram para se instalar e o vínculo que as agremiações criaram com esses locais, que carregavam “elementos distintivos da estrutura social de uma cidade que cresceu e se desenvolveu por meio de um processo marcado por uma forte desigualdade social” (LOUZADA, 2011, p. 4). Essa desigualdade era ilustrada basicamente pelas figuras dos “Barões do Café” – que fixaram suas residências inicialmente nos aristocráticos bairros de Higienópolis e de Campos Elíseos e, posteriormente, na Avenida Paulista – e pela massa operária atraída pela crescente industrialização da cidade, formada por imigrantes de diversas nacionalidades, sobretudo italiana.

Neste processo o seu espaço urbano torna-se extremamente heterogêneo com a presença de favelas encravadas nas regiões mais ricas da cidade. E, mesmo nas regiões originalmente de moradia das camadas populares, surgem algumas áreas altamente valorizadas que são ocupadas pela classe média alta. Da mesma forma que a cidade se modifica, o perfil socioeconômico dos torcedores dos três times analisados também se modifica, e torna-se bastante heterogêneo e com pouca relação com as identidades fundadoras. (LOUZADA, 2011, p. 23).

Esse período de urbanização acelerada de São Paulo, que coincide com o momento em que o futebol é introduzido e consolidado no Brasil, demarca três fases distintas do esporte no país. Na primeira, que se dá na virada do século XIX para o XX, o futebol se configura como um esporte de elite, praticado por estrangeiros e paulistanos membros das classes econômicas mais abastadas da cidade. Já o período que vai de 1910 a 1930 se caracteriza pela inclusão de pessoas pertencentes a outras classes sociais, que geralmente disputavam campeonatos

---

<sup>24</sup> Curiosidade: a pesquisa do Ibope que embasou o artigo de Louzada (2011) é a mesma citada pelo jornalista Marcelo Barreto no tópico 1.3 deste trabalho, a qual foi encomendada pelo diário esportivo *Lance!* em conjunto com a pesquisa de intenções de voto nas eleições presidenciais de 1998.

paralelos em pequenas ligas formadas nas várzeas que cortavam a metrópole em ascensão. De 1930 em diante, o futebol deixa de ser um esporte amador. Ao se profissionalizar, vai ganhando também os contornos de popularidade até se tornar um esporte de massa tal como é conhecido hoje.

É nesse entremeio das primeiras décadas do século XX que se fundam as três principais agremiações de São Paulo: O Sport Club Corinthians Paulista, fundado em 1910 por um grupo de operários do bairro Bom Retiro; a Sociedade Esportiva Palmeiras, fundada em 1914 por um grupo de imigrantes italianos; e o São Paulo Futebol Clube, fundado mais adiante, em 1930, a partir da junção de sócios da Associação Athletica das Palmeiras e do Clube Athletico Paulistano – vale lembrar que o clube encerrou suas atividades pouco depois e foi refundado em 1935<sup>25</sup>. Conforme Louzada (2011), o fato de o São Paulo herdar a estrutura de dois clubes tradicionais acabou atraindo os admiradores que torciam para as equipes formadas pelas classes mais abastadas da cidade. “Com este movimento, os torcedores dos times rivais percebem os torcedores deste clube como integrantes da elite paulista.” (LOUZADA, 2011, p. 19).

Ainda em relação ao São Paulo, outro fator que impulsiona as narrativas de “time da elite” em torno da agremiação está relacionado à aquisição de um terreno no Morumbi em 1950, onde seria construído o estádio do clube, com capacidade para 150 mil pessoas. Antes disso, as atividades do São Paulo eram realizadas em um estádio no bairro Canindé, margeando o Rio Tietê. À época da aquisição do novo terreno, o bairro do Morumbi era uma região pouco habitada, vindo a se transformar em uma área luxuosa conforme a capital se urbanizava. As regiões nas quais os três principais clubes paulistanos se instalaram refletem, portanto, certo vínculo com as identidades locais, o que contribui para perpetuar essa construção hierárquica de uma metrópole que se constituiu sob uma acentuada desigualdade social.

Nota-se que estes três clubes se instalaram em regiões da cidade que, de alguma maneira, estabelecem algum vínculo com as identidades atribuídas a eles pelos torcedores de futebol. O Sport Club Corinthians Paulista, o time do povão, estabeleceu-se na zona leste da cidade, a Sociedade Esportiva Palmeiras, o time de italianos, instalou-se na zona oeste, que apesar de originalmente não concentrar o maior número de imigrantes italianos da cidade, fica cercado por bairros cujos nomes remetem a essa origem. Já o São Paulo Futebol Clube escolhe o nobre bairro do

---

<sup>25</sup> Como consta em seu site oficial, o São Paulo foi fundado em 25 de janeiro de 1930 e refundado em 16 de dezembro de 1935, após desavenças políticas que haviam levado a um breve encerramento do clube. Para pôr fim à ambiguidade gerada pelas datas comemorativas do time, em 2013 o Egrégio Conselho Deliberativo do São Paulo aprovou a data de 25 de janeiro de 1930 como o dia da fundação do clube, demarcando a data de 16 de dezembro de 1935 como a ocasião em que a agremiação foi refundada. (SÃO PAULO F.C., 2014). Disponível em: <http://www.saopaulofc.net/noticias/noticias/historia/2014/1/25/1930-e-1935-conheca-e-entenda-a-historia-do-tricolor>. Acesso em: 6 jun. 2022.

Morumbi, que além das luxuosas residências, está localizado o Palácio dos Bandeirantes – a sede do Governo do Estado de São Paulo. (LOUZADA, 2011, p. 22).

Louzada (2011) é categórico também ao apontar que essa maneira hierárquica pela qual os clubes ocuparam a cidade culmina na insistência que a mídia hegemônica tem de definir as diferenças entre as torcidas a partir de indicadores socioeconômicos, embora os números do Ibope trazidos pelo autor contradigam esse argumento. Os próprios dirigentes, no entanto, reforçam essa visão estereotipada. No caso do São Paulo, “argumentam que a associação esportiva foi criada por estudantes universitários e profissionais liberais, portanto, uma elite cultural e não econômica” (LOUZADA, 2011, p. 23) – mas, ainda assim, elite. O contraponto se dá em relação ao Corinthians que, até hoje, ostenta o título de ser um dos clubes mais populares do país, perdendo apenas para o Flamengo.

Para além da expressividade numérica de sua torcida, outro fator contundente que retroalimenta os contornos de popularidade associados ao Corinthians é o movimento que ficou conhecido como a Democracia Corinthiana (DC), o qual será debatido até o encerramento deste tópico. Os pesquisadores João Malaia e Ary Júnior (2017), ao associarem o uso estratégico da memória histórica do clube por seus dirigentes, chamam atenção também para o imaginário atrelado a esse movimento, ilustrando o raciocínio a partir da loja virtual do clube, que atualmente disponibiliza treze modelos diferentes de camisas em alusão à DC. Constituída no momento de redemocratização do Brasil – que somava 20 anos sob o regime militar – a Democracia Corinthiana compreende o período que vai de março de 1981 a março de 1985, sob as duas gestões do presidente Waldemar Pires, quando foram estabelecidas regras mais flexíveis para gerir o clube e o elenco, considerando-se os jogadores como parte essencial nos processos decisórios do time: contratações, regras de concentração, consumo de bebidas alcoólicas, entre outras questões pertinentes ao dia a dia dos clubes de futebol.

Contudo, as pesquisadoras Mariana Martins e Heloisa dos Reis – autoras de um artigo que avalia os significados atribuídos ao sentido de democracia por jogadores, técnicos e dirigentes que participaram da Democracia Corinthiana – ponderam que “esta forma de organização do clube, pensada a partir da formação de uma burocracia especializada, não tem relação direta e, tampouco, necessária com a democracia, por mais que Waldemar Pires tenha a denominado assim” (MARTINS; REIS, 2014, p. 88). Na ótica das autoras, a confluência dos movimentos pode ser explicada pelo sentido unívoco de democracia que pairava sob o país nesse período, de modo que a reivindicação pela democracia, base da agenda das Diretas Já, “confluiu num sentido pretensamente universal, homogeneizando os distintos significados

contidos nas aspirações democráticas dos movimentos populares, sindicais e partidários” (MARTINS; REIS, 2014, p. 85).

Aqui vale um adendo para salientar que a expressão “Democracia Corinthiana” em si foi criada pelo publicitário Washington Olivetto, inspirado por uma citação do jornalista Juca Kfourri, um dos pioneiros em correlacionar as conotações de liberdade do movimento ao momento político vivido pelo Brasil na época. “Nós começamos a verbalizar o que estávamos fazendo, aí o Juca uma hora falou ‘ah, se eu tô entendendo, isso é uma democracia de corintianos’. Ao que Juca falou, eu falei ‘puxa, achei o nome’ e anotei: democracia corinthiana.” (OLIVETTO, 2014, s/p.). Kfourri confirma essa história em seu livro de memórias, *Confesso que perdi* (2017):

Quem sacou o nome do movimento foi Washington Olivetto, por mais que ele atribua isso a mim. Estávamos num debate, no começo de 1982, no Tuca, o teatro da PUC, quando citei de cabeça uma frase de Millôr Fernandes, de sua peça *Liberdade, liberdade*, de 1965 – um ano depois do golpe – frase que aqui reproduzo literalmente: “Se o governo continuar deixando que certos jornais façam restrições à sua política financeira, se continuar deixando que alguns políticos mantenham suas candidaturas, se continuar permitindo que algumas pessoas pensem pela própria cabeça; se continuar deixando que os juízes do Supremo Tribunal Federal concedam *habeas corpus* a três por dois; e se continuar permitindo espetáculos como este, com tudo que a gente já disse e ainda vai dizer – nós vamos acabar caindo numa democracia!” Adaptei-a mais ou menos assim: se os jogadores continuarem a escolher o técnico do time, se votarem até para saber se o ônibus deve seguir viagem ou parar no restaurante à beira da estrada, se o time deve ir para concentração ou não, vamos acabar caindo numa democracia. Numa democracia corinthiana, é verdade, mas numa democracia. Palavras o vento leva, e as levaria caso Olivetto imediatamente não anotasse o termo e o mostrasse a Adilson, dizendo: já temos a marca. Curioso é que, meses depois, criei o Dia 15 Vote, estampado nas costas das camisas alvinegras, e a frase é atribuída a Olivetto. (KFOURI, 2017, pp. 50-51).

Enquanto o período de redemocratização se consolidava no Brasil, o Corinthians vinha de péssimas campanhas na esfera esportiva, como os fiascos nos campeonatos Brasileiro e Paulista de 1981. Com o fim da gestão de Vicente Matheus na presidência do clube, Waldemar Pires é eleito, escolhendo para o cargo de diretor de futebol o sociólogo Adilson Monteiro Alves. Pode-se dizer que a atuação de Adilson, aliada à presença de jogadores politizados no elenco do clube – liderados pelo meia Sócrates – compôs o embrião que daria origem à Democracia Corinthiana, um movimento inicialmente de cunho futebolístico que foi ganhando proporções cada vez mais políticas e sociais. Em termos desportivos, Adilson prezava por ouvir sua equipe, de modo que as decisões do grupo fossem tomadas por meio do voto igualitário de seus membros. A opinião do dirigente Adilson, portanto, valia tanto quanto a de um jogador ou de um funcionário da agremiação.

Assim, criou-se essa espécie de autogestão do Corinthians, na qual as decisões mais importantes envolvendo os aspectos técnicos do clube eram tomadas em conjunto, votadas democraticamente, algo bastante revolucionário para os moldes como os clubes brasileiros em geral são administrados – mais revolucionário ainda levando-se em consideração que no Brasil do início dos anos 1980 não se votava nem para presidente. Em depoimento para o documentário *Democracia em Preto e Branco*, que introduz este tópico, o jornalista Juca Kfourri é conclusivo ao descrever o processo de tomada de decisão que se consolidava no Corinthians: “Eram votos abertos. É claro que com a inteligência do Sócrates e do Adilson a coisa caminhava pro lado que eles caminhavam. Eu não lembro de eles terem perdido nenhuma votação.” (KFOURI, 2014, s/p.). Curioso é que, poucos anos depois, em seu livro de memórias, Juca Kfourri (2017) contradisse sua colocação hiperbólica, rememorando com bom humor pequenas derrotas dos líderes da DC:

Votava-se no Corinthians não só para escolher o técnico ou o goleiro a ser contratado, como também para decidir se o ônibus que trazia o time dos jogos no interior de São Paulo deveria parar para o jantar num restaurante à beira da estrada ou seguir direto para o clube, onde cada um pegaria seu automóvel e iria para casa. Sócrates contava que perdia sempre, porque não queria parar na estrada. Casagrande também se deu mal, porque pôs em votação se poderia voltar antes dos outros jogadores de uma excursão à Ásia, apaixonado que estava pela namorada com quem acabaria se casando, e perdeu. (KFOURI, 2017, p. 49).

Além da questão do voto para definir aspectos como contratação, regras de concentração e horários dos treinos, outros fatores socializantes emergiram na Democracia Corinthiana, a exemplo da divisão do “bicho”. Essa premiação paga em dinheiro para os atletas pelas vitórias e títulos conquistados passava agora a ser dividida com os demais funcionários do clube: “Massagista, auxiliar, esse pessoal mais humilde, o roupeiro... eles não participavam do bicho. E a democracia mudou essa filosofia mostrando que ela tinha uma visão um pouco de esquerda, um pouco socializante da história.” (KFOURI, 2014, s/p.). Também em depoimento ao longa-metragem, o dirigente Adilson Monteiro fala sobre a importância de seus jogadores se posicionarem politicamente naquele momento, ainda que inicialmente circunscritos à esfera futebolística. Em crítica aos modelos de gestão vigentes na época, ele relembra seu posicionamento diante do grupo ao assumir o Corinthians em 1981:

Acho que futebol não é desse jeito, mas eu não sei como é. E gostaria que a gente descobrisse juntos uma maneira de fazer futebol, de jogar futebol, de viver futebol e, principalmente, de participar da sociedade, de participar do momento que o país tá vivendo. O país tá num momento... era a final de 81... muito duro. E vocês estão assistindo. Nenhuma participação, nenhuma opinião, sendo que, qualquer coisa que vocês digam é muito importante. (MONTEIRO, 2014, s/p.).

Foi, portanto, dessa convergência de pensamento do então dirigente Adilson com alguns jogadores do Corinthians que surgiu a revolucionária forma de gestão do clube, na qual tudo era pensado e discutido em conjunto, com o objetivo inicial de retirar o time da situação desportiva calamitosa em que se encontrava. Diversos movimentos de resistência pelo Brasil ocorriam simultaneamente à Democracia Corinthiana, a exemplo do movimento operário do ABC<sup>26</sup>, liderado por Luiz Inácio “Lula” da Silva. Em depoimento ao documentário aqui citado, Lula relata que a entrada dos trabalhadores em cena pelo direito de greve e melhoria de salários também foi decisiva na luta pela democracia, considerando-se o apelo popular de dimensões cada vez maiores em torno de um mesmo objetivo: “Era um momento de êxtase de uma sociedade. Não era de um partido político ou de um governador. Era da sociedade como um todo.” (SILVA, 2014, s/p.).

Eu lembro que eu fui ver um jogo, Corinthians x Guarani, e tinha muita gente no Morumbi, e eu tava com um grupo de companheiros e diziam assim pra mim: o dia que a gente levar essa quantidade de gente na Assembleia, a gente começa a mudar a história do Brasil. E quando foi em março de 79 a gente colocou 100 mil pessoas no estádio, ou seja, foi uma coisa boa. (SILVA, 2014, s/p.).

Ainda em depoimento ao documentário *Democracia em Preto e Branco*, Lula acrescenta que os jogadores que lideraram a Democracia Corinthiana – Sócrates, Casagrande e Wladimir – assumiram esse posto de líderes ao perceberem que teriam apoio da torcida corinthiana, que, segundo ele, não era uma torcida qualquer, mas, sim, “um bando de militante” (SILVA, 2014, s/p.). A consciência política de Sócrates – “um médico, de um metro e noventa, com pé 41, que resolvia as coisas com calcanhar porque se tivesse que virar o corpo caía” (KFOURI, 2014, s/p.) – aliada ao posicionamento do líder sindical Wladimir Rodrigues dos Santos – que assumia também a lateral esquerda do Corinthians – e somada à personalidade rebelde do jovem centroavante Walter Casagrande Júnior, fizeram deste trio os porta-vozes do movimento pioneiro que alterava as relações de trabalho dentro de um clube de futebol, flertando dia após dia com o ambiente de redemocratização do país.

---

<sup>26</sup> O movimento operário do ABC se consolidou como um conjunto de manifestações operárias no contexto de abertura política da ditadura militar no Brasil. Esse movimento grevista teve início em 1978, a partir de uma série de paralisações espontâneas que se deram na região do ABC Paulista, lideradas principalmente pelo setor metalúrgico. Os protestos contestavam as políticas de arrocho salarial, reivindicando também autonomia para os sindicatos. As greves que perduraram de 1978 a 1980 demarcaram também o surgimento de novas lideranças sindicais, como Luiz Inácio “Lula” da Silva, culminando na formação do Partido dos Trabalhadores (PT) e de instituições intersindicais.

De repente, num mesmo clube, juntaram-se um médico irrequieto e progressista, o Doutor Sócrates; um negro com enorme capacidade de articulação, além da simpatia sedutora, o lateral esquerdo Wladimir; um jovem rebelde e drogadito, o artilheiro Casagrande; e um barbudinho estudante de sociologia, contrário à ditadura, o homem forte do futebol, Adilson Monteiro Alves. (KFOURI, 2017, pp. 49-50).

Sócrates considerava o atleta Wladimir como o pilar mais importante do processo, não só pelo fato de a história do lateral ser intrinsecamente atrelada ao Corinthians e pela sua atuação política como presidente do Sindicato de Atletas Profissionais de São Paulo nos anos 1970, mas também pelo fato de ele ser negro: “Num país tão racista quanto o nosso, cuja cor de pele é sinônimo de riqueza ou pobreza, é fundamental que tenhamos alguém que represente a maior parte da nação.” (BRASILEIRO, 2014, s/p.). Casagrande, por sua vez, “era a dose de rebeldia que faltava na receita”, conforme narra a cantora Rita Lee também no referido documentário (LEE, 2014, s/p.). Em um dos takes, inclusive, Casagrande, Sócrates e Wladimir relembram o icônico momento em que sobem ao palco do Ginásio do Ibirapuera em um show da cantora – que é torcedora do Corinthians – e entregam a ela uma camisa do clube<sup>27</sup>. Vestida “a caráter”, Rita e os jogadores aproveitam o momento para endossar sutilmente o discurso que seria a base da campanha das Diretas Já, cujo último comício, realizado em abril de 1984, reuniria cerca de um milhão e meio de pessoas no Vale do Anhangabaú<sup>28</sup>.

Nós íamos em todos os shows que tinha em São Paulo na sexta-feira, se a gente concentrava no sábado. Nós fomos ver a Blitz, Maria Bethânia, Djavan, Ney Matogrosso, Moraes Moreira, Caetano Veloso... todos os shows a gente ia. E da Rita eu falei: “Pô! Da Rita tem que ir!” [...] Aí eu olhei e tinha um cara no público com a camisa do Corinthians, no show, né? Aí eu cheguei no cara e falei assim: “Ô meu! Vem cá! Cê num me dá essa camisa do Corinthians?!” Aí o cara falou: “Porra, mas você não é o Casagrande?! Você joga no Corinthians, meu!” “Mas eu não tenho a camisa. E eu quero dar a camisa pra Rita Lee!” (CASAGRANDE, 2014, s/p.).

Nessa ocasião, Casagrande ainda convidou a cantora para comparecer à decisão do Campeonato Paulista de 1982 – contra o São Paulo no Morumbi, que ocorreria alguns dias após o show – e prometeu fazer o “gol Rita Lee”. O Corinthians venceu aquele jogo por 3 x 1, com dois gols de Biro Biro e um de Casagrande, que assim cumpriu a promessa feita para Rita,

<sup>27</sup> Essa história foi registrada em reportagem do *Esporte Espetacular*, da *Rede Globo*, de dezembro de 1982. Disponível em: <https://youtu.be/RLYpx1BfTKY>. Acesso em: 22 de jun. 2022.

<sup>28</sup> Em 16 de abril de 1984, cerca de um milhão e meio de pessoas ocuparam o Vale do Anhangabaú no centro de São Paulo para o comício de encerramento das Diretas Já. Vale lembrar que, antes desse comício com público recorde, várias capitais brasileiras vinham sendo palcos de atos de médio e grande porte nos primeiros meses de 1984, a exemplo do comício de 12 de janeiro, que reuniu cerca de 40 mil pessoas em Curitiba; do comício de 25 de janeiro, que reuniu cerca de 300 mil pessoas na Praça da Sé, também no centro de São Paulo; do comício de 24 de fevereiro, que reuniu cerca de 400 mil pessoas em Belo Horizonte; e do comício de 6 de abril, que reuniu cerca de 50 mil pessoas em Natal. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Diretas\\_J%C3%A1](https://pt.wikipedia.org/wiki/Diretas_J%C3%A1). Acesso em: 22 jun. 2022.



enquanto ela assistia à partida da arquibancada. Vale lembrar que, nesse mesmo período, a cena musical brasileira via nascer o chamado rock nacional, cuja produção artística, assim como a Democracia Corinthiana, dialogava bastante com o contexto de redemocratização do país. Esse novo gênero configurava-se, portanto, como uma obra bastante significativa não só do ponto de vista cultural, mas também político e social àquela época. “O momento em que essa geração começa a fazer o rock em português – sem se sentir um cachorro magro por isso – e começa a bater pesado, começa a ter letras muito consistentes... aquilo pra gente vira um grande estímulo. É uma voz.” (SOUZA, 2014, s/p.).

Nesse contexto, já estavam evidentes os vieses que tais fenômenos carregavam. Se a Democracia Corinthiana começou como um movimento de vestiário, seus contornos de militância ficaram claros em 1982. Segundo Sócrates, até então o movimento não era tão abertamente político. “Era um processo, digamos, de uma micro sociedade que tava querendo se organizar melhor pra ter condições de convivência mais satisfatórias e com expectativa de resultados melhores.” (BRASILEIRO, 2014, s/p.). Porém, enquanto a crítica cultural elevava o rock nacional a um patamar de destaque e o Congresso Nacional aprovava por unanimidade de votos eleições diretas para os governadores estaduais, a Democracia Corinthiana já claramente politizada começava a sucumbir diante das pressões ideológicas de quem se opunha ao movimento, que chegou até a ser apelidado pelos mais conservadores como “anarquia corinthiana”. Inclusive, vale destacar que, antes mesmo de chocar essa parte conservadora da sociedade brasileira e a “estrutura carcomida do nosso futebol”, a DC chocou a imprensa esportiva em geral: “Você conta nos dedos, de uma mão, quem apoiou a democracia corinthiana.” (KFOURI, 2014, s/p.). Em entrevista concedida a mim no percurso empírico desta tese, Juca Kfourri retoma os argumentos que Sócrates utilizava para rebater as críticas que chegavam da imprensa:

O Magro dizia isso sempre: esse pessoal é tão idiota que não conhece boleiro. Jogador de futebol gosta é de cachaça. Sai do treino, vai pra casa e toma meia garrafa. A gente tomar cerveja, no Bar da Torre, no Parque São Jorge, depois do treino, serve pra quê? Primeiro: ninguém manda descer dez engradados de cerveja. Cada um toma no máximo duas cervejas, se hidrata – ele dizia – e o teor alcoólico é desse tamaninho. E vai pra casa satisfeito. Se não tomar no bar na frente da torcida, do sócio, vai tomar em casa a cachaça. Houve um momento em que a imprensa começou a criticar dizendo que, diferentemente dos jogadores europeus – que viajavam de terno e gravata, que chegavam nos treinos bem vestidos – que a Democracia Corinthiana era uma esculhambação, que chegavam de bermuda, de camiseta, de camisa regata... aí eles resolveram: então vamos nos apresentar bem vestidos. No terceiro dia, eu falava pro Magro: “Pelo amor de Deus, volta!” Porque você precisava ver o que era os mulambos querendo se fazer de elegantes, de gravata e tal. Um negócio horroroso! Não tinha nada a ver com a nossa realidade, entende? (KFOURI, 2022, s/p.).

Juca Kfourri relembra ainda algumas narrativas do jornalismo esportivo à época do movimento: “A reação da imprensa foi a pior possível: ‘porque era democracia de três ou quatro...’, ‘estão falando de democracia só pra poder beber...’ e cometiam-se, assim, barbaridades, equívocos.” (KFOURI, 2022, s/p.). Nas palavras dele, a cobertura da Democracia Corinthiana “foi uma guerra”: “Se você olhar, eu posso esquecer, mas, tirando ali a revista *Placar*, o Osmar Santos, dois ou três no *Jornal da Tarde*, em regra era porrada. Só que o Corinthians começou a ser campeão. E aí ficou difícil criticar.” (KFOURI, 2022, s/p.). Sobre esse fato, Martins e Reis (2014) chamam atenção para os esforços institucionais do Corinthians em ressaltar as responsabilidades e deveres de seus atletas como elementos componentes da democracia – aqui no sentido amplo da palavra – de modo a rebater às críticas que davam um tom anárquico ao movimento.

Tais elementos eram constantemente enfatizados pelos sujeitos do movimento alvinegro para se diferenciar de uma ideia corrente que relacionava democracia ao sentido mais corriqueiro de anarquia. [...] No contexto de regime militar, as liberdades estavam restritas, de modo que a vivência delas poderia suscitar dúvidas sobre o seu conteúdo, o que alimentaria visões equivocadas sobre a mesma. Daí a necessidade de se enfatizar constantemente que sujeitos de direito também são de deveres, de modo que essa concepção precisava ser divulgada e aceita, firmando uma ideia de democracia que não se contrapusesse à ordem. (MARTINS; REIS, 2014, pp. 92-93).

Mas, embora a Democracia Corinthiana e seu revolucionário modelo de autogestão viesse sendo contestada pelos conservadores de forma mais veemente – sobretudo quando o time perdia em campo – o clima nas ruas era de esperança. Soma-se a isso o fato de o Brasil ter ido como favorito à Copa do Mundo de 1982 na Espanha, com Sócrates de capitão. Entretanto, para a decepção de um povo que se embrionava no espírito da luta pelas Diretas Já – que viria a se consolidar nos dois anos seguintes – a Seleção volta para casa sem o título, amargando o quinto lugar no Mundial e enterrando no Estádio de Sarriá o famoso futebol-arte que tanto o distinguia. Quanto à possibilidade de a “Tragédia do Sarriá” – como ficou conhecida a eliminação de 82, na primeira Copa que Juca Kfourri cobria *in loco* – ter enfraquecido o movimento da Democracia Corinthiana, Kfourri ressalta que esse não foi um dos motivos para a derrocada da DC. Pelo contrário, na mesma entrevista concedida a mim no percurso empírico desta tese, o jornalista atrela o êxtase geral pelo favoritismo da Seleção Brasileira capitaneada por Sócrates ao clima igualmente extasiante da redemocratização do país em meio ao embrião das Diretas Já. É por isso que a surpresa da derrota em campo, assim como no Congresso dois anos depois, foi tão comovente. Dando um salto temporal para complementar seu raciocínio – e pressupor uma relação direta entre vitória em campo e resultado eleitoral, como se tentou

fazer na Copa de 1970 – Kfourri arrisca ainda uma tese de que os rumos políticos do Brasil poderiam ter sido muito diferentes caso a Seleção sofresse derrota semelhante na Copa de 1994.

Eu te diria o seguinte: a Seleção de 82... essas coisas não acontecem por acaso! Elas só foram possíveis porque nós vivíamos em 82 já quase mais da metade do processo de distensão lenta e gradual. Íamos ter eleição pra governador, coisa que não tínhamos desde 65, né? Curiosamente, tínhamos o único presidente de CBF com quem eu tive uma convivência pacífica, embora fosse um conservador, mas era um homem de bem: Giulite Coutinho. Não era um ladrão. Não usou a CBF pra ficar rico, como os outros. Então tinha um clima! E o Telê! Ali, a tristeza, principalmente pra quem acompanhou de perto, mas mesmo pra quem não acompanhou de perto... ali era o seguinte: o Sócrates, o Zico, o Falcão, o Leandro... eram pessoas que cê queria levar pra casa, cê queria ser amigo. Eram pessoas adoráveis na convivência. E isso transparecia no jeito de jogar e no jeito de se comunicar com a torcida brasileira. Então foi uma derrota em que afetos foram magoados: “Ah essa gente merecia ser campeã! Essa gente tão simpática!” E o mundo olhou assim. Eu sempre conto isso: teve um jornal andaluz que deu como manchete: “Não se entende mais esse mundo. Brasil eliminado.” Era um choro... Tinha todo um clima que a derrota transformou num desastre, o “Desastre de Sarriá”, mas porque tinha um Brasil também pulsante. É o inverso de 94 nesse aspecto. Em 94 a Seleção Brasileira vai pra Copa depois da catástrofe do governo Collor, primeiro presidente eleito... em 90 na Itália é o governo Collor... Diretas Já. Primeiro presidente. Impeachment. Aí em maio morre o Ayrton Senna. Então o amor próprio do brasileiro tava lá embaixo. E o time ganha! O time ganha já sob os efeitos da política do Real, da bem-sucedida guerra contra a inflação. E elege o Fernando Henrique. Se o Brasil – aí sim cê tem uma relação direta entre uma vitória esportiva e um resultado eleitoral – eu tenho uma tese, que jamais poderá ser comprovada: se o Brasil não ganha a Copa de 94, o Lula seria eleito em seguida, porque nego ia falar: “Ah, quer saber? Já experimentamos de tudo, o escambau e tal, vamo pôr lá o operário pra ver o que acontece.” Entendeu? (KFOURI, s/p., 2022).

Retomando o contexto de críticas da imprensa à Democracia Corinthiana, pode-se dizer que o clube alvinegro não cedeu à pressão e ainda aproveitou os momentos decisivos em campo para reforçar seu compromisso com a agenda democrática, reconhecendo claramente a dimensão política que o movimento havia ganho para além dos vestiários. Não à toa, na final do Campeonato Paulista em dezembro de 1983 – novamente contra o São Paulo, como em 1982 – o time adentrou o gramado portando uma faixa com os seguintes dizeres: “Ganhar ou perder, mas sempre com democracia”. Nessa ocasião, com o caráter político do movimento já prevalente, é natural que o cenário promissor se refletisse também dentro de campo. Mais uma vez, o jornalista Juca Kfourri recorre aos argumentos de Sócrates para explicar de que modo a postura democrática trazia vantagens competitivas ao Corinthians, a exemplo dessa final do Paulista de 82:

O Sócrates dizia: “Ô Juca, cê sabe qual é a diferença? Nós vamos jogar com o São Paulo a decisão do campeonato. Cê sabe por que nós vamos ganhar?” O São Paulo era muito mais time que o Corinthians. O São Paulo tinha seis jogadores na Seleção Brasileira, mais um na seleção uruguaia... tinha um belo time. O time do São Paulo era melhor. Ele dizia o seguinte: “Sabe por que nós vamos ganhar? Porque nós vamos passar a nossa semana normalmente, ir pra casa, dormir com a própria mulher...” –

com a namorada, com o namorado, com quem quer que seja – “...vamos nos encontrar no domingo pra almoçar no hotel e vamos pro jogo, fazer aquilo que a gente mais gosta, que é jogar futebol. Cê sabe como vai ser a semana do São Paulo? Vão passar a semana inteira enclausurados na concentração, um olhando pra cara do outro, jogando baralho, jogando não sei o que... pensando: quando o jogo acabar, nós tamos livres.” O jogo era os últimos noventa minutos em que eles tavam obrigados a fazer alguma coisa. “Opa! Acabou o jogo, tamo livre, podemos ir pra casa.” É claro que isso faz toda a diferença do mundo. (KFOURI, 2022, s/p.).

As conquistas corinthianas valorizavam a equipe e começavam a pôr em xeque a permanência de Sócrates no clube, tendo em vista as propostas milionárias que chegavam para ele do futebol europeu, mais precisamente dos clubes italianos Inter de Milão, Napoli e Fiorentina. Nesse impasse, a mobilização nacional quase unânime pelas eleições diretas para presidente chegava ao seu auge com a votação da Emenda Dante de Oliveira, proposta em março de 1983 e que seria votada em abril do ano seguinte. Foi quando, no último comício das Diretas – realizado em 16 de abril de 1984 – Sócrates prometeu que, caso a Emenda fosse aprovada no Congresso Nacional, ficaria no Brasil. Entretanto, na noite de 25 de abril de 1984, a Proposta de Emenda Constitucional (PEC) nº 5 – conhecida pelo nome de seu autor, o jovem deputado Dante de Oliveira – foi derrubada em votação na Câmara por apenas 22 votos de diferença. Foram 298 votos a favor, 65 contra, 113 ausências e 3 abstenções (MAAKAROUN, 2023). Para que a Emenda fosse aprovada, seriam necessários 320 votos a favor (2/3 da Casa). Apesar do baque da derrota, a democracia brasileira se consolidaria com a Constituição de 1988, ainda que sobreviva constantemente sob ameaças. Sócrates, por sua vez, sucumbiu à amargura da derrota no Congresso e, em junho de 1984, optou por deixar o país rumo à Itália para jogar na Fiorentina.

Não só o Congresso Nacional não aprovou as Diretas, como o Doutor foi para a Florença e a Democracia Corinthiana desapareceu na eleição de um dinossauro para a presidência do clube, em oposição a Adilson Monteiro Alves. Porque a superestrutura do futebol será a última a mudar no Brasil, por ser avessa a mudanças, além de corrompida e corruptora. (KFOURI, 2017, pp. 52-53).

Findava-se aí o movimento que até hoje, quase 40 anos depois, retroalimenta o imaginário de popularidade arraigado ao Sport Club Corinthians Paulista. Em depoimento ao documentário *Democracia em Preto e Branco*, que embasa a discussão aqui proposta, Sócrates atribui a importância do movimento ao fato de, naquela época, o grupo ter sido capaz de discutir política com a linguagem do futebol, considerada universal e, portanto, plenamente acessível. Foi isso que, segundo ele, possibilitou a compreensão da ação política atrelada ao movimento, fazendo-o funcionar como mais um dos mecanismos propulsores da transformação que o país

exigia (BRASILEIRO, 2014, s/p.). Já Walter Casagrande recorre a uma metáfora futebolística para ponderar que a Democracia Corinthiana “nada mais fez de importante do que bater o pênalti que o time anterior tinha construído” (2014, s/p.), atribuindo a consolidação do cenário de redemocratização a todos “que lutaram desde 64, que morreram, que sumiram, que foram torturados, que foram presos [...]. Eles fizeram todas as jogadas, só que na hora de bater o pênalti não tinham mais força, estavam já exaustos, de tanto apanhar.”

Vale destacar ainda a conclusão do cientista social José Paulo Florenzano em sua tese de doutorado *A democracia corinthiana: práticas de libertação no futebol brasileiro* (2003), na qual o autor discorre sobre a DC enquanto um fator de desestabilização do paradigma do ópio do povo. Conforme o pesquisador, esse movimento foi uma maneira legítima de desvincular o futebol do sentido que corriqueiramente era atribuído à prática: uma forma de domínio cultural sobre a classe trabalhadora (FLORENZANO, 2003). Interessante trazer também mais uma perspectiva de Juca Kfourri, no que diz respeito ao sucesso, pioneirismo e expressividade da DC. Na entrevista concedida a mim, o jornalista alega que demorou muito tempo em sua carreira a admitir um aspecto que, segundo ele, foi decisivo para o êxito do movimento: “A Democracia Corinthiana foi permitida pela Direção do Corinthians. Ela foi estimulada pela Direção do Corinthians, tá? Isso faz toda a diferença do mundo. E eu não estou minimizando o papel do Magro, nem do Casão, nem do Wladimir.” (KFOURI, 2022, s/p.).

As pesquisadoras Martins e Reis (2014, p. 96) concordam que a pluralidade de agentes em prol do movimento – jogadores, técnicos, dirigentes, entre outros – contribuiu para que a experiência da DC fosse bem-sucedida, mas as autoras preferem atribuir o protagonismo aos jogadores, por questões de representatividade. “A pluralidade contida na Democracia Corinthiana permite vislumbrar um momento no qual o esporte e a política estabeleceram uma relação excepcional entre si”, possibilitando que os jogadores, sob a liderança de Sócrates, se afirmassem como sujeitos históricos e políticos para exercerem seu papel de cidadão ao representarem o ideário populacional quase unânime à época: a redemocratização do país. Sócrates, que se mudou do Brasil devido à amargura da derrota no Congresso em 1984, veria o retorno às urnas em dezembro de 1989, um ano após a promulgação da Constituição de 1988. Em entrevista de arquivo rememorada no documentário aqui citado, Sócrates é perguntado se a escolha de seu nome teve relação com o filósofo grego homônimo, um dos ícones da tradição filosófica ocidental. A resposta, em tom sagaz, poderia remeter também ao simbolismo de sua liderança no legado da Democracia Corinthiana: “É um nome que eu gosto, principalmente porque é Sócrates Brasileiro”.

### **3.2. Silêncio na favela**

Tem um grito contra o Flamengo que eu confesso que eu amo, que é o “favela”. Eu adoro quando gritam isso contra nós, porque no fundo eu acho que é o maior elogio que se pode fazer quando o Flamengo tá perdendo: “Ela ela ela, silêncio na favela”. Eu acho isso uma coisa de uma poesia... eu acho um dos momentos mais bonitos da história do futebol, do estádio do Maracanã: “Ela ela ela, silêncio na favela.” (BOSCO, 2013, s/p.).

O escritor e pesquisador Francisco Bosco, em seu depoimento para o documentário *Fla x Flu: 40 Minutos Antes do Nada*<sup>29</sup>, do diretor Renato Terra (2013), quase convence o espectador quanto ao caráter lírico que parece imperar sobre o duelo brasileiro onde o embate povo *versus* elite é um dos mais evidentes. Esse mesmo lirismo – endossado em terras cariocas pelos maiores expoentes da crônica esportiva brasileira já nos primeiros anos da fundação de Flamengo e Fluminense – reveste a rivalidade FlaFlu de um certo charme que a distinguiria das demais do país, embora o antagonismo entre populares rubro-negros e elitistas tricolores siga a mesma retórica das “tradições inventadas” que impulsionam as rivalidades clubísticas de norte a sul do Brasil. Os contornos de popularidade atrelados ao Clube de Regatas do Flamengo se retroalimentam também devido à expressividade numérica de sua torcida, significativamente a maior entre as agremiações brasileiras, e que cresce de forma exponencial desde que a equipe se profissionalizou na década de 1930. Na outra via, os ares aristocráticos do Fluminense Football Club seguem sustentados por um conjunto de aspectos que fazem com que uma parcela de torcedores do Tricolor das Laranjeiras se reconheça, de fato, como pertencente a um seleto grupo que ocupa um dos bairros mais nobres da zona sul do Rio de Janeiro.

O historiador Renato Coutinho investiga em sua tese de doutorado os fatores que teriam levado a esse antagonismo e à consolidação do imaginário de popularidade do Flamengo após a profissionalização do futebol no Brasil nas primeiras décadas do século XX, ponderando que, desde sua fundação em 1895 até meados de 1930, o clube fazia parte da “fina flor carioca” (COUTINHO, 2013, p. 31). Em seu trabalho, Coutinho mostra como e quando o Flamengo se apropriou do imaginário de popularidade ao vincular sua base identitária ao projeto nacionalista que corria no Brasil dos anos 1930: “Neste momento o Flamengo passou pelo processo de

---

<sup>29</sup> O documentário *Fla x Flu: 40 Minutos Antes do Nada* é um longa-metragem lançado em 2013 e dirigido por Renato Terra. Conforme consta em sinopse: “Com depoimentos de Zico, Assis, Leandro, Junior, Romário, Pedro Bial, Toni Platão e torcedores apaixonados, o filme convida o espectador a compartilhar uma das rivalidades mais charmosas do futebol mundial. Além de resgatar imagens históricas e jogos memoráveis da TV Globo e do Canal 100, Fla x Flu alterna depoimentos parciais e passionais de ambos os lados, potencializando provocações, brincadeiras e emoções. A imparcialidade e o comentário analítico ficam de fora. Mais do que falar de futebol, este é um filme sobre paixão feito para todas as torcidas.” (TERRA, 2013). Disponível em: <https://youtu.be/tynoRS4OfqM>. Acesso em: 6 jun. 2022.

reinvenção dos símbolos que permitiram a superação dos valores racistas e elitistas que norteavam as ações do clube nos seus primeiros anos.” (p. 27). O autor salienta que a memória que até hoje é exaltada pelos dirigentes, pela crônica esportiva e pela cultura torcedora não faz a devida distinção entre a origem elitista do time e os instrumentos utilizados para a construção de sua popularidade. “Ao contrário, as narrativas sobre o Flamengo têm por hábito reproduzir a ideia de que a popularidade do clube foi gestada nos tempos do remo.” (p. 27). Ainda segundo o autor, esse imaginário não foi inventado pelos escritores que se dedicaram a contar a história do clube, mas sim reproduzido, sobretudo a partir das narrativas midiáticas.

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 idiosincrasias 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. (COUTINHO, 2013, p. 31).

Coutinho explica que o Flamengo se tornou popular somente após a profissionalização da equipe, que, nos tempos do amadorismo, era tão elitista quanto a imensa maioria dos clubes brasileiros recém-fundados. “Em suma, o clube que hoje movimentava milhões de torcedores no país construiu as bases da sua popularidade na zona sul carioca durante a Belle Époque.” (COUTINHO, 2013, p. 28). A tese da pesquisadora Marizabel Kowalski (2002), intitulada *Por que Flamengo?*, caminha no mesmo sentido, atribuindo o imaginário de popularidade do rubro-negro a uma “construção mitológica”. A autora retoma o raciocínio do sociólogo Ronaldo Helal (1997) para explicar que a popularidade do Flamengo se estabelece também como um dos fatores potenciais para estimular o embate com as demais equipes cariocas, configurando uma espécie de rivalidade que se distinguiria das demais do país por não operar “a nível estrutural”:

Do nosso ponto de vista, não se trata de uma questão técnica. Na verdade, concordando com Helal, que afirma que “o maior rival do Flamengo não se forma a nível estrutural. É uma questão de conjuntura. Hoje pode ser o Vasco, amanhã o Fluminense e depois o Botafogo; e assim por diante.” (1997). A questão de Helal está além da quebra de “tabu” como sinal de ruptura da possibilidade da mudança do irreal, do imaginário. Parece-nos expressar uma construção mitológica. Os adversários que enfrentam o Flamengo colaboram com esta construção, por esse enfrentamento representar uma diferença em relação ao fato de competir com outro clube, cujo objetivo é fazer apenas gols, fazer resultado. Enfrentar o Flamengo é tentar destituí-lo da “aura” que envolve toda a construção do irreal relegada ao clube pela sua popularidade, em que o centro da conjuntura está tão-somente na continuação, na manutenção, na reafirmação do mito. (KOWALSKI, 2002, p. 58).

Coutinho (2013), por sua vez, pondera que essa “aura” de popularidade do Flamengo – que tomou grandes proporções a partir de 1936 – não deriva apenas da profissionalização da equipe e da rivalidade retroalimentada pelos demais clubes cariocas, mas seria fruto também do trabalho de marketing executado nas gestões dos presidentes José Bastos Padilha e Gilberto Cardoso, que visavam associar a identidade de “clube mais popular do Brasil” aos símbolos e valores divulgados pela propaganda estatal nacionalista nas décadas de 1930 e 1940. Foi dessa forma que “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” (COUTINHO, 2013, p. 37).

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 contribuíram para associação entre o clube e as camadas populares. (COUTINHO, 2013, p. 37).

Coutinho (2013) relembra ainda uma pesquisa realizada em 2011 pela consultoria alemã GFK Custom Research, que tinha por objetivo identificar o modo como os torcedores brasileiros qualificavam os times de futebol do país, com base em treze qualidades: inteligência, autenticidade, confiabilidade, educação, honestidade, sofisticação, charme, alegria, impetuosidade, animação, amor à liberdade, coragem e austeridade. Os critérios mais atribuídos ao Flamengo foram animação, coragem e alegria – quesitos estes que, segundo as categorias mais amplas da pesquisa, faziam parte do campo da “paixão”, diametralmente oposto ao campo da “razão”. Os critérios educação, honestidade e sofisticação foram os 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.” (p. 37).

Esses atributos afetivos descritos no levantamento citado por Coutinho (2013) dialogam com o universo das representações sociais em torno do Flamengo debatido na dissertação de mestrado de Guilherme Ferreira (2013). Partindo da premissa de que a posição geográfica dos times de futebol reforça as construções identitárias e os vínculos afetivos dos torcedores em torno das agremiações, o autor analisa como a comunidade da Praia do Pinto<sup>30</sup> – vizinha da

---

<sup>30</sup> “Esta comunidade foi vítima de um gigantesco incêndio, que dizimou as moradias e deixou cerca de 9 mil desabrigados. Até hoje, paira uma enorme suspeita de que o fogo teria sido proposital, pois a área onde se



sede do Flamengo inaugurada no bairro da Gávea em 1938 – contribuiu para as representações sociais que associam a identidade do clube à favela. Representações estas que ainda hoje seguem reforçadas pelos dirigentes, pelo jornalismo esportivo e pela cultura torcedora, como ilustra o depoimento de Francisco Bosco que introduz este tópico. Vale lembrar que, até 1932, o Flamengo permanecia sediado à Rua Paysandu, no bairro nobre que originou seu nome. Segundo Ferreira (2013), a mudança para a região da Gávea, onde pouco depois seria instalado o conjunto de favelas da Praia do Pinto, foi sentida como negativa pelos dirigentes e torcedores justamente porque o entorno da nova sede não era bem-visto.

A análise de conteúdo proposta por Ferreira (2013) mostra que, nesse período, os próprios veículos de comunicação abordavam em suas reportagens o contexto descritivo da Favela da Praia do Pinto “como um ambiente de miséria, de fraca infraestrutura urbana e de aspectos morais duvidosos, como casais amasiados, bigamia, prostituição etc. e, destaca-se, sempre aparecendo nas colunas policiais dos jornais” (p. 68). Do mesmo modo, a alcunha de “time de favelado” também encontrava eco na mídia, o que fez o autor refletir sobre a origem desse processo: “Seria o cotidiano urbano da cidade do Rio de Janeiro que levou os jornalistas a descreverem o torcedor como favelado, ou foram os jornalistas que interpretaram esta lógica e a descreveram nos veículos de imprensa fomentando a construção da representação no público?” (p. 80). Ferreira responde que se trata de um fenômeno híbrido, já que as interpretações dos jornalistas refletem o “dia a dia urbano” e, ao mesmo tempo, esse cotidiano é ilustrado pelo que acontece nas ruas. O acontecimento, nesse caso, teria sido a ida do Flamengo para a Gávea. Mas, se midiaticamente isso trouxe dimensões negativas para o clube, para os moradores da favela a associação com o Flamengo foi bastante positiva, sobretudo considerando-se que se tratava de um time vencedor – o que poderia configurar, portanto, um certo mecanismo de ascensão social para aquela população da Praia do Pinto.

Retomando a pesquisa de Coutinho (2013), que debate o imaginário político nacionalista popular do Flamengo, é importante ressaltar outros argumentos que o autor se utiliza para explicar que “o Flamengo não se inventou popular sozinho” (p. 141). Além da questão da profissionalização da equipe atrelada ao discurso nacionalista da década de 1930 e

---

localizava a favela, altamente valorizada, era de interesse dos especuladores imobiliários. O Rio (então Estado da Guanabara) vivia sob a gestão do governador Carlos Lacerda, indivíduo que não tinha lá muita admiração pelo povo e determinou como política de governo um intenso movimento de retirada das favelas da Zona Sul. [...] O incêndio caiu como uma luva para os interessados na remoção. A comunidade e seus moradores foram transferidos para o bairro de Cordovil, na Zona da Leopoldina. Fisicamente aquele povo se afastava do Flamengo, mas os laços anímicos que passaram a unir o Flamengo e a favela permanecem intactos até os dias de hoje.” (SOARES, 2019, s/p.). Disponível em: <https://medium.com/fredsoares/os-50-anos-do-inc%C3%AAndio-que-dizimou-a-favela-que-entrou-para-a-hist%C3%B3ria-do-fla-2ebba9c1250a>. Acesso em: 30 mar. 2023.

das ações de marketing dos dirigentes do clube à época, a crônica esportiva carioca também teve um papel decisivo nesse processo, sobretudo a partir dos irmãos Rodrigues: Nelson e Mário Filho. Coutinho destaca ainda que os cronistas que divulgavam o Flamengo na época não só alimentaram o estereótipo de popularidade do clube-nação, como também 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.” (COUTINHO, 2013, p. 111). No entanto, o pesquisador pondera:

O mito Fla x Flu não foi uma criação mágica dos irmãos Rodrigues. Mário 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. Mário 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. (COUTINHO, 2013, p. 141).

A socióloga norte-americana Janet Lever confirma essa perspectiva em seu já citado livro *A loucura do futebol* (1983), fruto de sua pesquisa em território brasileiro. Segundo a autora, mesmo que os dois clubes tenham jogadores de classes mais baixas, “sempre se espera que os do Flamengo sejam mais rudes e agressivos, enquanto os do Fluminense devem ser mais refinados, por causa da herança que representa” (LEVER, 1983, p. 106). Coutinho (2013) chama atenção para esse antagonismo entre “operários” e “grã-finos” enquanto aspecto derivado da formação social de uma sociedade moderna – muito antes de se tratar de uma clivagem cotidianamente alimentada pelo *Jornal dos Sports*, de Mário Filho: “O Fla x Flu inventado por Mário Filho e divulgado por Nelson Rodrigues tinha como base simbólica a relação entre trabalhadores e patrões existentes em uma sociedade fabril moderna.” (COUTINHO, 2013, p. 137). Lever (1983) também atribui à formação social a consolidação da rivalidade FlaFlu sob os imaginários de times do povo e da elite, respectivamente: “As confrontações nos campos refletem os antagonismos da vida real, entre os grupos de torcedores. No Rio, como em outras cidades brasileiras, a rivalidade mais forte é entre as classes sociais.” (LEVER, 1983, p. 105).

O time de massa do Rio é o Flamengo; seu símbolo é um urubu. As lealdades variam de acordo com a situação do time, mas cerca de um terço da população do Rio afirma sua fidelidade ao Flamengo, muito mais que a qualquer outro time. Dizem que há mais rituais de umbanda antes das partidas do Flamengo do que são realizados por qualquer outro time. O Flamengo é o clube mais famoso do Brasil; os pedidos de camisetas do Flamengo chegam de muito longe, até mesmo de regiões indígenas da Amazônia.

Muitas vezes os imigrantes adotam o Flamengo como seu clube ao chegarem ao Rio, porque ouviram falar a respeito em suas terras, aumentando assim ainda mais a sua massa de torcedores entre as camadas mais pobres da população. (LEVER, 1983, p. 105).

Nesse sentido, o Flamengo x Fluminense pensado pelos irmãos Rodrigues era a “síntese do Brasil moderno” (COUTINHO, 2013, p. 137). Em outro trabalho, no qual Coutinho debate a construção da rivalidade FlaFlu e o ideário da identidade nacional brasileira (2016), o autor reforça que, mais do que arquitetar os contornos identitários do FlaFlu e inflar as torcidas, a crônica esportiva da época tinha outra prioridade: “Rodrigues, tricolor declarado, e Filho, rubro-negro contido, contribuíram indiscutivelmente para o crescimento dos clubes dos seus corações. Mas antes de torcedores, Mário Filho e Nelson Rodrigues eram intelectuais comprometidos com um projeto de nação.” (COUTINHO, 2016, p. 7). O discurso nacionalista, inclusive, é o que permitia a inclusão de certos grupos sociais nas torcidas, evidenciando ainda mais o antagonismo povo x elite. “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.” (COUTINHO, 2013, p. 43).

Se nos anos 1930, exaltar o caráter elitista de uma instituição, desportiva ou não, ainda era algo plausível nos meios de comunicação, não se pode dizer o mesmo sobre os anos 1960. A experiência democrática, que permitiu o acelerado grau de organização política dos trabalhadores, e o processo de radicalização verificado no segundo semestre de 1963 exigiam dos interlocutores da mídia que falassem para o “povo”. A definição do significado social de “povo” tinha variadas possibilidades. Comunistas, trabalhistas, liberais, democratas-cristãos não compartilhavam da mesma noção de popular. (COUTINHO, 2016, p. 12).

O povo que passava a frequentar os estádios se configurava, portanto, como “agente central daquela sociedade em transformação” (COUTINHO, 2016, p. 12), na qual o sentimento nacionalista motivava a adesão às cores de um clube para, assim, pertencer à nação. Coutinho (2013) reforça que o *Jornal dos Sports* foi um dos elementos aglutinadores desse projeto. Para ilustrar seu raciocínio, o autor destaca a forma contundente como Mário Filho defendia a construção do Maracanã enquanto um “palco enorme para o futebol, que servisse para abrigar todas as camadas sociais do Brasil [...], a multidão composta por homens, mulheres, operários e grã-finos” (p. 137). Outro exemplo citado pelo autor foi a decisão do campeonato estadual de 1963 entre Flamengo e Fluminense, com público recorde na história da competição. Os irmãos Rodrigues viram nesta decisão mais uma oportunidade de colocar em prática “o projeto que vinha sendo gestado desde os tempos da profissionalização do futebol: transformar o jogo entre Flamengo e Fluminense na metáfora síntese da identidade nacional brasileira” (COUTINHO,

2016, p. 3). Em sua tese doutoral (2013), Coutinho afirma que, não à toa, até hoje o clássico FlaFlu é o jogo mais comentado pelo jornalismo esportivo no Brasil.

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. (COUTINHO, 2013, p. 139).

Foi dessa maneira que os irmãos Rodrigues se utilizaram do futebol para demarcar as representações sociais correntes na época, sintetizando a sociedade brasileira em torno da mística da rivalidade FlaFlu: “De um lado, a massa popular rubro-negra, do outro o refinamento tricolor. Elite e trabalhadores no mesmo palco, seguindo as mesmas regras, mas separados nas arquibancadas.” (COUTINHO, 2016, p. 9). A festa das torcidas nas arquibancadas, inclusive, gerava os insumos que a crônica esportiva precisava para continuar reforçando tais estereótipos, embora o tom da rivalidade entre os torcedores nem sempre fosse amistoso. Vale destacar que até mesmo o modo como Fluminense e Flamengo rivalizavam ganhava contornos de classe: a elegância do primeiro costumava ser tratada como “expressão da falta de virilidade”, tornando-se um símbolo de “comportamento afeminado”, enquanto “a truculência e os hábitos toscos associados à massa obreira conferiam à torcida do Flamengo alcunhas associadas ao lixo, como o urubu, ou ao comportamento rude, como a ‘mulambada favelada’”. (COUTINHO, 2013, p. 140).

O jornalista Márvio dos Anjos, em depoimento ao documentário *Fla x Flu: 40 Minutos Antes do Nada* aqui citado, explica que é exatamente essa variedade de forças que faz do FlaFlu um clássico completo, no sentido mais amplo da palavra: “Essa coisa da elite contra o povão, essa coisa do timinho contra o timaço, essa coisa da maior torcida contra a menor torcida... você pode jogar todas as questões da humanidade ali dentro.” (ANJOS, 2013, s/p.). Em perspectiva menos hiperbólica e mais sarcástica, o jornalista Pedro Bial questiona, no mesmo documentário, o rótulo de elitista que até hoje recai sobre o Fluminense, seu time do coração: “Então tá. Nós somos da elite. A elite de Cartola. Cartola que foi descoberto por Sérgio Porto como lavador de carros na Praça General Osório. A elite máxima da cultura brasileira. Nós somos elite na maior, na melhor acepção do termo, na supremacia do espírito.” (BIAL, 2013, s/p.). A socióloga Janet Lever, também aqui citada, recorreu ao mesmo termo – “espírito” – para distinguir o Flamengo do Fluminense justamente pelo senso de comunidade do rubro-negro, ao contrário do rival

tricolor que, por suposto, não era tão abrangente assim. Quanto à torcida do Flamengo e seu “espírito comunitário”, a autora conclui:

Eles são desprezados pelos torcedores rivais por causa da quantidade esmagadora, da exuberância depois da vitória e do fervor com que procuram recrutar novos torcedores. Frases como “Onde encontrares um Flamengo, encontrarás um amigo” confirmam o espírito comunitário. Torcedores do Flamengo dizem que, quando podem optar, preferem fazer um negócio com alguém que torça pelo Flamengo. Vi um vendedor ambulante de praia oferecer um desconto aos que podiam demonstrar que eram torcedores do Flamengo, na manhã de uma partida importante; é verdade que presumi que ele era motivado mais pelos instintos comerciais do que pelo senso de fraternidade. Há todo um folclore em que as pessoas acreditam, como a história do homem rico que estava sendo assaltado: ao encontrar em seu bolso a carteira de sócio do Flamengo, o assaltante, também torcedor do Flamengo, prontamente devolveu tudo. (LEVER, 1983, p. 106).

O jornalista Marcelo Barreto – em entrevista concedida a mim no percurso empírico desta tese –, embora considere a relevância da memória histórica que contribuiu para a consolidação dos estereótipos de povo e elite atrelados respectivamente a Flamengo e Fluminense, parece concordar com Lever quanto ao “folclore” que há por trás dessas concepções. O aspecto histórico que, segundo Barreto, aproximou o Flamengo das camadas populares estaria relacionado, sobretudo, ao fator geográfico – aqui debatido sob a ótica de Ferreira (2013). Nas palavras do jornalista: “A história que se conta do Flamengo é esta: como não tinha lugar pra treinar, treinava na praia. Era um treino aberto, as pessoas viam e o interesse pelo Flamengo foi crescendo.” (BARRETO, 2022, s/p.). Já para descrever o aspecto folclórico que associa o Flamengo ao time do povo e o Fluminense ao time da elite, Barreto parte de uma analogia com o horóscopo:

Eu não acredito em horóscopo. Pra mim, essa característica do torcedor de futebol é igual à característica dos signos: você divide a humanidade em doze, fatia a humanidade e, então, de cada doze pessoas do mundo, uma tem a característica de Escorpião, a outra tem a característica de Áries... aí tem a Lua também, porque cruza... enfim, acho que é a mesma tentativa de entender o ser humano numa classificação muito simples. (BARRETO, 2022, s/p.).

Apesar de considerar tais estereótipos de povo e elite como classificações simplistas, Marcelo Barreto admite que essa é uma construção legítima no âmbito da cultura torcedora, chamando atenção inclusive para um certo lirismo que contorna tais narrativas, assim como o fez Francisco Bosco ao entoar o refrão de *Silêncio na Favela*. Barreto afirma que, por coincidência, havia assistido recentemente ao documentário aqui citado e se lembrou da fala do colega: “Eu vi outro dia o Francisco Bosco dizer que adora esse grito! O que tem de poético é o seguinte: são várias pessoas de um lado se identificando com um sentimento que não

necessariamente é o que permeia a vida delas.” (BARRETO, 2022, s/p.). Ainda segundo Barreto, é como se fossem duas coletividades conversando entre si nas arquibancadas, porém, cada uma é composta por pessoas com histórias de vida absolutamente diferentes. Para o jornalista, o que une essas pessoas é, portanto, uma “característica coletiva construída”.

Barreto exemplifica esse raciocínio lembrando o depoimento de Bial, também aqui citado: “Então, se eu sou Fluminense, eu sou de elite. Nesse mesmo documentário o Pedro Bial fala: ‘Ah, nós somos a elite?’ Então tá bom. Então somos essa elite artística!” (BARRETO, 2022, s/p.). E conclui, retomando a analogia com o horóscopo: “É como você dizer: ‘Esse cara é de Escorpião. Ele é assim, ele é desse jeito, essa é a característica dele.’ É absolutamente inviável. Mas isso não quer dizer que não seja uma construção coletiva válida dentro do universo do futebol. E bonita também. Tem uma poesia nela, né?” (BARRETO, 2022, s/p.). O jornalista Juca Kfourri, em entrevista concedida a mim no percurso empírico desta tese, concorda sumariamente com os colegas: “Nós poetizamos a favela. ‘Ave Maria no Morro!’ Cê quer uma coisa mais poética? Mais tocante? Agora, essa é uma maneira também, eu acho – e isso é complicado – de a gente normalizar uma situação que não poderia ser normal.” (KFOURI, 2022, s/p.). Mas esse é um debate para outra tese.

### 3.3. A imagem do Cruzeiro resplandece?

A bandeira tem o Cruzeiro do Sul. No hino nacional, a imagem do Cruzeiro resplandece. Então não existe nada mais brasileiro. Todo estrangeiro que faz alguma coisa importante pro Brasil, pro relacionamento, ele vem ao Brasil e recebe a maior comenda que o Brasil dá, que se chama: Ordem Nacional do Cruzeiro do Sul. O dinheiro do Brasil era réis e virou? Cruzeiro! Cruzeiro Novo... Então Cruzeiro é Brasil. Agora, os italianos ficaram chateados: “Mas e nós, italianos?” As estrelas estão no céu, o céu é azul, então a camisa vai ser azul com as estrelas brancas, o escudo com o Cruzeiro do Sul. Isso era o que se falava pras autoridades, pro povo brasileiro. Mas, na verdade, ela era azul porque o azul é a cor da Casa de Savoia, que é a cor da camisa da Seleção Italiana. Então o Cruzeiro era a Seleção Italiana, era os italianos jogando no Brasil com o escudo do Brasil. (CISCOTTO, 2021, s/p.).

O depoimento bastante ufanista de Anísio Ciscotto, historiador e membro da Associação de Cultura Ítalo-Brasileira de Minas Gerais, integra o documentário *Em Busca da História do Cruzeiro*<sup>31</sup>, dirigido por André Amparo e Gustavo Nolasco e lançado em 2021 na ocasião do

<sup>31</sup> Conforme consta em sinopse: “Cem anos depois, o documentário ‘Em Busca da História do Cruzeiro’, dirigido por André Amparo e Gustavo Nolasco, foi conhecer mais de perto os primórdios da Società Sportiva Palestra Italia, nome dado ao time fundado em Belo Horizonte no dia 2 de janeiro de 1921 por comerciantes e operários italianos que tinham em comum o amor ao esporte e ao país onde nasceram. O média-metragem, uma realização do Instituto Palestra Itália em parceria com o Instituto Vivas, tem duração de 60 minutos e resgata parte da trajetória centenária do time a partir de mais de 70 entrevistas com ex-jogadores, historiadores, jornalistas, torcedores, dirigentes, funcionários do clube e filhos de operários e imigrantes que participaram desde o início do projeto que

centenário do Cruzeiro Esporte Clube, agremiação que atualmente disputa com o Clube Atlético Mineiro a narrativa de legítimo time do povo no estado. O professor e pesquisador Marcelino Silva dedicou várias de suas obras – inclusive a resultante de seu pós-doutorado (2009) – à compreensão dos modos como tal disputa entre Atlético e Cruzeiro foi construída. De acordo com Silva (2005), explicar esse fenômeno em termos históricos ou discursivos é uma tarefa difícil, tendo em vista que ambas as agremiações reivindicam para si o rótulo de popular.

No artigo intitulado *O povo contra o povo no imaginário esportivo mineiro* (2005), Silva explica que a história do futebol brasileiro “tem sido sempre narrada e analisada a partir de certas dicotomias que dividem seus personagens e instituições em ricos e pobres, da elite e do povo, negros e brancos, do centro e do subúrbio etc.” (s/p) e que são essas dicotomias que pautam grande parte do discurso artístico, jornalístico e acadêmico sobre o futebol no Brasil. Apontando as narrativas sobre a rivalidade entre Atlético e Cruzeiro como um exemplo em que isso se evidencia, o autor pondera que a história do futebol brasileiro não deveria reduzir-se a tais clivagens, pois, além de retroalimentarem um imaginário polarizado no torcedor, fazem com que os veículos midiáticos continuem representando os clubes de maneira estereotipada. Segundo Silva (2005, s/p), a transformação do Atlético “em um ‘clube de massa’, alcunha que lhe é consensualmente atribuída pela mídia contemporânea, é ainda um mistério a se resolver”, tendo em vista que a origem do alvinegro pode ser considerada elitista, já que a agremiação foi fundada por um grupo de jovens de famílias tradicionais belo-horizontinas.

O Cruzeiro, por sua vez, empreende esforços rotineiros no sentido de posicionar-se enquanto o legítimo time do povo, considerando-se, sobretudo, o fato de ter sido fundado por imigrantes italianos que haviam se estabelecido em Belo Horizonte no desenvolvimento da capital. Tanto que, até hoje, o Cruzeiro se vale de uma narrativa de organização e diligência típicas de sua “Máfia Azul”, definindo-se, sobretudo, “por aquilo que possibilitou aos italianos sua inserção na sociedade brasileira: o trabalho árduo e incansável, por meio do qual se pode construir lentamente um futuro bem-sucedido” (SILVA, 2005, s/p). O documentário aqui citado é um desses esforços empreendidos pelo clube, na intenção de resgatar parte da trajetória secular do time a partir de depoimentos de historiadores, jornalistas e, principalmente, filhos de

---

transformou o Cruzeiro em um dos grandes clubes do mundo. O média-metragem traz documentos e imagens inéditas, cedidas por famílias de palestrinos e cruzeirenses, trechos de outros documentários produzidos sobre o time, além de entrevistas exclusivas com expoentes do futebol e da crônica esportiva brasileira, como o ex-jogador Tostão e o jornalista Juca Kfoury.” (AMPARO; NOLASCO, 2021). Disponível em: <https://youtu.be/q67VTbH3tzo>. Acesso em: 15 abr. 2022.

operários e imigrantes cuja família acompanhou de perto os primórdios da agremiação. Silva (2005) assim descreve o contexto de fundação do Cruzeiro Esporte Clube:

Seu primeiro nome foi Società Sportiva Palestra Itália, e até o ano de 1926 a agremiação só aceitava italianos ou filhos de italianos em seus quadros. Somente a partir dali, e gradativamente, o clube passou a incorporar atletas que não eram membros da colônia, sem nunca perder seus fortes laços com ela. Em 1942, pressionado pelo clima de animosidade contra os italianos que a Segunda Grande Guerra havia provocado no Brasil, o Palestra mudou de nome para Cruzeiro e adotou como símbolo as estrelas do céu tropical, manifestando o desejo da colônia de se integrar à comunidade brasileira. (SILVA, 2005, s/p).

Também no referido documentário, o historiador e pesquisador Geovano Chaves (2021) explica as causas que motivaram o intenso fluxo migratório de italianos para o Brasil, especialmente no período pós-abolição, de 1888 em diante. “Por conta de ter algumas regiões que no século XIX eram paupérrimas, acontece então esse fluxo migracional, principalmente pros países do continente americano” (CHAVES, 2021, s/p.). O historiador Anísio Ciscotto aproveita para fazer um adendo de que “os solteiros geralmente iam pros Estados Unidos – muita indústria – e aqui, o Brasil e a Argentina, traziam mais famílias” (CISCOTTO, 2021, s/p.). Conforme o raciocínio de Chaves (2021), o território brasileiro possibilitou que a colônia italiana desenvolvesse um senso de comunidade entre si, onde o indivíduo passava a se entender enquanto italiano de fato, “que era o que não acontecia com ele na Itália. Na Itália ele era napolitano, ele era do Vêneto, ele era romano... ele não era visto como italiano. Ele passa a ser visto como italiano aqui.” (s/p.). Nesse âmbito, o escritor Stanley Savoretti (2021), estudioso do fenômeno da imigração italiana em Minas Gerais, destaca o papel dos agenciadores brasileiros na captação da mão de obra italiana, no sentido de atraí-los para o Brasil justamente a partir de um ideal de pertencimento e pujança para ascender pelo trabalho.

E aí nós temos o papel dos agenciadores que eram funcionários do governo, não diretos, mas eram contratados pelos governos dos estados brasileiros para captarem a mão de obra. Eles andavam pela Itália, por aquelas cidades que eram as mais necessitadas, certamente, e eles faziam a oferta: “Olha, sai dessa miséria e vamos para o Brasil.” Há um cartaz de época que faz uma propaganda maravilhosa: “No Brasil é quente, é calor. No Brasil há frutas, alimento em abundância. Lá você vai conseguir construir, edificar o seu castelo.” (SAVORETTI, 2021, s/p.).

O Cruzeiro Esporte Clube nasce nesse contexto, em 1921, sob a alcunha de Società Sportiva Palestra Italia, congregando a colônia italiana de Belo Horizonte que estava cada vez mais ampla. “Os italianos e seus descendentes eram, em sua maioria, comerciantes, artesãos, trabalhadores da construção civil e operários” (SILVA, 2012, pp. 71-72), os quais, sob a



“barganha” de “edificarem castelo” no Brasil, trabalhavam para construir a capital mineira, junto da mão de obra composta pelos trabalhadores da escravidão recém abolida. No entanto, Savoretti (2021) pondera que, mesmo antes da abolição, já havia imigração em massa para o Brasil. No caso de Minas Gerais, contudo, o fluxo migracional mais intenso se daria depois de 1888, especialmente com os italianos. “Eles gostariam e precisavam ser aceitos pela gente da terra. E qual a melhor forma de ser aceito, de estar integrado à comunidade, à sociedade belo-horizontina, senão pelo futebol?” (SAVORETTI, 2021, s/p.).

Em artigo publicado no livro *O futebol nas Gerais* (SILVA *et al.*, 2012), Marcelino Silva contextualiza o período que vai do final da década de 1920 até o início da década de 1940 como o marco de uma mudança significativa no “perfil sociocultural das torcidas” de Belo Horizonte. Esse período também demarca, na história da capital mineira, “uma fase de intenso crescimento urbanístico e populacional, com a superação, em diversos aspectos, da cidade provinciana das primeiras décadas do século XX” (p. 73). É nesse cenário, até então consagrado pela supremacia dos clubes pioneiros – Clube Atlético Mineiro, fundado em 1908, e América Futebol Clube, fundado em 1912, – que o Palestra começa a ganhar espaço, embora, nas palavras de Silva (2012), já tenha nascido forte, consolidando essa tendência ao abrir as portas do clube também para atletas que não eram da colônia italiana. A campanha do tricampeonato entre 1928 e 1930 foi outro fator que, segundo Silva (2012), corroborava a potência do clube. O historiador Geovano Chaves é ainda mais conclusivo quanto aos feitos da colônia italiana em Belo Horizonte: “Os italianos e os seus descendentes não constroem tão somente o Palestra Itália, né? Eles constroem a cidade.” (2021, s/p.). Já o escritor Romero Marconi, que é um dos autores do livro *O Time do Povo Mineiro*, obra organizada pelo pesquisador Gladstone Leonel Júnior (2021), assim resume a relação entre os palestrinos e sua identificação com a cidade:

O crescimento da colônia italiana em Belo Horizonte já era por si só motivada a ter um clube que a representasse. O Palestra de São Paulo conquista o Campeonato Paulista e isso causa um burburinho aqui em Belo Horizonte. As pessoas começam a pensar: “Olha, então a gente pode sim realizar o nosso sonho de ter um clube que represente a colônia.” O Palestra viria também pra fazer esse tipo de evento, que seria a união dos colonos italianos que moravam em Belo Horizonte. Por isso que eu gosto de falar que o Palestra foi criado pela sua torcida. É uma torcida que criou um clube. E esse clube veio pra representá-los. Então não é um projeto de quatro ou cinco rapazes... e essa mobilização foi tão grande que na primeira reunião em dezembro de 1920 é relatado que tinha mais de cem pessoas ali discutindo como seria a formação desse clube. (MARCONI, 2021, s/p.).

Se, conforme as perspectivas de Marconi (2021) e Silva (2012), o Palestra já nasce com certas potencialidades e abrangências, isso fica ainda mais evidente a partir de 1942, quando o clube precisou romper – embora apenas simbolicamente – os laços com a colônia italiana para

atender as exigências do Decreto-lei 4.166, que proibia referências aos países do Eixo (Alemanha, Japão e Itália) no contexto da Segunda Guerra Mundial. No decorrer desse processo, a Società Sportiva Palestra Italia se torna o Cruzeiro Esporte Clube e, assim, se abre definitivamente para angariar um novo perfil de torcedores. Essa popularização do clube – agora no sentido de abrangência – resultante do período de guerra foi tema de debate sobre as rivalidades do futebol mineiro em uma edição especial do quadro *Ludopédio em Casa*<sup>32</sup>, produzido em 2020 pelo *Portal Ludopédio*<sup>33</sup>.

No referido debate, a pesquisadora Priscila Ferreira (2020) pondera que a narrativa da suposta popularidade do Cruzeiro estaria mais atrelada ao fato de o clube ter se dissociado da “visão de clube italiano” para se tornar “um clube mineiro em busca de conquistas nacionais” e menos ao fato de ter sido uma agremiação fundada por uma classe operária. Na perspectiva de Ferreira (2020), trata-se de uma classe trabalhadora em disputa, tendo em vista que a mão de obra italiana em Belo Horizonte acabou se configurando como uma espécie de “burguesia em ascensão”: “Era o dono do comércio que conseguiu ali pelo trabalho, pela compra e venda, enfim, num processo do trabalho, se ascender socialmente e se transformar numa elite da cidade.” (FERREIRA, 2020, s/p.). É nesse âmbito que Ferreira problematiza o rótulo de time do povo em torno do Cruzeiro porque, conforme a pesquisadora, tal narrativa incorre em contradições ao se considerar todo o histórico do Palestra:

Se a gente for pensar nessa constituição, o Cruzeiro/Palestra surge como o outro, o outro de fora. Ele não é nem o profissional liberal e nem o Estado. Ele é o italiano: o outro, o de fora. E mesmo dentro do próprio clube, lá pelos anos 30, começa um movimento assim: “Olha, esse futebol está se desenvolvendo, se popularizando, se alastrando, criando fôlego... e essa história de ser só italiano não tá dando muito certo.” Então há um movimento dentro do próprio clube de expansão, de extinguir esse pré-requisito de ser italiano nato ou descendente para poder fazer parte do clube. E isso é uma disputa. (FERREIRA, 2020, s/p.).

O historiador e pesquisador Marcus Lage (2020b) concorda com a colega de debate, destacando o fato de o Palestra, em sua origem, ser a agremiação socialmente mais heterogênea das três principais do estado. Lage (2020b, s/p.) recorre a uma expressão anacrônica para explicar seu ponto de vista de uma forma bastante didática: “O mais curioso é que é uma

<sup>32</sup> Disponível em: <https://youtu.be/M6GZxMpr-RI>. Acesso em: 15 abr. 2023.

<sup>33</sup> O *Ludopédio* (<https://ludopedio.com.br/>) é a principal referência brasileira em divulgação científica sobre futebol da América Latina. Criado em 2010, trata-se de um portal independente composto por pesquisadores que visam propor uma ponte entre a produção acadêmica e a sociedade. Em março de 2020, no início da pandemia de Covid-19 no Brasil, o portal lançou o quadro semanal *Ludopédio em Casa*, compondo mesas virtuais com pesquisadores e especialistas da área para debater diversos temas que envolvem o futebol para além das quatro linhas, como racismo, homofobia, política e torcidas.

heterogeneidade que comporta desde os trabalhadores braçais até aqueles proto-empresários – se é que a gente pode dizer assim –, uma espécie de ‘novos ricos’ em Belo Horizonte.” Essa composição de uma “classe trabalhadora em disputa”, entretanto, vai perdendo fôlego no decorrer da transição do Palestra para o Cruzeiro<sup>34</sup>. Conforme Ferreira (2020), o clube palestrino surge galgando espaço entre as duas agremiações que até então compunham a principal rivalidade do estado: Atlético e América. É nessa “brecha” que o Cruzeiro se consolida enquanto potência no futebol do estado, conquistando títulos, fazendo investimentos, angariando novos torcedores, se desintegrando da colônia italiana e, assim, passando cada vez mais “a ser identificado como um time mineiro” (FERREIRA, 2020, s/p.).

Então essa ideia de time do povo eu acredito que isso remete muito mais a um período de surgimento, de construção do clube, do que propriamente dito ao longo das práticas que foram sendo desenvolvidas na história do clube. E essa disputa fica ainda mais evidente na época do Governo Vargas com a Segunda Guerra Mundial, na qual o Vargas toma partido, o Brasil toma partido e a Itália passa a ser vista como um inimigo. E aí tudo que é italiano passa a ser mal visto. [...] O bairro Barro Preto, onde a primeira sede do Cruzeiro foi construída, passa a sofrer ataques. E é daí que vem todo um movimento de mudar cores, mudar nome e mudar o próprio estatuto do clube. E é onde esse clube começa a entrar na sociedade mineira, a tentar seus vínculos [...]. Então se começa: “Vamos resgatar aqui esses símbolos nacionais. O quê que a gente pode ter? Vamos dar um nome. Que nome? Vai ser Independente, por conta da independência do Brasil? Não! Vai ser Ipiranga porque foi às margens do Rio Ipiranga?” Enfim. [...] Entre idas e vindas vamos chamar de Cruzeiro em alusão à constelação do Cruzeiro do Sul, que é um dos símbolos nacionais. Vamos também trocar a cor. O que se remete ao Cruzeiro do Sul? Céu! Então vai ser azul. E assim vai se dissociando um pouco essa visão de clube italiano, do outro, pra ser trazido como um clube mineiro em busca de conquistas nacionais. (FERREIRA, 2020, s/p.).

Esses ataques à comunidade italiana de Belo Horizonte e as conseqüentes mudanças no estatuto do clube também foram temas abordados no documentário *Em Busca da História do Cruzeiro* aqui citado, agora sob a ótica de quem viveu o período. Em um depoimento emocionado ao média-metragem, a senhora Osetta Pieri, italiana que veio para o Brasil no contexto da imigração, descreveu aquele agosto de 1942 – momento em que Vargas anuncia a entrada do país na Segunda Guerra – como um período de agressão, medo e revolta em Belo Horizonte: “Eu sofri muito também porque eu me formei para lecionar e, quando eu fui buscar meu diploma, me negaram porque eu era italiana.” (PIERI, 2021, s/p.). Aqui vale um adendo para destacar que o referido documentário é dedicado a ela, tendo em vista seu falecimento em

---

<sup>34</sup> Para uma versão mais aprofundada da transição do Società Sportiva Palestra Italia para o Cruzeiro Esporte Clube, ver o livro *De Palestra a Cruzeiro - Uma Trajetória de Glórias*, obra do jornalista esportivo e escritor Plínio Barreto (2000) em parceria com seu filho Luiz Otávio Trópia Barreto. Uma segunda edição desse livro foi lançada em 2021 em uma ação conjunta do Cruzeiro e do Instituto Palestra Itália, como parte das homenagens pelo centenário do clube.

meio às gravações do filme. Também em depoimento a esse documentário, Millo Nicolai (2021, s/p.), conselheiro do Cruzeiro, arremata o raciocínio: “Eles perseguiram mesmo. Quebraram tudo. Cê não podia nem falar que era filho de italiano que eles pegavam e davam um pau mesmo.” O historiador Geovano Chaves (2021, s/p.) resume a transição palestrina como uma estratégia de “sobrevivência”: “O Palestra surge exatamente quando termina a Primeira Guerra e o Palestra muda de nome exatamente dentro da Segunda Guerra. O Palestra Itália sobrevive num período entre guerras mundiais.”

Fazer essa contextualização da história do Cruzeiro desde sua fundação em 1921 até o início da Segunda Guerra em 1942 é importante não só para que se possa compreender a memória histórica que faz com que o clube pleiteie para si o título de time do povo, mas também para avaliar como essa construção narrativa o consolidou enquanto protagonista do futebol nas Gerais, junto do Clube Atlético Mineiro. Cabe lembrar que, antes de o Cruzeiro se tornar o rival “oficial” do Atlético, a rivalidade hegemônica era entre a equipe alvinegra e o América Futebol Clube, agremiações que, diferentemente do Cruzeiro, cultivaram outras relações com os estereótipos de time do povo e time da elite. Enquanto o América nunca negou sua origem aristocrática – e, na concepção do historiador e pesquisador Marcus Lage (2020a), faz questão de manter essa imagem até hoje – o Atlético buscou ressignificar a narrativa em torno de sua origem elitista, processo no qual o clube foi bastante exitoso.

Na tese doutoral intitulada “*Era uma vez um grande*”: *O mito da decadente aristocracia americana*, Lage (2020a) investiga os fatores que contribuíram para a “inadmissão” do América Futebol Clube no restrito grupo dos grandes times do futebol brasileiro. No citado debate veiculado no *Portal Ludopédio* sobre as rivalidades de Minas Gerais, Lage avalia que, nesse âmbito imaginário das narrativas de time do povo, “talvez o América tenha sido um dos únicos que não tenha pleiteado esse epíteto na capital mineira” (2020b, s/p.). O pesquisador pondera que, embora atualmente haja esforços da diretoria do clube no sentido de “falar que é um grande, é um popular, é um clube que leva gente pra geral, que tem a lavadeira, que tem o sapateiro...” (2020b, s/p.), esse discurso não condiz com o perfil de torcida hegemônica na agremiação, tendo em vista a aparente necessidade dos torcedores de reafirmarem as origens elitistas da equipe.

Em relação a esse perfil de torcida do América, Lage é categórico: “Existe uma galera que diz: ‘Nós somos poucos mesmo, queremos ser poucos, queremos ser pra poucos, só tem aqui na nossa torcida quem passa por um questionário, americano não é qualquer um, é quem pode.’” (LAGE, 2020b, s/p.). São “bobagens” que, ainda segundo o pesquisador, “os americanos gostam de sustentar”. Lage atrela essa narrativa ao projeto de urbanização de Belo Horizonte à

época de fundação dos clubes pioneiros – projeto no qual os palestrinos eram mão de obra majoritária. Inclusive, a famosa campanha do decacampeonato do América (1916-1925) – que, vale ressaltar, é até hoje um dos grandes trunfos de sua torcida – é vista por Lage (2020b) como uma espécie de “tradição inventada” que corrobora o sucesso do projeto político que forjou a nova capital mineira nas duas primeiras décadas do século XX:

Então por que que o América é decacampeão? São explicações muito simplistas que a gente pode dar, mas em grande medida é isso: o América é eleito como o time que representa essa nova capital, sem sombra de dúvida, que é uma nova capital que não dialoga com o interior. [...] O América sempre foi o América de Belo Horizonte. O América nunca foi o América dos rincões das Minas Gerais. O América representa essa galera que forjou a nova capital. E, ao forjar a nova capital, é ao mesmo tempo um grupo associativo levantado como representante daquela elite dirigente da cidade. Então, em grande medida, o decacampeonato representa o próprio triunfo da nova capital, do ponto de vista do projeto político da cidade naqueles anos 1910 e 1920. [...] Então, digamos: é uma memória, é uma narrativa, uma identidade em disputa. E, evidentemente, a narrativa majoritária é a de que o América é um clube de elite. E não só de elite, mas que é inclusive avesso ao povo. E, evidentemente, isso tem relação com esses anos dez, anos vinte. (LAGE, 2020b, s/p.).

O Clube Atlético Mineiro, por sua vez, embora também associado a bases elitistas no contexto de urbanização de Belo Horizonte, tratou de desconstruir esse estigma já nas primeiras décadas de sua história. Por mais que a rivalidade pioneira em Minas Gerais tenha sido uma “rivalidade elitista”, nas palavras do pesquisador Marcelino Silva (2008, p. 4), a consolidação do Palestra na disputa pela narrativa de time do povo – impulsionada pela conquista de títulos e expressiva adesão de novos torcedores – despertou no Atlético o ímpeto de se “popularizar” também, ainda que como “um artifício retórico, uma invenção de tradição, uma ressignificação do passado a partir do presente, com finalidades políticas bem precisas” (SILVA, 2008, p. 4).

O trabalho do pesquisador Rogério Alves (2011) vai ao encontro das pesquisas de Silva (2008), já que o autor também analisa a construção da rivalidade entre Atlético e Cruzeiro sob a vertente de narrativas forjadas, porém pondera que o antagonismo entre os clubes já permeava os dois “torceres” e pertencimentos desde os primeiros anos do confronto, mesmo quando o América ainda detinha um lugar de destaque nesse panorama. Alves (2011) corrobora seu raciocínio por meio da análise de jornais belo-horizontinos da primeira metade do século XX os quais mostram que, com a ascensão do Palestra, o embate antes consolidado entre Atlético e América foi sendo paulatinamente substituído pela rivalidade entre Atlético e Cruzeiro, que até hoje protagonizam uma disputa de sentidos muito bem demarcada em Belo Horizonte, onde cada um toma para si o status de popular, embora pautado em conotações bem diferentes.

Nas primeiras incursões às fontes notou-se que a rivalidade entre Palestra Itália (Cruzeiro Esporte Clube) e Clube Atlético Mineiro é mais antiga do que supunha o imaginário popular. Em algumas informações jornalísticas da época foi possível observar que essa rivalidade, tida como mais recente e consolidada na década de 1960, já se encontrava bem acirrada desde o final da década de 1920 e decorrer dos anos 30. Mesmo tendo o Palestra sido fundado em 1921, em pouco tempo de existência passaria a fazer parte do grupo de equipes importantes da cidade, não só pelo número de campeonatos conquistados, mas também pelo número de torcedores identificados com o clube. (ALVES, 2011, p. 6).

Enquanto do ponto de vista do Cruzeiro, ser o time do povo significa ser o time que acolheu a colônia italiana composta basicamente por imigrantes em “posições medianas ou subalternas de operários, artesãos e comerciantes” (SILVA, 2008, p. 4), do ponto de vista do Atlético a popularidade alvinegra vem de sua rápida abertura às classes sociais menos favorecidas, a despeito de sua origem elitista, conforme descreveu o pesquisador Georgino Neto (2010) na dissertação de mestrado intitulada *A invenção do torcer em Bello Horizonte: Da assistência ao pertencimento clubístico (1904-1930)*. Contudo, ambas as perspectivas estariam, segundo Neto, baseadas no componente clubístico da “paixão”: “A abertura do Atlético a ‘todas as classes sociais’, e a fervorosa ‘passione’ italiana davam uma peculiar característica a estes times. Começara ali a identificação destas equipes como ‘clube de massa’, ou ainda, ‘clube do povo’.” (NETO, 2010, p. 106). O pesquisador Rogério Alves (2011) recorre à obra de Marcelino Silva (2009) para evidenciar algumas contradições a respeito desses mitos de fundação, dos quais derivam as distintas conotações de “povo” tomadas por Atlético e Cruzeiro. Na concepção de Alves, os jovens estudantes de uma suposta origem elitista que fundaram o Atlético, eram, na realidade, jovens pertencentes a camadas médias e populares.

A história do Atlético foi construída por jovens das camadas mais populares, notadamente estudantes de várias partes do Estado e do país que residiam na capital para estudar. O Cruzeiro teve uma origem segregacionista, posto que restringia a participação na vida do clube à colônia de imigrantes italianos que se estabeleceram em Belo Horizonte. Nesse cenário, Silva (2009) aponta para a formação de uma ideologia da mediação e pacto social (Atlético) e ideologia liberal-capitalista da ascensão pelo trabalho (Cruzeiro), onde se forjaram na cidade duas opções: o tradicional ou o moderno. Silva (2009) conclui dizendo que “nos dias atuais, Atlético e Cruzeiro são tidos como populares: O Atlético inveja a astúcia e racionalidade cruzeirense e o Cruzeiro se enciúma da paixão e fidelidade da torcida atleticana. No final, aparentemente, um necessita do outro.” (ALVES, 2011, p. 4).

Com base nessas perspectivas, pode-se dizer então que a rivalidade entre Atlético e Cruzeiro se distinguiria das demais do país por ter sido forjada sob duas conotações diferentes da ideia de “popular”, conforme bem definido por Silva (2008). Uma dessas conotações baseou-se no “imaginário do trabalho e da perseverança”, no caso do Cruzeiro, e a outra no “imaginário da miscigenação e da mediação entre grupos e classes sociais”, no caso do Atlético (SILVA, 2008, p. 4). Marcelino Silva aproveita ainda para ressaltar que a construção dos sentidos de

“popular” em torno do Clube Atlético Mineiro teria advindo da própria popularização do futebol no país, que abriu as portas de diversas agremiações para a inclusão de negros e pobres na modalidade. O Atlético teria, na visão de Silva (2008), se aproveitado disso para, assim, construir sua narrativa de clube do povo. Narrativa esta inspirada, sobretudo, nas disputas polarizadas já efervescentes no Rio de Janeiro, território pioneiro na “exacerbação das tensões sociais”:

Esse movimento se realizou sobretudo no Rio de Janeiro, uma cidade que tinha profundas ligações com as formas tradicionais da sociedade brasileira, que viveu intensamente a chegada da modernidade, na chamada *belle époque* carioca, e onde foram cunhados diversos outros mitos da modernização brasileira, como o próprio samba, o carnaval, a era do rádio etc. Para lá convergia toda a diversidade social do país, desde a alta elite política e administrativa até as hordas de capoeiras que se envolveram na Revolta da Vacina, em 1904. Naquele contexto de exacerbação das tensões sociais, a articulação dos mitos do futebol a partir de dicotomias como negro x branco, povo x elite e centro x periferia respondia a necessidades urgentes de comunicação e sociabilidade, que permitissem a mediação e o convívio entre diferentes grupos sociais. (SILVA, 2008, p. 3).

Hervé Théry (2006), geógrafo francês radicado no Brasil, já havia chamado atenção para o pioneirismo de Rio de Janeiro e São Paulo – dentro da lógica das hierarquias urbanas – na construção do “mito dos clubes” nessa pretensa disputa de classes: “Afirma-se, por exemplo, que o Fluminense e o São Paulo são clubes chics, pó de arroz, e que o Flamengo e o Corinthians são populares, acrescentando um quê de luta de classes aos confrontos tradicionais” (p. 14). Théry faz um paralelo também com os mitos originários da imigração, “como as comunidades portuguesas do Rio e de São Paulo, que torcem para o Vasco e a Portuguesa; as italianas, para Palmeiras, antigo Palestra Itália, cujo nome foi mudado em 1942, momento no qual o Brasil entrou na guerra contra as forças do Eixo” (p. 14) – mesmo caso do Cruzeiro. O geógrafo traz ainda ao debate a questão midiática, tomando o jornalismo esportivo como combustível nessa disputa de narrativas: “Os clubes são conhecidos pelos seus cognomes, utilizados pelos torcedores e comentaristas de rádio e televisão de uma forma natural, sem preocupação em explicá-los.” (p. 14).

A discussão em torno do papel da mídia na construção desses estereótipos de time do povo e time da elite também é destaque nos trabalhos de Marcelino Silva (2005), sobretudo no que diz respeito à popularização do Atlético sob o epíteto de “time da massa”, que ganhou ainda mais força na segunda metade do século XX, em narrativas jornalísticas que o associavam ao “clube do ‘povão, o clube da ‘massa’, dos pobres, dos negros e dos mestiços” (SILVA, 2005, s/p). O Atlético obteve bastante êxito nesse processo, tendo em vista que até hoje é reconhecido

em todo o Brasil por uma de suas principais alcunhas: “Galão da Massa”, em referência também ao mascote “forte” e “vingador”.

No artigo *A massa faz 100 anos - futebol e sociedade em BH hoje*, no qual Silva (2008) analisa esse contexto de “invenção de tradições” sob a luz do centenário do clube, o autor faz uma analogia com o viés disciplinador dos esportes para explicar a insistência da mídia em retroalimentar tais imaginários: “O esporte como disciplina continua presente: a mídia repete os mitos atleticanos como um mantra; as mesmas histórias e os mesmos personagens são evocados para sustentar a tradição inventada que organiza fragilmente a massa.” (pp. 5-6). Vale lembrar que essa lógica segue perpetuada também em relação ao Cruzeiro – no mito da popularidade advinda da classe operária italiana que, na realidade, se estabeleceu sob valores próprios da sociedade liberal-capitalista – e a diversos outros clubes no Brasil, por vezes partindo de fatos históricos distintos, mas quase sempre culminando nessa pretensa luta de classes.

É possível aproximar essas duas imagens de algumas ideias mais gerais sobre a cultura popular urbana, em suas relações com a modernidade e com os processos de modernização no Brasil, em Belo Horizonte e outros contextos periféricos. Com sua mitologia de raça e paixão, o Atlético parece reafirmar as singularidades de um povo apaixonado, intuitivo e sofrido, simbolizando as energias incontroláveis da multidão heterogênea e sua capacidade de se opor à modernização ou assimilá-la de forma diferencial. O Cruzeiro, por sua vez, parece reforçar o vetor desse processo, por meio de uma narrativa que remete à ação dos próprios europeus como agentes modernizantes e reitera valores fundamentais da modernidade ocidental, como trabalho e perseverança, astúcia e racionalidade. (SILVA, 2012, pp. 85-86).

Ainda quanto ao papel do jornalismo esportivo na construção e retroalimentação de certos estereótipos, cabe ilustrar esse debate com um episódio relativamente recente da cobertura de Atlético e Cruzeiro que dá pistas para que se possa compreender também a atuação dos dirigentes dos clubes nesse processo. O episódio, muito bem relatado pelo historiador e pesquisador Marcus Lage (2020) em sua tese doutoral, remete a um clássico ocorrido entre as duas equipes no ano de 2015. O jogo terminou empatado em 1 x 1, no entanto, pelo contexto da partida, o “saldo” foi positivo para o Cruzeiro. Apesar dos ingredientes do jogo em si, os quais já seriam suficientes para inflar a cobertura da imprensa – expulsão, pênalti perdido, disputa de posições na tabela etc. – o que angulou as matérias em torno daquele clássico foi um áudio vazado pelo então vice-presidente de futebol do Cruzeiro, Bruno Vicintin, apropriando-se do discurso de time do povo para vangloriar o feito do clube. A intenção do dirigente ao resgatar esse discurso foi, segundo Lage (2020), deslocar para a equipe celeste o sentido de



popularidade comumente atrelado ao rival. O referido áudio, enviado pelo aplicativo WhatsApp para uma pessoa identificada por Vicintin como “DJ”, trazia o seguinte conteúdo:

Tenho certeza que o resultado ontem foi muito pior para o Atlético. Jogamos o segundo tempo todo com 10 jogadores, contra um grande time, um dos melhores times do Atlético, da história do Atlético [sic]. Eles não conseguiram fazer nada, fizeram um gol no finalzinho, nosso time jogou muito, tivemos mais chances. Vamos na fé, o time está respondendo bem, o trabalho do Mano está colocando as mudanças [sic], apostou na velocidade, e quase nos deu a vitória. E vamos em frente, nosso time está respondendo. Vamos em frente, time do povo. [...] Tem que bater nisso [sic], time do povo, time do povo, time do povo, porque é o time do povo, é o time que, quando precisa, a torcida vai, não abandona o time [sic], poucas torcidas do Brasil podem falar isso. (VICINTIN citado por LAGE, 2020, p. 43).

Embora em âmbito desportivo o conteúdo do áudio trouxesse um cenário que já havia sido descrito pelos cronistas da cidade, o vazamento gerou burburinho entre as torcidas devido ao tom provocativo e, sobretudo, devido ao uso da alcunha de time de povo repetidas vezes, a qual Vicintin recorreu para insinuar “que a torcida cruzeirense era muito mais fiel e apaixonada que a do rival” (LAGE, 2020, p. 43), já que o clube, apesar de estar “brigando para não cair”, havia colocado “85 mil pessoas em dois jogos”, ao contrário do Atlético que, mesmo “brigando para ser campeão, sofreu para colocar 12 mil em campo” (VICINTIN citado por LAGE, 2020, p. 43), argumentos estes também presentes no referido áudio tomado pelos atleticanos como uma grande afronta à sua torcida. A diretoria de marketing do Cruzeiro imediatamente se aproveitou dessa polêmica para promover a equipe a partir do slogan de Time do Povo, agora em iniciais maiúsculas, considerando-se o uso publicitário que o clube fez da expressão.

Assim, à medida que a equipe celeste se recuperava na tabela de classificação, o clube engatava uma série de campanhas publicitárias de seu programa de sócio-torcedor, espalhando placas em plataformas do Terminal Rodoviário da capital mineira e vestindo seus jogadores para as entrevistas coletivas de imprensa com uma camisa personalizada com esse mote. Para dar ainda maior visibilidade à iniciativa, uma enorme faixa alviceleste, com essa inscrição, também passou a ser estendida em dias de jogos do clube bem ao centro das arquibancadas do Mineirão, em frente às câmeras de transmissão. (LAGE, 2020, p. 44).

Em resposta à campanha publicitária do Cruzeiro, a diretoria de marketing do Atlético também lançou seu mote de popularidade, sob o seguinte slogan: “O verdadeiro clube do povo, desde 1908”. Tal como na estratégia celeste, a “campanha atleticana seria estampada na fachada do Terminal Rodoviário de Belo Horizonte e também nas traseiras de boa parte dos ônibus coletivos da Região Metropolitana” (LAGE, 2020, p. 44), compondo assim um “prato cheio” de valor-notícia para as edições do *Globo Esporte* local. Ainda conforme Lage (2020), o que parecia ser apenas uma “batalha de representação simbólica entre os dois maiores clubes da

cidade”, culminou em um litígio judicial, no qual um membro de uma organizada celeste protocolou junto ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) um pedido de registro da marca “Time do Povo” associada ao Cruzeiro. Alguns meses depois, o registro foi concedido pelo órgão. Ainda mais curioso é que, diante do parecer favorável ao clube celeste, a diretoria do Atlético também entrou com pedido de registro da marca “Clube Atlético Mineiro: O verdadeiro time do povo desde 1908”, o qual foi indeferido pelo INPI sob a alegação de que se tratava de uma “expressão empregada apenas como meio de propaganda” (LAGE, 2020, p. 48).

Todo esse imbróglio contextualizado por Lage comprova o quanto tais narrativas ainda sustentam o imaginário de torcedores, jornalistas e dirigentes quanto à “disputa de classes” no futebol, operando como uma espécie de “‘memória quase que herdada’ e, por isso, constantemente recuperada” (2020, p. 49). Retomando o pensamento do sociólogo franco-austríaco Michael Pollak, Lage conclui que os usos de narrativas passadas para afirmar questões do tempo presente produzem um “‘altíssimo grau de identificação social’ nas comunidades que as partilham” (p. 49), o que, portanto – e agora na concepção da autora desta tese – justificaria tal recorrência plena e quase irrestrita. Todavia, é fundamental considerar nesta discussão as conclusões de Lage (2020) no que diz respeito aos torcedores estarem alheios a essa “disputa de classes” em si. O que de fato lhes interessa – também em uma perspectiva muito semelhante à debatida em torno do objeto de estudo desta tese – é saber quem é o legítimo time do povo, a despeito do que seria mais importante no debate: o(s) modo(s) como esses imaginários são construídos, consolidados e retroalimentados por agentes diversos e em meio a aspectos históricos, culturais e sociais bastante característicos. Debate este que, diga-se de passagem, é mesmo mais pertinente ao universo acadêmico.

Na capital mineira, os pares antitéticos “povo” e “elite”, muito comuns no futebol brasileiro, ou até mesmo o de “opressores” e “oprimidos”, próprios do repertório político da esquerda, não produzem qualquer tipo de tensão e rivalidade entre os torcedores. Em Belo Horizonte, os apaixonados por futebol estão muito mais interessados em decidir quem é o “verdadeiro clube do povo”, e essa disputa se restringe aos atleticanos e aos cruzeirenses. (LAGE, 2020, p. 275).

O jornalista Marcelo Barreto, em entrevista concedida a mim no percurso empírico desta tese, dá um depoimento que parece corroborar o raciocínio de Lages (2020) quanto à concepção de que essa disputa pelos sentidos de classe não é um fator determinante para tensionar os torcedores. A eles, basta experienciar uma rivalidade meramente calcada na completa negação das características do rival. É por isso que, “se você pega estereótipos dos clubes cariocas, você tem torcedores do Fluminense que são pobres e que se orgulham de torcer pra um time de elite”,

por exemplo, apartando-se totalmente de quaisquer implicações sociológicas que esse fenômeno possa vir a ter (BARRETO, 2022, s/p.). Implicações essas que – recuperando a fala de Théry (2006) aqui citado – não costumam se tornar pauta na grande mídia, tendo em vista que os jornalistas esportivos rotineiramente recorrem aos estereótipos de time do povo e time da elite sem se preocupar em explicar as origens dessas construções imaginárias.

O historiador e pesquisador Thiago Costa (2020) – no também já citado debate do *Portal Ludopédio* sobre as rivalidades do futebol em Minas Gerais – destaca a crônica esportiva do estado como o elemento de maior peso na retroalimentação dos estereótipos de classe. Segundo o pesquisador, essa estereotipagem foi estimulada desde os primórdios da fundação dos clubes, primeiramente a partir de uma crônica esportiva escrita que, em seguida, se consolidou com a ascensão do rádio. “Há muito tempo alguns jornalistas colocaram no Cruzeiro a pecha de que era time de italiano, no América de que era time de elite e de que o Atlético seria o time do povo, quando na realidade a historiografia bate e vai olhando que não é bem assim.” (COSTA, 2020, s/p.). No caso do estereótipo de time de massa atrelado ao Atlético, Costa (2020) chama atenção também para outro ingrediente do qual a crônica esportiva se apropriou para fomentar a disputa com o rival: os ídolos que representavam as conotações de popularidade associadas ao clube. Como exemplo, o autor cita as figuras de Zé do Monte, Cafunga, Guará e Ubaldo nas primeiras décadas da agremiação e, posteriormente, figuras como Dario “Dadá Maravilha” e Reinaldo nos anos 1970 e 1980. Marcelino Silva (2012) já havia feito essa correlação:

A conquista do Campeonato Brasileiro, em 1971, com um time mediano e um gol do folclórico Dario “Peito de Aço”, reforça a mística da raça e a ligação com as classes populares; e sempre, o torcedor-símbolo do Atlético por tantas décadas, encarna uma esperança e um amor constantemente renovados. Em tempos mais recentes, essa imagem se atualiza no estilo inflamado da Galoucura, na mentalidade populista e dependente de líderes carismáticos que predomina na administração do clube e nos episódios do rebaixamento para a segunda divisão do Campeonato Brasileiro e da volta à primeira divisão, em 2005 e 2006, vividos dramaticamente como mais um lance de superação do “vingador”. (SILVA, 2012, p. 79).

Interessante é que, um ano depois dessa publicação de Silva (2012), o Atlético ainda conquistaria pela primeira vez – e de uma forma bastante épica – a Copa Libertadores da América. O jornalista e escritor Fred Melo Paiva reuniu na obra *O atleticano vai ao paraíso: do quase rebaixamento à conquista do título impossível* (2013)<sup>35</sup> as crônicas que assinou no

---

<sup>35</sup> Alguns anos após o lançamento do livro *O atleticano vai ao paraíso: do quase rebaixamento à conquista do título impossível*, Fred Melo Paiva roteirizou o documentário *Lutar, Lutar, Lutar - O Filme do Galo*, lançado em 2021 sob a direção de Sérgio Borges e Helvécio Marins Jr. Conforme consta em sinopse, o filme aborda “a história centenária do Clube Atlético Mineiro, desde sua fundação em 1908 até suas vitórias recentes na Copa Libertadores

jornal *Estado de Minas* ao longo dessa temporada vitoriosa da equipe. Trata-se de uma obra essencialmente clubista, na qual o autor intencionalmente deixa prevalecer seu próprio pertencimento clubístico e sua paixão pelo Atlético Mineiro. Em uma edição de 2020 do programa cultural *Sempre Um Papo*<sup>36</sup>, Fred Melo Paiva discorreu sobre a obra e associou sua paixão clubística à “utopia de um país que nunca se realizou” (2020, s/p.).

Para embasar seu raciocínio, o escritor resgata a história do Atlético a partir do imaginário de popularidade aqui discutido e toma como exemplo a figura do jogador Reinaldo, atacante do time entre os anos 1973 e 1988, maior artilheiro da equipe e opositor ferrenho da ditadura. Paiva (2020), inclusive, atrela os infortúnios da história alvinegra ao período ditatorial, pressupondo uma expulsão encomendada de Reinaldo na final do Campeonato Brasileiro de 1977 – no qual o time realizou a proeza de ser vice-campeão invicto diante do São Paulo Futebol Clube – e também uma arbitragem injusta na semifinal da Libertadores de 1981, contra o Flamengo, na qual cinco jogadores do Atlético foram expulsos pelo árbitro José Roberto Wright, aparentemente sem motivações concretas<sup>37</sup>.

Na ótica de Paiva (2020), é desses “infortúnios” e de outros “azares incríveis” da trajetória atleticana que deriva a concepção da “raça” e “paixão” associadas ao torcedor alvinegro: “Eu acho que a gente reage com a força e o poder do injustiçado. Então a nossa força e a nossa paixão tem o tamanho da força e da paixão do injustiçado.” (s/p.). Os depoimentos do jornalista no citado programa *Sempre Um Papo* corroboram a hipótese de que as narrativas de popularidade em torno do Atlético remetem a um imaginário socialmente construído, o qual é rotineiramente alimentado por setores influentes, sobretudo midiáticos. O pesquisador Marcelino Silva (2012), em uma vertente acadêmica, assim define essa relação: “Na mística de raça e paixão que acompanha o Atlético, projeta-se a imagem do povo como uma massa heterogênea e irracional, que extrai suas energias e sua coesão de um equilíbrio instável entre mediação social e potencial de conflito.” (p. 80). Já o escritor Fred Melo Paiva, em uma vertente literária, parte do seguinte raciocínio:

---

e Copa do Brasil. A história de um time nascido da utopia de unir o branco e o preto, o pobre e o rico, e que resiste ao infortúnio e à injustiça dentro e fora de campo.” (BORGES; MARINS JR., 2021).

<sup>36</sup> A *Associação Cultural Sempre Um Papo* é uma sociedade civil sem fins lucrativos que visa contribuir para o desenvolvimento de políticas de incentivo ao hábito da leitura. O programa *Sempre Um Papo* foi idealizado em 1986 pelo jornalista Afonso Borges em Belo Horizonte. Ao longo dos anos, a iniciativa chegou a 30 cidades, em oito estados brasileiros, além do Distrito Federal. Disponível em: <https://sempreumpapo.com.br/o-que-e-2/>. Acesso em: 20 abr. 2023.

<sup>37</sup> Detalhes dessa partida podem ser conferidos na matéria *Ferida aberta: há 40 anos, Atlético-MG era eliminado na Libertadores em jogo manchado de expulsões* (RIBEIRO, 2021). Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/atletico-mg/noticia/ferida-aberta-ha-40-anos-atletico-mg-era-eliminada-na-libertadores-em-jogo-manchado-de-expulsoes.ghtml>. Acesso em: 20 abr. 2023.

O Atlético foi fundado duas décadas depois da abolição da escravidão. A gente desde a fundação é um time de preto e de branco. É um time fundado por uma elite estudantil de Belo Horizonte que já de largada abraça uma opção popular. Então a gente é, fundamentalmente, a utopia de um país que nunca se realizou. A gente é o preto e o branco, o rico e o pobre. E nós somos também o clube de uma cidade que tinha acabado de nascer, que não tinha uma identidade própria. O Atlético vem costurar esse retalho social. Eu acho isso tão bonito! [...] Todas as nossas injustiças remetem aos anos 70 e 80, remetem à Ditadura. E elas obviamente têm a ver com fato de a gente ter no nosso plantel um dos maiores jogadores do mundo, que é o Reinaldo, um opositor da ditadura. Então a gente honra essa história desde sempre. O fato de a gente não ter desistido do Atlético é porque não se desiste de uma utopia dessas. (PAIVA, 2020, s/p.).

Assim como a década de 1970 se tornou bastante expressiva para o Clube Atlético Mineiro – seja pela conquista da primeira edição do certame nacional, seja pela presença de atletas politizados na equipe, como Reinaldo – o período ditatorial também registrou episódios significativos na história do Cruzeiro, os quais, do ponto de vista dos torcedores cruzeirenses e de amantes do futebol, podem ser considerados tão injustos quanto aqueles pontuados por Paiva (2013) na obra *alvinegra*. Um exemplo é o corte do meia Dirceu Lopes da Seleção Brasileira às vésperas da Copa de 1970, que deixou marcas profundas na carreira e vida pessoal do jogador de origem humilde revelado pelo Cruzeiro no início dos anos 1960. O jornalista e escritor Pedro Blank<sup>38</sup>, no livro *O príncipe: a real história de Dirceu Lopes* (2014)<sup>39</sup>, biografou a trajetória do atleta a partir de fatos narrados em primeira pessoa pelo próprio Dirceu – terceiro jogador que mais vestiu a camisa celeste<sup>40</sup> e que compõe a dupla campeã na artilharia do clube junto de Tostão. O corte de Lopes da Seleção teria se dado por supostos motivos políticos, considerando-se a ligação do então técnico João Saldanha com o Partido Comunista (BLANK, 2014). Aqui, convém trazer um pequeno perfil de Saldanha descrito pelas palavras do literato José Miguel

---

<sup>38</sup> “Na obra de Blank, a realidade histórica é dada pelos documentos fotográficos e de imprensa, sobre os episódios amplamente conhecidos do personagem, além de diversas passagens em primeira pessoa e entre aspas, de Dirceu Lopes comentando os relatos. [...] Blank introduz os fatos da carreira do jogador após explanações sobre o contexto social de Belo Horizonte, de Minas Gerais e do Brasil, citando as transformações urbanas da capital mineira e a conjuntura política da ditadura militar. Ao final, Blank conseguiu embasar seus argumentos com referências documentais de crônicas esportivas da época, relatos de grandes craques, e com as belas imagens que a obra apresenta. Por outro lado, em sua habilidade literária e romanesca, consegue transferir fluidez ao texto, amarrando a narrativa documental ao tom afetivo de um torcedor cruzeirense.” (CORNELSEN; MARINHO, 2019, s/p.). Disponível em: <https://ludopedio.org.br/arquibancada/dirceu-lopes-um-expoente-do-futebol-arte/>. Acesso em: 20 abr. 2023.

<sup>39</sup> Cabe registrar que tive imensa honra e prazer em recordar a trajetória de Dirceu Lopes contada por ele próprio durante algumas vezes em que almoçamos juntos em Belo Horizonte. Esses encontros só foram possíveis porque trabalhei com o jornalista Pedro Blank, autor da biografia de Dirceu, à época do lançamento da obra. Sou muito grata a Blank pela oportunidade e, especialmente, a Dirceu por compartilhar comigo, nos meus vinte e três anos de idade, uma história tão emocionante, profunda e grandiosa.

<sup>40</sup> DIÁRIO CELESTE. Jogadores que mais vezes atuaram pelo Cruzeiro. Disponível em: <https://www.diarioceleste.com.br/historia-do-cruzeiro/jogadores-com-mais-jogos-na-historia-do-cruzeiro/>. Acesso em: 20 abr. 2023.

Wisnik (2008), em trecho extraído da obra que embasou parte da discussão teórica proposta no primeiro capítulo desta tese:

Saldanha tinha um pensamento todo próprio sobre o futebol brasileiro, e terá ocasião de colocá-lo em prática como técnico da Seleção Brasileira de Gérson, Pelé e Tostão, no período conturbado que antecede a Copa de 1970. Comunista exaltado e boêmio de praia, imaginoso e encenqueiro, que garantia ter participado da Grande Marcha de Mao Tsé-Tung e desembarcado com as tropas de Montgomery na Normandia, Saldanha dirigiu com uma independência indomável a Seleção Brasileira em plena ditadura Garrastazu Médici, por um ano, dando-lhe o toque decisivo para que ela viesse a ser o que foi. O que não parece ser uma proeza menor do que as duas anteriores e nunca confirmadas, a da China e a da Normandia. João Saldanha reúne, na verdade, as qualidades de um general gaúcho com as de Neném Prancha, técnico de futebol de praia e filósofo. É, pois, do alto da sua legendária experiência e da sua condição de autoridade a ser obedecida que o treinador, jornalista e homem do mundo rende preito e tributo a Garrincha, o insuperável: “dentro e fora do campo, jamais vi alguém tão desconcertante, tão driblador. É impossível adivinhar-se o lado por onde Mané vai sair da enrascada”. (WISNIK, 2008, pp. 280-281).

Retomando a relação de Saldanha com Dirceu Lopes, fica claro na obra de Blank o apreço que o técnico tinha pelo meia cruzeirense, inclusive considerando-o taticamente mais importante do que Pelé (BLANK, 2014, p. 157). Saldanha, demitido do comando da Seleção pelo presidente Garrastazu Médici pouco antes da estreia do Brasil no México, “nunca escondeu que era comunista. Acreditava no homem e na vida. Entendia o futebol como arte-popular.” (p. 156). O técnico não tinha dúvidas de que Dirceu era um dos principais nomes do país: “desfilava em campo como Leonardo da Vinci pintava um quadro” (p. 157). Por isso, a dispensa do meia celeste foi tão difícil de se compreender. Em resenha do livro de Blank, os pesquisadores Elcio Cornelsen e Matheus Marinho (2019) assim descrevem o ocorrido:

Como é sabido, o campeão do mundo Zagallo, substituto de Saldanha nas vésperas da Copa de 1970, optou por cortar Dirceu, alegando excesso de meio campistas. Cortou também Zé Carlos, proeminente meia do elenco cruzeirense, campeão brasileiro e da Libertadores com a equipe celeste, além de ter sido campeão brasileiro com o Guarani de Campinas. A explicação formal foi contrastada com a explicação informal, com contornos de mito, na qual Dirceu cedeu lugar no esquadrão do Tri para Dario, o Dadá Maravilha, centroavante de preferência do ditador Emílio Garrastazu Médici, que, segundo a lenda, impôs a convocação do camisa 9. A história é totalmente ratificada e “documentada” na biografia do meia celeste. [...] A demissão de Saldanha pegou todos de surpresa, quando faltavam apenas 3 meses para a Copa. A substituição deu certo, Brasil campeão. Porém, a polêmica da interferência militar na lista final ficou. (CORNELSEN; MARINHO, 2019, s/p.).

Dirceu Lopes – detentor dos prêmios de craque do “Robertão” de 1969 e da primeira Bola de Prata da revista *Placar* – embora reconheça toda a grandeza de sua carreira, não nega a decepção de ter sido dispensado daquele Mundial, conforme consta em depoimento no livro de Blank (2014, p. 194): “Eu fiquei mais chateado por causa do meu pai e de minha família,

que sempre me incentivaram e tinham como certa a minha ida ao México.” Também na referida obra, Blank cita o artigo *Perda de Tempo*, publicado no jornal *O Globo* à época do ocorrido, no qual o ex-técnico João Saldanha relata sua indignação perante a dispensa de Dirceu, insinuando a motivação política do corte: “Lógico que fica difícil entender que no meio de 22 não haja lugar para Dirceu Lopes, indiscutivelmente um dos cinco melhores jogadores brasileiros. Neste corte, sinto particularmente um corte antifutebol-arte.” (SALDANHA citado por BLANK, 2014, pp. 192-193). No prefácio da obra de Blank, citado pelos pesquisadores Cornelsen e Marinho (2019, s/p.), Tostão – parceiro do meio-campista na equipe celeste – relata, “com a sobriedade que lhe é de praxe, que Dirceu não precisou ir à Copa para ser eterno”. A despeito disso, o escritor Pedro Blank não hesita em apontar os responsáveis pelo episódio.

Em 1970, Dirceu não imaginava o que acontecia no Brasil. Em *Uma Vida em Jogo*, Siqueira [biógrafo de João Saldanha] recorda que a propaganda governamental, veiculada até a exaustão em toda a mídia, transmitia o desenvolvimento econômico. Vendia a imagem de um país próspero e feliz. No futebol, Pelé recebia homenagens e sua foto era usada para mostrar a pujança nacional. Saldanha não topou ser conivente com a bandidagem. Aos amigos, garantiu que esculhambaria Médici com o caneco na mão. Sempre que ouvia a música “Noventa milhões em ação” completava a letra: “Noventa milhões em ação... E o povo sendo torturado, massacrado e a porrada comendo... Lá, lá, lá, lá, lá, lá, lá, lá, lá...”. Entre as centenas de crimes cometidos pela ditadura militar em 1970, não resta dúvida de que as baixas de João e Dirceu Lopes devem ser colocadas na conta do carrasco Médici. A Seleção ganhou a Jules Rimet pela terceira vez. Dario sequer sentou no banco de reservas. (BLANK, 2014, pp. 194-195).

No “ritmo” dessa paródia do *jingle* da Seleção Brasileira na Copa de 1970, convém retomar o raciocínio do jornalista Juca Kfourri em entrevista concedida a mim no percurso empírico desta tese. Kfourri (2022) relembra esses “artificialismos” do projeto político de 1970 para dizer que alguns deles, mesmo que reverberem ainda hoje, já “não param em pé”: “Essa lei que obriga que se execute o hino brasileiro antes de cada evento esportivo, ninguém dá a menor pelota! Cê sabe o que acontece no Allianz Parque quando começa a tocar o hino?” Respondendo ao seu próprio questionamento, o corintiano Kfourri canta na melodia da música: “Palmeiras, Palmeiras, Palmeiras!”

A torcida do Cruzeiro, por sua vez – embora não “dê a menor pelota” para o hino nacional – reserva três segundos da festa nas arquibancadas para entoar num ímpeto clubístico o verso que diz: “A imagem do Cruzeiro resplandece!” Em meio a essas controvérsias envolvendo os usos dos símbolos nacionais como aportes de regimes políticos, cabe encerrar este tópico com o depoimento de Juca Kfourri na referida entrevista (2022, s/p.), ocorrida às vésperas das eleições presidenciais de 2022, ao falar sobre a Copa de 1970 e a polêmica quanto

a apoiar ou não aquele escrete: “Eu não confundo a Seleção Brasileira com a ditadura como eu não confundo o hino do Brasil nem a bandeira do Brasil. [...] Eu me emociono quando eu ouço o hino do Brasil. Não é o hino do Médici. É o hino do Brasil. E nós vamos recuperar isso.”

### 3.4. Longe demais das capitais

Um dia chegou a cavalo, vindo ninguém sabia de onde, com o chapéu de barbicacho puxado para a nuca, a bela cabeça de macho altivamente erguida, e aquele seu olhar de gavião que irritava e ao mesmo tempo fascinava as pessoas. Devia andar lá pelo meio da casa dos trinta, montava um alazão, trazia bombachas claras, botas com chilenas de prata e o busto musculoso apertado num dólma militar azul, com gola vermelha e botões de metal. Tinha um violão a tiracolo; sua espada, apresilhada aos arreios, rebrilhava ao sol daquela tarde de outubro de 1828 e o lenço encarnado que trazia ao pescoço esvoaçava no ar como uma bandeira. (VERISSIMO, 2004, p. 171-172).<sup>41</sup>

O trecho apresenta Rodrigo Cambará, um dos personagens centrais do romance *O tempo e o vento* (2004), originalmente lançado em 1949 pelo escritor gaúcho Érico Verissimo. Esse clássico da literatura brasileira pode ser considerado a obra literária de maior prestígio sobre o sul do país, composta por uma trilogia que, com exímio rigor estilístico, narra os 200 anos do processo de formação e desenvolvimento do Rio Grande do Sul. No livro, o “certo capitão Rodrigo” representa a figura do gaúcho típico – lenço no pescoço, faca na guaiaca e chimarrão na mão – figura esta que, ainda hoje, permeia o imaginário coletivo sobre os gaúchos e seu estado. Decerto, a literatura foi implacável na construção desse imaginário, mas não deve levar o mérito sozinha. Assim como as obras literárias, o jornalismo, a publicidade, a telenovela, a música e tantas outras representações artísticas e midiáticas também reforçam o estereótipo que se tem do gaúcho como um produto das guerras, o monarca das coxilhas, o centauro dos pampas. No futebol, não é diferente, como será debatido no decorrer deste tópico.

Retomando a literatura, o romance *O tempo e o vento* se estabelece no confronto das relações duais que permeiam a história do Rio Grande do Sul, onde o aspecto coletivo do regional é materializado pelas ações individuais dos personagens da obra, apresentando ao leitor o jogo de classes envolvidas nos momentos decisivos da formação do estado: “portugueses e castelhanos nos tempos coloniais, farrapos e imperiais na luta separatista, maragatos e

---

<sup>41</sup> Este tópico apresenta resultados da minha dissertação de mestrado realizada entre agosto de 2016 e agosto de 2018, com bolsa Capes, no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPGJOR) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), sob orientação do professor Mauro César Silveira. Por isso, a redação do conteúdo recupera alguns argumentos já expostos de maneira preliminar em outras análises de minha autoria.



chimangos na Revolução Federalista”, como apontou o pesquisador Gilmar de Azevedo (2003, p. 308). Segundo Azevedo (2003, p. 317), o episódio da “destruição das Missões Jesuíticas, com o personagem Pedro Missioneiro, até a Abolição da Escravatura e a Guerra Civil, com o Cel. Licurgo Terra-Cambará”, são exemplos claros dessa correlação.

Contudo, ainda que as juras de revanche façam parte da história do Rio Grande do Sul, “representando o dualismo que sempre esteve presente nesses ‘pagos’, imortalizados por Érico Verissimo através das duas famílias – os heróis dos Terra-Cambará e os anti-heróis dos Amarais” (AZEVEDO, 2003, p. 313), o pesquisador pondera o fato de que, nesta obra, o romancista faz a síntese do equilíbrio: ao mesmo tempo em que representa a imagem do gaúcho como “homem social, livre e honrado”, o escritor mostra-se contrário à insanidade da guerra. (AZEVEDO, 2003, p. 318). Desse modo, a narrativa de Verissimo imporia aos leitores uma interpretação crítica das relações sociais que permeiam o estado, justificando o estereótipo do herói como resultado do jeito de ser e de se portar do gaúcho frente aos processos históricos da consolidação de seu território. Para Azevedo (2003), o gaúcho representado pelo romancista poderia ser assim descrito:

Possui corpo moreno, delgado, sadio e um linguajar tipicamente regional; alimenta-se de carne; toma mate amargo; fuma cigarro de palha, anda sempre a cavalo, usa botas, chapéu e acessórios que lhe atribuem força física e moral; cumpre ordens, é fiel ao patrão, jamais se deixa abater em sua honra, ama a natureza e seu cavalo, interage com eles num tom de misticismo; procura a igualdade e não é obcecado pela ascensão social, não fraqueja na luta pela terra que ama; entrega-se aos afazeres da estância e da guerra; é o pastor de gado, o guerreiro e o tipo folclórico; é anti-monarquista e luta pela justiça e pela liberdade. Estes atributos conferem ao personagem o estereótipo do herói. (AZEVEDO, 2003, p. 310).

Entretanto, não se podem desconsiderar as razões que, de algum modo, embasam – e em certos casos até justificam – a construção desse estereótipo. No livro *Rio Grande do Sul: terra e povo*, organizado pela historiadora Alda Cardozo Kremer, o texto de abertura também é de Érico Verissimo (1969). No conto, intitulado “Um romancista apresenta sua terra”, o escritor insinua os motivos pelos quais o gaúcho passou a ser visto como símbolo máximo de coragem e altivez:

Fomos desde os tempos coloniais até ao fim do século um território cronicamente conflagrado. Em setenta e sete anos tivemos doze conflitos armados, contadas as revoluções. Vivíamos permanentemente em pé de guerra. Nossas mulheres raramente despiam o luto. Pense nas duras atividades da vida campeira – laçar, domar e marcar potros, conduzir tropas, sair para a faina diária quebrando a geada nas madrugadas de inverno – e você compreenderá por que a virilidade passou a ser a qualidade mais exigida e apreciada do gaúcho. (VERISSIMO, 1969, p. 3).

No mesmo conto, porém, o autor apresenta o contraponto do imaginário que a própria literatura por vezes se encarrega de enfatizar. Ao se questionar “afinal de contas, que é um gaúcho?”, Verissimo (1969, p. 4) ironiza se seria o gaúcho aquele sujeito branquíssimo, louro e de nome alemão. Pelo contrário. Ele pondera: “O Rio Grande do Sul é talvez o mais sortido cadinho racial do Brasil” (VERISSIMO, 1969, p. 4). E metaforiza a miscigenação do estado como uma mistura da qual o aspecto e o gosto seriam descobertos pelas futuras gerações: “A sopa foi temperada com ervas indígenas e africanas; mais tarde lançaram-se nela um pouco de repolho germânico e condimentos como a manjerona italiana e outras especiarias vindas não só da Europa como até mesmo do oriente próximo e remoto.” (VERISSIMO, 1969, p. 4).

Dando um salto para o século XXI, mas mantendo este paralelo literário, vale salientar que, se por um lado, a literatura ajudou a reforçar o imaginário do gaúcho típico, por outro, se configura como uma via de mão dupla, possibilitando novas representações para o gaúcho da atualidade, a exemplo do romance *Barba ensopada de sangue*, lançado pelo escritor Daniel Galera, em 2012. O colunista brasileiro Carlos Garcia (2015) dá um panorama sobre a obra, mostrando como a representação do gaúcho típico pode variar de perspectiva:

O personagem de Daniel Galera, que na história é chamado simplesmente de “ele” pelo narrador, consegue dar mostras do gaúcho atual. É um homem que gosta da cidade, mas ao mesmo tempo quer fugir dela. Ao contrário do gaúcho antigo que preferiria o campo, nosso sulista moderno refugia-se do caos da grande cidade no litoral. Como a costa salgada do estado não é atrativa, esse gaúcho estica o passo até as belas praias de Santa Catarina. No caso do *Barba ensopada de sangue* há um motivo para migrar para o estado vizinho, mas muitos gaúchos o fazem por puro prazer. Ele é um homem preocupado com o físico e gosta de praticar esportes. É, sobretudo, ligado à cultura pop. O cavalo como meio de transporte, há muito abandonado, é substituído pela bicicleta. Por outro lado, ainda segue apegado às origens. (GARCIA, 2015, s/p).

A historiadora Sandra Pesavento (1993, p. 389) explica que essa “identificação com a terra é de tal forma que todo gaúcho traria o Rio Grande no peito”, considerando-se que “uma paisagem, um povo, uma história, uma fisionomia para o Rio Grande do Sul definem, assim, uma identidade regional” (p. 391). Contudo, na perspectiva da autora, esse apego a uma visão estereotipada acabaria por forjar a representação de uma sociedade igualitária, servindo de argumento para os gaúchos se colocarem enquanto seres superiores em relação a tudo que ultrapassa as fronteiras de seu estado. Ou seja, “a simplicidade do campo, a bravura das gentes, a imensidão da terra”, articulariam a constituição de uma sociedade livre de conflitos. (p. 389).

Essa contextualização fornece indícios para compreender porque os movimentos tradicionalistas do Rio Grande do Sul têm tamanha representatividade, tanto no Brasil quanto no exterior. Conforme explica Azevedo (2003, p. 307), para os tradicionalistas, o “gauchismo”

é como uma religião: “Para os que não possuem raízes rurais é o espaço do devaneio onde todos têm identidade comum: terminado o culto regional, voltam a ser globais. Todos são produtos e tudo é vendável.” O regionalismo, nesse caso, funcionaria como uma estratégia de defesa da cultura brasileira a partir de uma cultura regional. Nesse raciocínio, é como se só fosse “possível ser brasileiro sendo gaúcho antes, expressando uma distinção cultural no país onde os meios de comunicação de massa tendem a homogeneizar a cultura a partir dos grandes centros como Rio de Janeiro e São Paulo” (AZEVEDO, 2003, p. 306).

Aproximando-se da temática central desta tese, decerto o futebol gaúcho não passaria ileso aos atos de afirmação cultural. Primeiramente, por se tratar de um esporte que, por si só, representa a cultura de massa. Em segundo lugar, por estar inserido em um contexto regional bastante idiossincrático, contextualizado nos parágrafos anteriores. A música popular, outro elemento da cultura de massa, também carrega significativos traços identitários no Rio Grande do Sul, a exemplo do gênero nativista, no qual se enquadram os trabalhos de músicos como Neto Fagundes, Luiz Carlos Borges, Gaúcho da Fronteira e Renato Borghetti. É pertinente destacar também a obra dos saudos Teixeira e Lupicínio Rodrigues, que são grandes referências musicais do estado e cujo trabalho por vezes perpassa o futebol. Com foco na proposta nativista, Teixeira assinou as trovas *O Desafio do GreNal* (1967), *Azul e Vermelho* (1969) e *Isso que é desafio* (1979), gravadas em parceria com sua companheira e acordeonista Mary Terezinha. Lupicínio Rodrigues, por sua vez, é autor do hino oficial do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense.

A identificação de Lupicínio com o Grêmio era tamanha que, em 1953, o próprio Lupicínio estaria incumbido de uma notória missão: escrever uma letra em homenagem aos 50 anos do clube, obra que, mais tarde, se transformou no hino oficial. Inclusive, na ótica do jornalista e escritor Léo Gerchmann (2015), essa devoção de Lupicínio Rodrigues pelo Grêmio é tida como um dos principais indícios que desmontam o mito da segregação racial atribuído à instituição: “Por que ele, filho de dirigente da Liga da Canela Preta, símbolo maior da arte popular porto-alegrense, inteligente a ponto de ser cultuado como gênio e orgulhosamente negro, seria torcedor de um clube supostamente racista?” (GERCHMANN, 2015, p. 21). Consideráveis páginas adiante, o autor complementa: “O hino, ‘até a pé nós iremos’, que fala de perseverança e da ‘imortalidade tricolor’, tornou-se lema do clube, composto por um aficionado negro, simplesmente o artista mais popular do Estado” (p. 136). A inspiração veio no calor de um dia de jogo, quando Lupicínio e outros gremistas aguardavam o bonde que os levaria ao estádio, sob a ameaça de uma greve deflagrada dias antes pelos motoristas, o que

dificultaria o acesso ao local da partida, conforme narra o antropólogo e pesquisador Arlei Damo:

Era domingo, 19 de abril e o Grêmio jogava à tarde contra o Força e Luz, na Timbaúva, bairro Santana. Lupicínio Rodrigues e um grupo de gremistas aguardavam a passagem do bonde que os levaria até o local do jogo, no Copacabana – um bar/restaurante situado na esquina das atuais avenidas Getúlio Vargas e Aureliano de Figueiredo Pinto, na Cidade Baixa, mas que à época ainda pertencia à Ilhota e era muito frequentado por boêmios. Os bondes estavam em greve mas, “como bons torcedores”, deveriam seguir o slogan e estar “com o Grêmio/onde estiver o Grêmio”. Segundo Lupicínio Rodrigues Filho, Salin Nigri e outros tantos, o grupo começou a se impacientar até que alguém sugeriu que fossem todos a pé. Ato contínuo, Lupicínio tomou um papel qualquer e, sentado à mesa do Copacabana, deu forma aos fragmentos. Rumaram então para o Timbaúva cantando: “Até a pé nós iremos/para o que der e vier/mas o certo é que nós estaremos/com o Grêmio onde o Grêmio estiver.” Gravado por João Dias, no ritmo da época, a “Marcha do Cinquentenário” acabou substituindo uma antiga partitura para piano, cuja existência até mesmo os gremistas mais antigos desconhecem, e se transformou no Hino Oficial do Clube. (DAMO, 1998, p. 153).

Ainda fazendo um paralelo com a música popular, vale lembrar que o futebol de Grêmio e Inter inspirou várias composições da MPB e do rock nacional. O estádio do Inter e o ídolo colorado Falcão, por exemplo, figuram na música *Deu Pra Ti* (1981), um dos maiores sucessos dos gaúchos Kleiton & Kledir e uma verdadeira ode à capital Porto Alegre. Nesse clássico da MPB, não há referências ao Grêmio, embora a canção seja assinada também pelo integrante gremista da dupla, Kleiton, e não apenas pelo colorado Kledir.

Que saudade da Redenção  
Do Fogaça e do Falcão  
Cobertor de orelha pro frio  
E a galera do Beira-Rio.  
(KLEITON & KLEDIR, 1981, s/p).

Em uma participação no programa *Arena SporTV*<sup>42</sup>, em 2010, Kleiton chegou a dizer que os gremistas discutem com ele porque o Grêmio não aparece na música *Deu Pra Ti*. O cantor se justifica dizendo que compõe somente a melodia das canções, enquanto as letras são de responsabilidade do irmão colorado, Kledir, o que explicaria o destaque dado ao Inter. No referido programa, Kledir aproveita para tirar sarro do irmão rival: “Eu acho que a contribuição que o Kleiton dá em ‘Deu Pra Ti’ é que a letra é colorada, mas a música (a melodia) é gremista. Agora, quem é que consegue perceber isso? Só ele!”

<sup>42</sup> Disponível em: <https://youtu.be/Z5LZ6GSB8GA>. Acesso em: 20 out. 2021.

O músico Humberto Gessinger – gremista fanático e ex-líder da banda Engenheiros do Hawaii – é mais um exemplo de compositor que incluiu o futebol gaúcho em suas canções. Além dos aspectos futebolísticos, outros traços culturais do Rio Grande do Sul também aparecem com frequência no trabalho dos Engenheiros. Algumas referências são mais explícitas, como a regravação do clássico *Herdeiro da Pampa Pobre*, de autoria de Gaúcho da Fronteira. Outras são mais sutis, como o título do álbum *Minuano* (vento típico da região Sul) e as canções *Longe Demais das Capitais* (em alusão ao contorno marginal do estado em relação ao eixo Rio-São Paulo), *Pampa no Walkman* (em referência à vegetação predominante), *Ilex Paraguariensis* (nome científico da erva-mate, principal ingrediente do chimarrão), *Nove Zero Cinco Um* (que remete ao código de área local para ligações a cobrar), *Outono em Porto Alegre* (exaltando a paisagem da cidade) e *Anoiteceu em Porto Alegre*, que descreve o cotidiano noturno da capital.

Nesta última, o futebol ganha destaque. A faixa de oito minutos integra o álbum mais vendido da banda, *O Papa É Pop*, de 1990, e narra o trajeto de um andarilho no cotidiano noturno de Porto Alegre, com alusões à escuridão das ruas, à paisagem do Rio Guaíba, ao noticiário estatal *A Voz do Brasil*, ao jornal *Zero Hora* e ao Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense. Para se referir ao Grêmio, Gessinger mescla na música trechos de duas narrações épicas do radialista Armindo Antônio Ranzolin pela rádio *Guaíba*, em 1983, quando o time sagrou-se campeão da Libertadores sobre o Peñarol (do Uruguai), no Estádio Olímpico e, posteriormente, campeão do Mundial Interclubes sediado em Tóquio, vencendo o Hamburgo, da Alemanha.

Eu disse que acreditassem  
 Eu pedi que acreditassem  
 Eu nunca deixei de acreditar que o Grêmio ia ser campeão da América  
 Hoje, esta noite, em Porto Alegre.  
 [...]  
 O Grêmio vai ser campeão do mundo  
 O Rio Grande do Sul e o Brasil vão viver uma madrugada  
 Que não terminará antes do sol nascer.  
 (ENGENHEIROS DO HAWAII, 1990, s/p).

Os fãs mais aficionados da banda, sobretudo os gremistas, acreditam que as cenas descritas em *Anoiteceu em Porto Alegre* remetem, na verdade, à saga do torcedor tricolor que vagueia bêbado pela cidade naquela noite de inverno, comemorando o título do Grêmio madrugada afora. Inclusive, as alusões vermelhas que aparecem na letra – “luz vermelha”, “flor vermelha”, “dor vermelha” – seriam, assim, sarros sutis ao silêncio dos colorados, que estariam em casa sem motivo para comemorar, assistindo da janela à festa do adversário. Ou seja, nessa ótica, é como se nada mais importasse no alvorecer da capital gaúcha quando o Grêmio é

campeão, nem mesmo o atraso da *Zero Hora*, a escuridão da Azenha ou os três graus no marcador de temperatura. Humberto Gessinger, contudo, não assume essa perspectiva. Em depoimento no livro *Futebol no país da música*, de autoria do jornalista Beto Xavier (2009), o músico conta que, quando compôs *Anoiteceu em PoA*, se lembrou do Grêmio, pois naquele dia “fazia um frio do cão”, assim como na noite gélida em que o clube foi campeão da Libertadores de 1983, daí a ideia de colocar as narrações de Ranzolin no meio da letra. No videoclipe da canção, aparecem imagens de jornais da época exaltando o feito tricolor.

Essa perspectiva do futebol como símbolo identitário do Rio Grande do Sul embasa o debate sobre as percepções da rivalidade GreNal para além do histórico dos clubes, abrangendo também os aspectos socioculturais descritos acima e o modo como o jornalismo esportivo retroalimenta certos estereótipos. Um exemplo são as narrativas do futebol gaúcho enquanto modalidade de estilo “raçudo”<sup>43</sup> e aguerrido. Já a “disputa de classes” e o conflito racial configuram os estereótipos de povo e elite que recaem, respectivamente, sobre Inter e Grêmio desde os primórdios da fundação das agremiações.

Hoje, passados mais de cem anos desde o primeiro clássico entre as duas equipes, a rivalidade acirrada pela gangorra de títulos e sustentada pela paixão do torcedor tomou proporções mundiais, fazendo a dupla GreNal ser reconhecida mundo afora não apenas pelo bom futebol, mas também pelos aspectos dicotômicos de suas respectivas histórias. Prova disso são as reportagens que elencam esse confronto no ranking dos maiores clássicos do futebol mundial, a exemplo da revista *FourFourTwo*<sup>44</sup> (PARKINSON, 2016) e do jornal *Daily Mirror* (MEWIS, 2017). Para ambos os periódicos britânicos, o duelo GreNal é considerado o maior clássico do futebol brasileiro e um dos dez maiores clássicos do mundo. No Brasil, muitos pesquisadores atribuem o peso dessa rivalidade ao conflito de classes e a outros aspectos identitários da fundação dos dois clubes.

---

<sup>43</sup> Segundo o *Vocabulário do futebol na mídia impressa: o glossário da bola*, resultado da tese doutoral de João Queiroz (2005), o termo “raçudo” pode ser assim definido: “Jogador participativo que disputa todos os lances com dedicação e coragem. Derivação sufixal: -raça (= base nominal) + -udo (= sufixo aumentativo). O sufixo -udo atrela-se a bases substantivas formando adjetivos.” (QUEIROZ, 2005, p. 735).

<sup>44</sup> A *FourFourTwo* é uma revista inglesa de circulação mensal. Editada na Inglaterra desde 1994, possui 164 páginas e tiragem estimada em 90 mil exemplares, sendo 75 mil destinados ao Reino Unido e à Irlanda e o restante a edições da Hungria, Turquia, Suécia, Austrália e Tailândia. O nome *FourFourTwo* refere-se à clássica formação tática 4-4-2, tradicional nas equipes inglesas. A título de curiosidade, o ranking dos dez maiores clássicos mundiais elencados pela revista ficou assim: 1º: Boca Juniors x River Plate (Argentina); 2º: Barcelona x Real Madrid (Espanha); 3º: Celtic x Rangers (Escócia); 4º: Nacional x Peñarol (Uruguai); 5º: Lazio x Roma (Itália), 6º: Fenerbahçe x Galatasaray (Turquia); 7º: Liverpool x Manchester United (Inglaterra); 8º: Grêmio x Internacional (Brasil); 9º: Borussia Dortmund x Schalke 04 (Alemanha); 10º: Al Ahly x Zamalek (Egito). Disponível em: <http://www.fourfourtwo.com/features/fourfourtwos-50-biggest-derbies-world>. Acesso em: 20 out. 2021.

Quando o Grêmio é identificado como um “clube de elite”, por exemplo, o Inter toma-se, automaticamente, o “clube do povo”, e vice-versa. É claro que as identidades clubísticas não se resumem a identificações desta ordem, mas não há como negligenciar que tais associações têm muito a ver com o contexto mais amplo da sociedade. Ou seria mera coincidência o fato de os clubes brasileiros, em geral, estarem vinculados às noções étnicas de “raça” e “classe social”? No futebol brasileiro todo clube tem seu “outro”, seu “contrário”. É assim em Porto Alegre, com o Grêmio; na Bahia, com o Bahia; em Pelotas, com o Pelotas; e até em São Paulo e no Rio de Janeiro, onde existem mais de dois “grandes”, predominam as rivalidades entre Corinthians versus Palmeiras e Flamengo versus Fluminense, respectivamente. (DAMO, 1998, p. 67).

No artigo *500 Anos de Brasil, 100 Anos de Futebol Gaúcho*, o historiador Cesar Guazzelli (2000) também caracteriza o futebol do Rio Grande do Sul enquanto traço identitário do estado desde os primórdios da história de ambos – federação e modalidade – e o pressupõe como um dos representantes máximos da noção de inferioridade arraigada à trajetória histórica do estado e às divisões sociais que dela derivam. Essa trajetória colocaria o Rio Grande numa posição peculiar em relação às outras unidades brasileiras, refletida desde as ondas separatistas até aspectos de sua música, literatura e, claro, do futebol. Para o autor, “os futebolistas rio-grandenses têm, em geral, consciência de estarem em segundo plano em relação ao Rio de Janeiro e a São Paulo durante quase toda a história do futebol no Brasil” (GUAZZELLI, 2000, p. 23).

Em 19 de julho de 1900 – data oficializada pela Confederação Brasileira de Futebol como o dia Nacional do Futebol – foi fundado o Sport Club Rio Grande, na cidade portuária de mesmo nome. Desta forma, o futebol mais antigo do país é o do Rio Grande do Sul. No entanto, poucas coisas revelam uma identidade tão especificamente regional e permitem que se manifeste o sentimento disseminado de desprestígio que, de tempos em tempos, sentem os rio-grandenses em relação ao conjunto nacional quanto o futebol. O futebol “gaúcho” reproduz, em grande medida, os problemas que atingem outros segmentos gaúchos. (GUAZZELLI, 2000, p. 20).

Em uma perspectiva mais ampla, o trabalho da historiadora Sandra Pesavento em *A invenção da sociedade gaúcha* (1993) alerta para o fato de que o imaginário social do gaúcho típico – manifesto em personagens, rituais, crenças e práticas sociais características – não é, obrigatoriamente, o reflexo do real. Segundo a autora, “o imaginário é sempre representação, ou seja, é a tradução, em imagens e discursos, daquilo a que se chama de real” (p. 383), ainda que esse imaginário tenha se constituído e se reforçado historicamente, como no caso das performances que compõem o estereótipo do gaúcho na intenção de definir uma sociedade sul-rio-grandense.

Esse mesmo imaginário encontra terreno fértil no jornalismo esportivo que, muitas vezes, se apropria do discurso da marginalidade gaúcha para pautar os dois maiores clubes de

futebol do Rio Grande do Sul. Nessa perspectiva da representação midiática, nota-se a demarcação de uma linha tênue que, de um lado, se guia pelo culto às tradições, mas, do outro, acaba reforçando estereótipos muitas vezes não condizentes com a realidade do estado, das agremiações e até do próprio jogo em si, inclusive sob o risco de fomentar aspectos não saudáveis da rivalidade clubística. A definição de um “estilo gaúcho” de jogar futebol, como dito anteriormente, é um exemplo dessa estereotipagem encontrada com frequência no noticiário esportivo, embora ao longo da história centenária de Grêmio e Inter tenham surgido evidências contrárias a tal estereótipo, como pondera Gerchmann (2016):

Em uma comparação simples, o Flamengo tem aquele jogo cadenciado, lindo, tipicamente brasileiro. Parece que todo jogador, ao vestir a camisa rubro-negra do Flamengo, passa a dar toques macios e fazer gols de efeito. No Grêmio, sem abrir mão da técnica de um Valdo, temos a gana de um Dinho, algo não menos lindo. [...] Vários ídolos eternos aliam a técnica à garra, mesclam os dois. E assim é o nosso Tricolor. A impressão é de que, assim como ocorre no antípoda carioca, todo jogador que veste o manto azul, preto e branco torna-se um guerreiro, o que não implica violência, mas sim muitíssima emoção. (GERCHMANN, 2016, p. 96).

Retomando Guazzelli, “a hipótese de que a ‘identidade’ do futebol ‘gaúcho’ foi construída discursivamente implica o exame daquelas explicações dadas aprioristicamente para a especificidade rio-grandense” (2000, p. 29). Ou seja, em uma dessas vertentes discursivas, para saber o quanto o discurso midiático influencia na construção estereotipada do estilo gaúcho de jogar futebol, é preciso ter ciência das justificativas que respaldam esse imaginário. Algumas delas estariam relacionadas ao isolamento geográfico e às condições climáticas mais hostis do Rio Grande do Sul, o que, originalmente, fez com que a prática futebolística no estado tendesse mais aos estilos europeu e portenho do que ao estilo de jogo comum no eixo Rio-São Paulo, por exemplo. Ao avigorar o estereótipo do gaúcho típico, o jornalismo esportivo reforça o imaginário dessa vertente do futebol que se distinguiria das demais do país justamente pelo estilo de jogo baseado na força e na “raça”. Damo (1998) credita essa construção à perspectiva do culto às tradições enquanto forma de valorizar o potencial de um estado, *a priori*, marginalizado:

Em termos genéricos, o estilo do futebol gaúcho resulta, por um lado, da apropriação, por parte dos futebolistas – sejam eles torcedores, dirigentes, jogadores ou cronistas esportivos –, de um discurso preestabelecido de culto às tradições gaúchas. De outro, seguindo a mesma lógica das reivindicações regionalistas forjadas na esfera econômica, política e cultural, o futebol gaúcho é pensado por oposição ao futebol-arte, declinando desta, outras tantas oposições dentre as quais se destacam o “nós”/“outros” ou “eles”, gaúcho/brasileiro e regional/nacional. (DAMO, 1998, p. 195).



A pesquisa de Machado *et al.* parte do mesmo raciocínio, atrelando tal perspectiva à questão mercadológica, de modo que as representações midiáticas do futebol à moda gaúcha se configurariam como estratégias “de significação e representação cultural para garantir seu enlace simbólico junto às audiências” (2013, p. 1). Visando demonstrar essa relação, os autores analisaram uma edição especial de 2012 do programa *Globo Repórter*<sup>45</sup>, da *Rede Globo* (2012), veiculado em comemoração aos 50 anos da *RBS TV*. Nessa edição, foram selecionadas as notícias consideradas mais relevantes para demarcar a trajetória da emissora na cobertura dos fatos locais. Na ocasião, quase sete minutos do programa foram dedicados à temática da rivalidade GreNal e da paixão clubística, com referências claras ao imaginário das tradições gaúchas:

A narrativa apresenta a paixão da emissora e dos telespectadores por este esporte, indicando os anos em que os dois principais times do estado, Grêmio e Internacional, venceram o Campeonato Mundial de Interclubes. Três protagonistas do cenário do futebol gaúcho são resgatados: Renato Portaluppi, herói do Grêmio; Falcão, herói do estado que conquistou Roma e com isso prestígio internacional; e Ronaldinho Gaúcho, personagem controverso, apresentado como herói e vilão. Esta passagem negocia a perspectiva residual, por construir esses atores sociais como heróis, com a dominante, já que o futebol é a principal modalidade de esporte prestigiada pela nação [e a mídia] brasileira. Seu caráter como dominante está associado ao fato de que o futebol é pauta não apenas na mídia, mas sim nos mais diversos âmbitos sociais e culturais, atrelado a bens de consumo simbólico, e compartilhamento ou não de sentimentos. (MACHADO *et al.*, 2013, p. 11).

Como já apontado, o dito “estilo gaúcho” de se jogar bola também encontra raízes na geografia física do território, servindo como mais um elemento para cultivar as tradições de um estado considerado por seus habitantes como marginalizado e periférico, contornos estes que, nessa ótica regionalista, seriam responsáveis pela falta de representatividade do Rio Grande do Sul diante das decisões político-econômicas tomadas no centro do país. Exemplo disso é que, no futebol, as manifestações contra possíveis prejuízos diante dos clubes do eixo Rio-São Paulo – como erros de arbitragem e não convocações para a Seleção Brasileira – seguem contundentes desde a época do primeiro Torneio Roberto Gomes Pedrosa e da polêmica partida da Seleção Gaúcha x Seleção Brasileira, sempre no ideário da afirmação do futebol do estado.

A péssima campanha da Seleção na Copa de 1966 culminou em reformulações para o futebol brasileiro, dentre elas a criação de um campeonato nacional de maior competitividade. Daí surgiu em 1967 o Torneio Roberto Gomes Pedrosa, o “Robertão”, em substituição ao antigo Torneio Rio-São Paulo, agora ampliado para clubes de outros estados. No primeiro Robertão,

o Internacional faturou o vice-campeonato, enquanto o Grêmio ficou com a quarta colocação. Até então, o negro Everaldo, lateral-esquerdo do Grêmio, havia sido o único gaúcho convocado para a Seleção. Nesse contexto, após a campanha do tri em 1970, a opção do técnico Zagallo em não reconvocar o lateral tricampeão para a Copa Independência, de 1972, motivou o clima de guerra entre o Sul “periférico” e o restante do país, culminando na convocação do confronto Seleção Brasileira x Seleção Gaúcha.

Importante ressaltar que esse talvez tenha sido o único momento da história dos clubes em que a rivalidade GreNal ficou em segundo plano, já que a Seleção Gaúcha era formada por um compilado dos melhores jogadores dos dois times em defesa da mesma bandeira sulista. A imprensa esportiva gaúcha, é claro, contribuiu para esquentar os bastidores daquela disputa, que acabou empatada em 3 x 3 (CARDIA, 2009). Contudo, a despeito desse sentimento de marginalização do futebol gaúcho em relação ao eixo Rio-São Paulo, é interessante ponderar que nas últimas décadas a Seleção Brasileira teve quatro treinadores gaúchos no comando de forma consecutiva: Dunga, Mano Menezes, Felipão e Tite. Damo (1999) resalta que essas reivindicações regionalistas também estão atreladas aos movimentos separatistas que esporadicamente surgem no estado.

A reivindicação regionalista, especialmente no caso dos gaúchos, não é alheia aos esporádicos movimentos separatistas que pipocam aqui e acolá. O fato de estes últimos terem sido reprimidos pelos próprios gaúchos, de uns tempos para cá com maior veemência do que outrora, não significa que as diferenças regionais tenham perdido sua força, seu valor identitário. “Pegar em armas” é coisa do passado. Agora, dificilmente se verá o Grêmio, o Inter ou o Juventude vencerem os “outros” sem que seja evocada, concomitantemente, a “bravura”, a “garra” e a “virilidade” que, se crê, caracterizam o “estilo gaúcho”. E desgraçado será aquele jogador ou time que não satisfizer essa condição de verossimilhança. (DAMO, 1999, p. 114).

No entanto, Damo (1999) adverte que esse discurso de culto às tradições – constantemente reforçado não só pelo jornalismo esportivo, mas também pela atuação dos movimentos ideológicos como o MTG (Movimento Tradicionalista Gaúcho) – acaba mascarando a verdadeira história do Rio Grande do Sul. Para ele, ao representar o jogador gaúcho como um “produto das guerras”, por exemplo, a mídia esportiva corre o risco de incitar manifestações violentas dos torcedores. Por outro lado, a questão da violência é controversa ao se ponderar experiências como a implantação da torcida mista no clássico GreNal a partir de 2015, uma iniciativa pioneira nos estádios brasileiros, com tricolores e colorados dividindo pacificamente a mesma arquibancada. Aqui, cabe trazer a reflexão do jornalista Juca Kfoury em entrevista concedida a mim no percurso empírico desta tese, quanto às dimensões da rivalidade GreNal no que diz respeito às controvérsias existentes entre a própria imprensa esportiva do

estado – tema este que foi amplamente discutido na minha dissertação de mestrado (NEVES, 2018). Um exemplo dessas controvérsias é o suposto clubismo dos jornalistas esportivos gaúchos e a consequente necessidade de, por motivos de segurança, esconderem o time para o qual torcem. Sobre esse assunto, Juca Kfourri é conclusivo:

O maior jornalista esportivo da história da imprensa esportiva gaúcha, chamado professor Ruy Ostermann... a mulher dele diz que não sabe o time que ele torce. Aí as pessoas ficam tentando adivinhar: “Ah, mas ele ficou mais entusiasmado quando o Inter foi campeão brasileiro do que quando o Grêmio foi campeão brasileiro e tal”... mas ninguém sabe... ele nunca disse. Ele nunca disse! (KFOURI, 2022, s/p.).

Já em relação aos estereótipos de time do povo e time de elite – atrelados respectivamente a Inter e Grêmio – parece haver consenso entre os jornalistas esportivos gaúchos, tendo em vista que esses estereótipos estão presentes desde a fundação dos dois maiores clubes do estado. O embate racial também alicerçou a fundação do Sport Club Internacional em contraposição à fundação do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense que, nos primórdios de sua história, só aceitava membros de descendência alemã em seu grupo. O Inter, fundado pelos irmãos Poppe, que eram descendentes de italianos, teria nascido, então, para englobar aqueles que não eram aceitos no Grêmio, daí deriva-se inclusive o nome “Internacional”, versão esta que se encontra no livro *A História dos Grenais*, organizada pelo jornalista David Coimbra (2009).

No intuito de refutar essa versão, a obra *Somos azuis, pretos e brancos*, escrita pelo já citado jornalista Léo Gerchmann (2015) – e, importa dizer, em narrativa bastante clubista – reúne alguns documentos históricos que estariam por trás da fundação dos dois clubes e que desmontariam o mito da segregação racial atribuída ao Grêmio, apontando o racismo no futebol como um reflexo de toda a sociedade brasileira, atrelado às sequelas da escravidão: “Havia, sim, um processo de exclusão dos negros, mas ele nunca foi proposto pelo Grêmio, mas pela sociedade brasileira, profundamente hierárquica e preconceituosa.” (pp. 9-10). Tanto é que, ainda segundo Gerchmann (p. 25), os “fundadores de Grêmio e Inter eram, todos eles, brancos, em média por volta de vinte anos. Predominavam comerciantes, estudantes e funcionários públicos.”

Talvez Grêmio, Internacional e a maioria das demais instituições praticassem, minimamente, o que poderia ser chamado de “racismo tácito”. Era quase inevitável – e geralmente não explícito. Isso ocorria em maior ou menor grau. Nos nossos grandes clubes de futebol, tratava-se de um costume, mas não de uma determinação ostensiva. Repito: nos dois! (GERCHMANN, 2015, p. 65).

Mas, então, por que coube somente ao Grêmio a pecha de elitista instaurada nas primeiras décadas do século XX e que perdura até os dias de hoje? Gerchmann (2015, p. 92) faz o *mea-culpa* justificando que “o Grêmio se deixou rotular de elite em razão de alguma soberba. Não via como necessário ou até apropriado rebater o rótulo. Aparentemente, não era ofensa. Ser elite era legal, ora bolas!” Na visão do autor, o Inter teria, por sua vez, se aproveitado desse contexto para “oficializar a tolerância racial antes do rival” (2015, p. 33), contratando jogadores negros não pelo fato de serem negros, mas sim por serem mais baratos, consolidando assim o estereótipo de time do povo. Naquele momento a superioridade técnica do Grêmio frente ao adversário era inegável. A falta de recursos financeiros do Internacional piorava o quadro para os dirigentes do clube, de modo que “os jogadores negros foram a solução. Além de habilidosos, poderiam ganhar salários bem mais baixos” (p. 33). Ou seja, na perspectiva de Gerchmann, o Inter também era elite, mas uma elite diferente, uma “elite guasca, mais rude, das tradições dos estancieiros, com perfil bem mais ‘casa-grande-senzala’” (p. 92).

Dessa maneira, o Internacional pôde montar o “esquadrão” conhecido como Rolo Compressor, que, composto de muitos jogadores negros de extrema qualidade técnica, subjuguou os times tricolores nos anos 1940. A atitude colorada, de qualquer forma, foi elogiável. Generosa e muito inteligente. Resultou num eficiente case de marketing, opondo o autointitulado “clube do povo” à suposta instituição elitizada. (GERCHMANN, 2015, p. 33).

Ainda que a questão racial não tenha sido um tema central nas entrevistas conduzidas no percurso metodológico desta tese, decerto esse tema surgiria em algum momento do diálogo, dada a importância da pauta em um país segregacionista como o Brasil<sup>46</sup>. Aqui, vale trazer a perspectiva do jornalista Marcelo Barreto ao discorrer sobre as dimensões sociais das rivalidades entre clubes de futebol: “O futebol de clubes ele é absolutamente pragmático! Ele bota essas coisas todas de lado e às vezes ele passa por cima de debates que deveriam ser tratados de outro ponto de vista.” (BARRETO, 2022, s/p.). Barreto relembra o caso do incêndio que levou à morte dez adolescentes da base do Flamengo no Ninho do Urubu em 2019, criticando a parcela de torcedores que reduziu essa pauta a questões meramente clubísticas: “Ali muita gente entrou praquele debate sendo a favor do Flamengo ou contra o Flamengo, mas porque torcia pelo Flamengo ou porque torcia pelos rivais do Flamengo, e não devido ao fato em si.” (BARRETO, 2022, s/p.).

---

<sup>46</sup> Para uma perspectiva teórica sobre o tema, ver: Almeida (2019), González e Hasenbalg (1982), Ribeiro (2019), Schwarcz (2017), e Sodré (2023).

Caso semelhante ocorreu no episódio de racismo de parte da torcida do Grêmio contra o goleiro Aranha, à época jogador do Santos. Na ocasião, em vez de a causa racial ser a tônica do debate, o que predominou foram colorados e gremistas contabilizando quem chamava mais o outro de “macaco”. Segundo Barreto, esses são exemplos do exagero ao que o torcedor consegue levar a rivalidade e a afiliação a um clube: “‘O Grêmio tem que ser punido porque eu sou torcedor do Inter’ ou ‘O Grêmio não pode ser punido porque eu sou torcedor do Grêmio’, né? O futebol, sob o ponto de vista do clube, obscurece essas coisas de uma forma muito mais imediata.” (BARRETO, 2022, s/p.).

O jornalista Juca Kfourri, também em entrevista concedida a mim no percurso empírico desta tese, relembra duas situações recentes envolvendo o debate racial no Brasil que muito o abalaram. Uma delas foi na cobertura da final da Libertadores da América entre Fluminense e LDU no Maracanã em 2008, partida que cobria como comentarista da rádio *CBN*, focado no pré-jogo em que, segundo ele, a torcida tricolor fazia a festa com efeitos especiais *à la* Steven Spielberg. “Começa o jogo e eu começo a prestar atenção: não tinha um negro. Não tinha um negro! Do meu campo de visão, da tribuna de imprensa, da cabine da rádio... não tinha um negro!” (KFOURI, 2022, s/p.). Cabe encerrar este tópico com a segunda situação descrita por Juca, trazendo à tona não só o debate racial em si, mas os motivos que potencializam as desigualdades sociais nesse esporte que, teoricamente, tenderia a ser o mais democrático de todos.

Eu fui fazer um jogo da Copa das Confederações em Salvador, a cidade proporcionalmente mais negra do Brasil, e de negros só tinham o jardineiro cuidando da grama e alguns funcionários do bar. Na torcida, na Fonte Nova, era um jogo de uma seleção europeia contra uma seleção africana, e não tinha um negro. Em Salvador! A arenização, a higienização que se deu nos estádios, é uma coisa de maluco. Quer dizer: nós expulsamos os excluídos até dos estádios de futebol. E a gente não pode achar que isso é normal. Aí as pessoas argumentam: “Ah! Mas o futebol tá muito caro, se não faz dinheiro, o torcedor reclama; também, se você vai ao Madison Square Garden você não vê torcida popular no ginásio...” Não é problema meu. É deles, né? Eu não sei se ainda hoje isso existe, mas houve uma época, pelo menos houve, que em Wembley, no mais glamuroso torneio de tênis do mundo – que serve morango com chantilly – tinha uma região popular, que provavelmente o cara mal via a bolinha, mas ele tinha o prazer de poder dizer: estive na final de Wimbledon e tá aqui meu ingresso, vou mostrar pro meu neto! (KFOURI, 2022, s/p.).

### 3.5. Como é que faz pra sair da ilha?

A ponte é muito, muito iluminada  
 O pôr-do-sol numa visão privilegiada  
 O povo quer passar, vê nela algo místico  
 A ponte virou ponto turístico.  
 Esse lugar é uma maravilha

No horizonte, no horizonte  
 Mas como é que faz pra sair da ilha?  
 Pela ponte, pela ponte.  
 (GOG, 2004, s/p.).

Apesar de não fazerem referência à capital catarinense, os versos da música *A Ponte*<sup>47</sup>, composta por Lenine e Lula Queiroga e parafraseada em versão posterior pelo rapper GOG<sup>48</sup> – desta vez fazendo alusão à superfaturada Ponte JK em Brasília – poderiam também remeter a um imaginário que persiste no cotidiano de Florianópolis desde 1926, quando foi inaugurado o cartão postal mais famoso da cidade: a Ponte Hercílio Luz, maior ponte pênsil do Brasil e primeira ligação terrestre entre a ilha de Santa Catarina e o continente. Com 821 metros de comprimento, duas torres que medem 75 metros a partir do nível do mar e estrutura de aço que pesa aproximadamente 5 mil toneladas, a Hercílio Luz foi projetada por engenheiros norte-americanos – e executada por mão de obra operária catarinense – durante o mandato do governador que lhe deu nome em homenagem póstuma. Fechada por motivo de segurança em 1982, a ponte foi reaberta somente em 2019, a princípio para pedestres e ciclistas (HOLLAND, 2019).

Nesse entremeio em que deixou de ser utilitária para se tornar o principal ponto turístico do estado, foram inauguradas as pontes Colombo Salles, em 1975, e Pedro Ivo Campos, em 1991, ambas interligando a ilha ao continente, como o fazem até hoje. Já a Hercílio Luz – que em 2021 voltou a ser liberada para o tráfego de veículos – foi oficialmente tombada como patrimônio histórico, artístico e arquitetônico de Florianópolis em 1997, coincidentemente o ano de lançamento da canção metafórica do recifense Lenine (HOLLAND, 2019). Muito antes, em 1938, o violonista e compositor catarinense Luiz Henrique Rosa<sup>49</sup> homenageara o patrimônio da capital na canção *Ponte Hercílio Luz*, posteriormente interpretada pelo sambista carioca Martinho da Vila. É também de autoria de Luiz Henrique (em parceria com Fernando

---

<sup>47</sup> *A Ponte* integra o terceiro álbum de estúdio do cantor e compositor Lenine, *O Dia em que Faremos Contato*, lançado em 1997. Uma segunda versão da canção foi gravada com a orquestra holandesa Martin Fondse Orchestra, compondo o CD/DVD *The bridge: Lenine & Martin Fondse - live at Bimhuis*, lançado em outubro de 2016.

<sup>48</sup> *Eu e Lenine (A Ponte)* foi composta pelo rapper brasileiro Genival Oliveira Gonçalves (GOG) e lançada em 2004 no álbum *Tarja Preta*. A letra é uma crítica à superfaturada Ponte Juscelino Kubitschek inaugurada em Brasília no ano de 2002, bem como à segregação espacial evidente na cidade e ao processo de gentrificação no curso da obra. Ao saber que sua canção foi parafraseada pelo rapper GOG, Lenine o convidou para interpretá-la com ele em versão que integra seu segundo álbum ao vivo, *Acústico MTV*, gravado no Auditório Ibirapuera em 2006. Esta história pode ser conferida em: [https://youtu.be/p\\_SJ1Hlr738&t=1s](https://youtu.be/p_SJ1Hlr738&t=1s).

<sup>49</sup> Luiz Henrique Rosa foi um cantor, violonista e compositor brasileiro de bossa nova e MPB. Faleceu aos 46 anos, em 1985, quando completaria 25 anos de carreira, vítima de um acidente automobilístico. Em 2003 foi organizado o CD *A Bossa Sempre Nova de Luiz Henrique*, no qual os músicos Martinho da Vila, Elza Soares, Ivan Lins, Luiz Melodia, Sandra de Sá, Biá Krieger e Toni Garrido interpretam as composições do homenageado, entre elas a citada canção *Ponte Hercílio Luz*.

Bastos) o hino oficial do Avaí Futebol Clube, fundado na ilha em 1923, cerca de um ano depois de iniciadas as obras da ponte.

Naquela ocasião, o comerciante Amadeu Horn presenteara um grupo de jovens futebolistas da Pedra Grande (atual Bairro da Agrônômica) com camisas listradas em azul e branco, dando origem ao então Avahy Football Club, em referência à batalha homônima de 1868 durante a Guerra do Paraguai. Dois anos antes da fundação do Avaí, surgia o Figueirense Futebol Clube. Embora tenha transferido sua sede para o lado de lá da ponte em meados da década de 1940, o Figueirense também se originou na porção insular de Florianópolis, no popular bairro da Figueira, localizado à beira-mar, na porção oeste da ilha. Era ali que se estabelecia a população carente da cidade, grupos de pequenos comerciantes locais, marinheiros, estivadores e outros trabalhadores do mar, conforme narrado pelos pesquisadores Paulino de Jesus Cardoso e Karla Leandro Rascke (2014) em obra sobre as origens dos clubes catarinenses.

Assim como a maioria das agremiações futebolísticas no Brasil, Avaí Futebol Clube e Figueirense Futebol Clube também rivalizam para além dos limites do gramado. O embate geográfico entre o time da ilha e o time do continente se faz presente no imaginário do torcedor catarinense desde as origens dos dois clubes da capital no início da década de 1920 – ainda que o Figueirense só tenha transferido sua sede para a porção continental da cidade (bairro do Estreito) em 1945. Esse imaginário carrega ainda uma disputa social bem demarcada, na qual o Avaí é comumente associado ao estereótipo de time da elite e o Figueirense ao estereótipo de clube do povo, conforme rememorado pelo historiador Felipe Matos (2020) em debate veiculado no quadro *Ludopédio em Casa*<sup>50</sup>, do *Portal Ludopédio*.

Matos (2020) relembra que, desde a fundação em 1923, o Avaí contemplava em seus domínios oligarquias tradicionais de Florianópolis que ocupavam espaços de poder no clube – como as famílias Ramos e Amin – ao contrário do Figueirense, que, conforme dito, se originou em um bairro popular. Contudo, o historiador pondera que a construção desses estereótipos de povo e elite – ou continente e ilha, devido aos limites geográficos redefinidos após o Figueirense transferir sua sede para o bairro do Estreito – por vezes deturpa a história dos clubes e perpetua trajetórias que não mais condizem com o contexto atual das agremiações.

Eu não tenho dúvidas de que a origem do Figueirense é muito mais popular do que a origem do Avaí. O Avaí surgiu em 1923 como um grupo de jovens filhos da classe média, estudantes do Colégio Catarinense, que é o colégio das elites da cidade. [...]

---

<sup>50</sup> Disponível em: [https://youtu.be/67OIBT8\\_r\\_E](https://youtu.be/67OIBT8_r_E). Acesso em: 21 jun. 2021.

Mas a questão é: até quando o Figueirense foi popular? E por que o Avaí é considerado um time de elite mesmo quando o pessoal do Morro do Céu fazia história jogando pelo clube? [...] Até hoje, há muitas famílias tradicionais de Florianópolis que compram esse discurso estereotipado. Mas, ao longo de sua história, o Avaí não pode ser considerado um time de elite – pelo menos não o Avaí de muita gente da Costeira, do mangue, do Morro da Caixa, do Morro do Céu. Eu não gosto desse estereótipo porque ele apaga a história e a trajetória de muita gente que fez o Avaí ser o que o Avaí é hoje. É uma polarização que não me agrada e que eu não compartilho. (MATOS, 2020, s/p.).

É com base nessas perspectivas que serão debatidos neste tópico os estereótipos de povo e elite recorrentes não só na cultura torcedora, mas sobretudo no discurso midiático que retroalimenta a rivalidade entre Avaí e Figueirense a partir de marcadores geográficos e sociais, evidenciando uma “disputa de classes” por trás da disputa meramente clubística. Parte-se também da premissa de que essas construções estereotipadas fundadas na origem dos clubes são constantemente reforçadas pelo jornalismo esportivo local na intenção de dar peso às rivalidades florianopolitanas – tendo em vista que a rivalidade clubística é um valor-notícia de destaque na editoria – e de garantir o enlace com o público – aqui considerando-se, principalmente, os aspectos mercadológicos da audiência televisiva durante as transmissões dos clássicos entre Avaí e Figueirense.

Historicamente, sabe-se que o território de Santa Catarina fora frequentado e povoado pelos primeiros portugueses já no Século XVI. “Conhecem-se os relatos sobre as características dos primeiros momentos da então Capitania, suas diferenças latifundiárias e a relação entre colonizadores e indígenas” (MELLO, 2020, p. 116). Muitos desses aspectos históricos inclusive explicam as particularidades do estado em relação às demais unidades federativas brasileiras, o que mais adiante viria a se refletir também nas peculiaridades do futebol catarinense. Embora as primeiras décadas do século XIX sejam um marco em comum na difusão desse esporte pelo país, Santa Catarina apresenta características socioeconômicas distintas que se reverberam nas trajetórias dos cinco principais clubes de futebol do estado: Avaí, Figueirense, Joinville, Criciúma e Chapecoense, como bem evidenciado pelo pesquisador Matheus Mello (2020).

Se Santa Catarina é um estado com características distintas às demais unidades federativas, composto por microrregiões com potencial político e econômico similar, mas com trajetórias histórico-culturais diferentes, o caminho percorrido até aqui nos mostra que as interações e disputas entre estas perpassam pelo espectro futebolístico. E é por meio de uma série de estratégias e dispositivos narrativos que veículos [jornalísticos] locais apresentam aos leitores um plano de fundo moral no qual tais dinâmicas transparecem. (MELLO, 2020, p. 293).

Devido aos limites desta tese, este tópico não se aprofundará nas complexidades identitárias de Santa Catarina e suas correlações com as rivalidades que se desenham a partir



dos cinco principais clubes do estado. Porém, é imprescindível atentar-se a esse recorte contemplado por Mello (2020) na intenção de compreender o potencial do jornalismo esportivo na construção das narrativas de rivalidades clubísticas – o que, no trabalho de Mello, se evidenciou tanto na exposição de características inerentes à identidade local dos cinco clubes analisados, quanto na identificação do rival estadual visto enquanto alteridade.

Nesse âmbito, Avaí e Figueirense, por serem os dois clubes da capital, além de rivalizarem entre si, rivalizam também com os outros três clubes que representam microrregiões estaduais de similar poderio socioeconômico em Santa Catarina. No já citado debate veiculado no *Portal Ludopédio*, a pesquisadora Danielle Torri aponta para uma premissa semelhante àquela ratificada por Mello (2020): “Conheço alguns torcedores que são do interior e que têm um ressentimento com os times da capital. [...] É como se pensassem: ‘O pessoal da capital não trabalha, só quer praia. A gente aqui do interior é que move o estado’.” (TORRI, 2020, s/p.).

Vem deste mesmo debate conduzido pelo *Ludopédio* uma série de apontamentos e reflexões fundamentais que referenciam este tópico – tendo em vista a ainda escassa produção acadêmica sobre o futebol catarinense nas pesquisas da área. O histórico de fundação dos dois principais clubes de Florianópolis, a inauguração dos respectivos estádios, bem como os aspectos socioculturais e geográficos que contribuíram para a construção dos estereótipos de time do povo e time da elite associados respectivamente a Figueirense e Avaí são os pontos que nortearam o referido debate, em mesa composta pelos pesquisadores Felipe Mattos e Danielle Torri, com mediação dos professores Sérgio Giglio e Alexandre Vaz.

Como visto no decorrer desta tese, muitas dessas construções estereotipadas predominantes em diversas rivalidades clubísticas do futebol brasileiro seguem a tônica das “tradições inventadas” (Hobsbawn e Ranger, 1997), ou seja, são categorias que se perpetuam como heranças culturais, ainda que não necessariamente correspondam ao contexto atual dos clubes em questão. No caso de Avaí e Figueirense, esses estereótipos se entrelaçam com a geografia urbana de Florianópolis, desenhando-se sociologicamente também nos conflitos entre o continente – representado simbolicamente pelo Estádio Orlando Scarpelli situado no bairro do Estreito – e a ilha, onde o Avaí ergueu seu Estádio sobre o mangue da Ressacada, passadas algumas décadas desde sua fundação em 1923.

Na década de 70, o Avaí tomou posse de um estádio muito acanhado, chamado Adolfo Konder, que era um estádio em péssimas condições [...], mas situado numa área muito valorizada, que é a Avenida Beira-Mar Norte, onde hoje temos o Beiramar shopping. O clube fez uma permuta com a construtora, entregou a área e construíram o Estádio da Ressacada na Aderbal Ramos da Silva, inaugurado em 1983. Quando o Avaí decidiu erguer a Ressacada no Bairro Carianos, já havia a ideia de se fazer aquele

aterro, que é hoje a rodovia Transvaiana, porém essa rodovia só ficou pronta no final dos anos 90. O Avaí chegou em 83 e havia um único acesso para entrar no estádio, rodeado por um mangue. Não tenho conhecimento sobre as leis de licenciamento ambiental, mas não sei se ignoraram a possibilidade de se ter que preservar o mangue naquele local. E faz cerca de um ou dois anos apenas que resolveram o acesso ali, duplicando a Avenida para inaugurar o novo aeroporto em 2019. Então, desde a década de 80, já se tinha a ideia de para onde a cidade iria crescer e já se sabia que ali era um ponto estratégico, no entanto, essa modernidade veio com algumas décadas de atraso. [...] O Avaí acompanhou o crescimento da cidade, mas às vezes foi soterrado pelas suas próprias ambições, já que demorou muito tempo até que o acesso ao estádio melhorasse e o ponto se tornasse tão estratégico como é hoje. (MATOS, 2020, s/p.).

O Figueirense, por sua vez, doze anos após transferir sua sede para o bairro do Estreito, inaugurou o Estádio Orlando Scarpelli, passando a mandar seus jogos definitivamente na porção continental de Florianópolis – que, na ótica do jornalismo esportivo e dos torcedores, representaria agora a “casa” do clube. No entanto sua origem, como foi visto, remonta à memória do extinto bairro da Figueira, situado nas proximidades do porto, “com seus trapiches, estaleiros, armazéns, casas de negócios, hotéis, padarias, boticas, tratando-se de uma região ativa, zona produtiva e, ao mesmo tempo, espaço que atraiu centenas de miseráveis de todos os matizes em busca de trabalho e moradia” (CARDOSO; RASCHE, 2016, p. 103).

Ainda segundo Cardoso e Rascke (2016), esse pequeno território, considerado pelas elites locais como um antro de prostituição, reunia centenas de marinheiros, praças da Marinha de Guerra, estivadores e tantos outros populares que representavam um cenário afrontoso às elites dirigentes da época. Até sua modernização na década de 1940, o bairro da Figueira constituía um dos locais com a maior presença de pessoas de origem africana em Florianópolis. Nesse sentido, é interessante refletir sobre o significado de se fundar uma agremiação esportiva neste local tão visado pela imigração europeia no final do século XIX, mas onde um dos clubes pioneiros do estado se consolidou de forma dissonante das muitas associações futebolísticas de origem aristocrática que surgiam no Brasil até então – tendo como base de sua formação um grupo de trabalhadores do mar e outros profissionais de origem pobre, num bairro caracterizado como território negro.

O bairro da Figueira, local de marcante presença africana e de seus descendentes extinguiu-se como território negro nos anos de 1940, quando a cidade estava transformada, conformando uma capital que deveria seguir os rumos do progresso, segundo aspirações das elites políticas dirigentes. A região central passara a ser espaço da administração pública, dos comércios estabelecidos, da prestação de serviços (CARDOSO; RASCHE, 2014). As classes populares tiveram que construir suas vidas nas regiões periféricas da cidade, nos contornos dos morros ou em áreas mais afastadas do perímetro central e suas bordas. (CARDOSO & RASCHE, 2016, p. 103).

Essa transformação se deu no contexto em que as elites portuguesas – colonizadoras do território que hoje corresponde à capital catarinense – foram suplantadas por elites germânicas nas primeiras décadas do século XX, forjando um modelo de urbe que atendesse aos anseios da República. Como resultado desse modelo, os populares de origem africana, bem como os demais pobres e desvalidos, foram empurrados para os morros adjacentes ao centro urbano, em um processo que se intensificou ainda mais com a inauguração da Ponte Hercílio Luz em 1926. A estrutura planejada para ligar a porção insular à porção continental de Florianópolis também delimitava a segregação espacial. Não à toa, quando em 1945 o Figueirense transferiu sua sede do bairro da Figueira para o Estreito, sua trajetória ganhou novos contornos de popularidade, agora por integrar a porção continental da cidade, não mais dividindo território com a elite “beiramar” da ilha.

É nessa perspectiva que convém reforçar a importância de, no extinto bairro da Figueira, surgir uma agremiação futebolística cuja base de formação eram homens que trabalhavam no mar e outros profissionais de origem pobre, em sua maioria negros – isso em um momento no qual se delimitavam espaços, lugares e comportamentos sociais sob o pretexto de modernização da cidade. Como se sabe, até mesmo as práticas esportivas eram socialmente constituídas por marcadores de classe e raça nesta época. Entretanto foi por meio do futebol – ainda contextualizado enquanto esporte elitista na maior parte do território brasileiro no início do século XX – que se estabeleceu no bairro da Figueira em Florianópolis uma espécie de ponte de “cidadania positiva” (DAMATTA, 1982), permitindo aos negros, populares e operários ascender socialmente através da prática esportiva.

Assim, muitas populações de origem africana que laboravam nesse território “sem eira nem beira” passaram a ver no Figueirense Futebol Clube “a identificação com um time que surgira naquela área e fora organizado por homens das fainas do mar, dos trabalhos nas ruas, nas barbearias, dos sonhos em comum” (CARDOSO; RASCHE, 2016, p. 105). Nessa ótica, “todos os envolvidos com a história e a trajetória do time também possuíam motivos para se sentirem vitoriosos, contemplados, reconhecidos – pelo menos no âmbito do futebol” (CARDOSO; RASCHE, 2016, p. 114). Ou seja, o Figueirense Futebol Clube representava a materialização de algo positivo em meio a uma região tão segregada pelas elites dirigentes. Nas palavras de Felipe (2001, p. 9), é como se o Figueirense tivesse “levantado a autoestima” do bairro da Figueira, tão depreciado pelo discurso da modernidade e da política higienista.

Dando um salto temporal para o século XXI, nota-se que essa perspectiva do futebol enquanto instrumento de ascensão social encontra vários pontos problemáticos a partir da nova configuração dos estádios brasileiros, impulsionada na última década a partir do projeto FIFA

de “arenização” desses estádios, que transforma torcedores em “clientes” do espetáculo (SANTOS, 2017). Embora tal modernização que segue o padrão FIFA tenha sido mais efetiva nas “arenas” reformadas que receberam jogos dos megaeventos esportivos sediados no Brasil nos últimos anos – Copa das Confederações 2013, Copa do Mundo 2014 e Jogos Olímpicos 2016 – vários estádios que não fizeram parte desse escopo também sofreram as consequências indiretas do efeito-arena, como no caso da Ressacada e do Orlando Scarpelli.

É interessante situar a inauguração dos estádios de Avaí e Figueirense nesse contexto de “disputa de classes” e de territórios justamente porque a configuração geográfica de Florianópolis contribui para evidenciar as marcações sociais classistas. A origem dos dois principais clubes de futebol do estado, suas relações com as hierarquias urbanas da capital e o pertencimento clubístico de Avaí e Figueirense materializado na construção de seus respectivos estádios ajudam a compreender a consolidação dos estereótipos de time do povo e time da elite que se perpetuam até os dias de hoje, seja pelas narrativas do jornalismo esportivo, seja pela cultura torcedora em si. No debate conduzido pelo *Portal Ludopédio*, Matos (2020), Torri (2020) e Vaz (2020) apontam para a gentrificação que vêm ocorrendo nos dois estádios de Florianópolis desde a virada do século.

De 1983 até meados dos anos 90, o Avaí tinha um estádio bom, moderno, mas ainda acessível, porque tinha o setor da Costeirinha [referência ao bairro Costeira de Pirajubaé, hoje Carianos, onde está localizado o estádio]. Esse setor é equivalente a geral nos demais estádios brasileiros, onde os torcedores assistem aos jogos em pé. Quando chovia, os torcedores da arquibancada descoberta abriam o portão e iam lá para dentro da parte coberta. Havia essas coisas do tipo ‘somos todos avaianos, está chovendo, se não pode pagar, entra aqui’. Porém, isso vai mudando aos poucos. O ponto de ruptura é quando o Avaí consegue o acesso à Série A em 2008 e fazem uma reforma na Ressacada. O estádio realmente ficou muito bonito, mas começou a ter uma certa gentrificação, tonando-se menos acessível. Por exemplo: agora, se começa a chover, eles fecham o portão, não deixam mais passar para a parte coberta porque tem a setorização. Os ingressos se tornam mais caros, o torcedor começa a ser visto como um cliente, o futebol torna-se um produto, o preço da associação aumenta. As Costeirinhas – setor popular – não existem mais. [...] Começou a ter um nível de desinteresse daquele torcedor que sofreu tantos anos com o Avaí nas Séries C e B e, quando o clube chega na Série A, esse torcedor não pode mais assistir ao seu time porque está caro. [...] Ou seja, quando o Avaí finalmente conseguiu se consolidar entre os 40 maiores clubes do país, passou a sofrer com essas agruras do futebol moderno. A Ressacada não é uma arena, não tem um projeto de arena, mas mesmo assim foi impactada por essa elitização dos estádios. (MATOS, 2020, s/p.).

Do mesmo modo que a Ressacada, o Orlando Scarpelli também perdeu seus setores populares, as Coloninhas – assim chamadas em alusão ao bairro da Coloninha, vizinho ao Estreito no continente. O pesquisador Alexandre Vaz (2020) se refere à extinção das populares nos estádios de Avaí e Figueirense como um indicativo claro de um processo de elitização, atrelando-o ao fenômeno mundial de fidelização do torcedor. Além disso, ele propõe uma

correlação entre o desenvolvimento do futebol – nesse percurso modernizador – e o desenvolvimento da cidade em si, fazendo um paralelo entre a verticalização de Florianópolis na década de 1950 e as contradições que se estabeleceram quando essa verticalização impulsionou a transferência do estádio do Avaí, antigo Adolfo Konder, da área central da cidade para uma área rural e de mangue.

Na década de 50, Florianópolis começa a se verticalizar com a construção de prédios. Na década de 70 há uma nova expansão, que vai na direção da UFSC (a Universidade Federal), da Eletrosul, enfim... vários bairros rurais, como era o caso da Trindade [onde se localiza a UFSC], se tornam bairros urbanos. É nesse contexto que o estádio do Avaí sai de uma área absolutamente valorizada, que é o primeiro shopping da ilha, o Beiramar Shopping, e vai para a Ressacada, que era também uma área muito rural naquele momento, uma área de mangue, mas lá se torna um estádio de elite. Então existe uma contradição interessante aí: quando se situava em um bairro central, era um estádio que atendia o Morro da Caixa D'água, que recebia um público muito popular. Inclusive, vários jogadores do Avaí saíram dali. Agora, o estádio vai para um bairro muito afastado e se transforma em um lugar de elite. É muito difícil, por exemplo, chegar na Ressacada de ônibus. Sair, então, nem pensar. (VAZ, 2020, s/p).

Por outro lado, Vaz salienta um ponto positivo advindo da modernização dos estádios, que é o fato de as reformas terem resultado na presença de mais mulheres nas arquibancadas. “Nesse sentido, um ponto importante é que claramente as relações dentro do estádio de futebol, nas torcidas, ficaram muito mais civilizadas e muito menos hostis às mulheres.” A pesquisadora Danielle Torri concorda com o colega de debate: “Para nós mulheres, ir ao estádio tem a ver com a questão de segurança. Essa elitização, por um lado, nos deixa mais seguras. Porque agora existe um lugar marcado. Não vamos ficar apertadas lá na Costeirinha ou na Coloninha.” (TORRI, 2020, s/p).

Em relação ao Orlando Scarpelli, Torri (2020) afirma que, embora não haja um projeto de arena propriamente dito, sempre se falou em expandir o estádio, inclusive integrando-o ao ginásio Carlos Alberto Campos, que fica ao lado, porém é algo que nunca saiu do papel. “Eu, sinceramente, acho bom que não saia do papel. Para mim, o Scarpelli corresponde ao tamanho da torcida que tem. E é um tamanho que serve ao Figueirense. Além disso, para chegar é fácil. Para sair também.” (TORRI, 2020, s/p.). Ainda conforme a pesquisadora, “arenizar” o estádio seria fazer uma ampliação que no momento o Figueirense não precisa. “Sei que a arenização é parte do processo do futebol moderno brasileiro, mas para os times de Santa Catarina isso ainda passa ao largo.” (s/p.).

Como debatido pelos pesquisadores, esse fenômeno de modernização dos estádios que vem afastando as classes mais populares das arquibancadas acontece tanto no Avaí quanto no Figueirense. Porém, em um contexto de “tradições inventadas” que constantemente é reforçado

pelas narrativas de rivalidade no jornalismo esportivo, é como se as classes populares já não pertencessem ao Avaí desde os primórdios de sua fundação – ao contrário do Figueirense que, como visto, sempre teve sua memória atrelada ao bairro da Figueira, o que explica as raízes negras, populares e operárias do clube.

Para Matos (2020), não há dúvidas de que o Figueirense tem uma origem mais popular do que a origem do rival Avaí, ainda que a fundação do Avaí também tenha sido liderada por um comerciante: Amadeu Horn, proprietário de serraria. A diferença é que os comerciantes do Figueirense eram do baixo comércio portuário, enquanto a serraria da família Horn era uma grande firma de exportação e importação. Além disso, os Horn tinham uma trajetória política no estado. A questão, na perspectiva de Matos (2020, s/p.) é muito mais abrangente, de modo que cabe refletir sobre até quando o Figueirense foi, de fato, popular: “O Figueirense pode ter nascido popular. Mas o Figueirense do Major Ortiga era popular? [...] O Figueirense do Prisco Paraíso é o time do povo? O Figueirense da Elephant é o time do povo?”, questiona o historiador.

Fala-se muito da oligarquia Ramos no Avaí, mas se o Avaí tinha os Ramos do PSD, o Figueirense tinha a UDN. Tinha Thomas Chaves de Cabral, tinha o Charles Edgard Moritz, tinha a família Ferrari, a família Galotti. São famílias populares? O Avaí tinha a família Amin, o Figueirense tinha a família Bornhausen. O Avaí tinha o João Salum, o Figueirense tinha o Orlando Scarpelli, que não era um comerciante pobre, afinal, foi ele quem doou o terreno onde foi construído o estádio. Enfim, são os usos do passado. Eu gostaria muito de ter um time que pudesse ser chamado de time do povo, mas eu não tenho essa cara de pau. Eu concordo que a origem do Figueirense é mais popular, mas o que eu não aceito é que o Avaí seja o time da elite. O Avaí não é o time da elite. [...] O pessoal que descia do Morro da Caixa e jogava no Avaí é da elite? O pessoal do Morro do Céu, que fez história jogando no Avaí, é da elite? O meu bisavô, funcionário auxiliar da prefeitura, que assistia o jogo em pé na Costeirinha, torcia para o time da elite? Eu acho que não. (MATOS, 2020, s/p.).

Aqui vale um adendo para trazer a perspectiva do jornalista Marcelo Barreto quanto à memória histórica de Avaí e Figueirense. Em entrevista concedida a mim no percurso empírico desta tese, Barreto evidencia as contradições do processo de estereotipagem quando pondera, em tom jocoso, que hoje em dia é absolutamente impossível que todos os torcedores do Avaí sejam da elite e que todos os torcedores do Figueirense sejam do estrato social menos favorecido. Além disso, o jornalista pressupõe que, por se tratarem de clubes seculares, as gerações mais novas sequer entram nesse debate, permanecendo muitas vezes alheias ao histórico classista de fundação dos times para os quais torcem.

Mas são essas histórias que eu acho fascinantes! [...] É um processo fascinante porque ocorre assim: o estereótipo nasce de um fato histórico. O Avaí foi um time fundado

na região mais elitista da cidade e o Figueirense foi um clube fundado na região mais popular. Então, de fato, a história do Avaí é elitista e a história do Figueirense é popular. Agora, esses times vão crescendo, vão agregando torcedores em toda a região metropolitana, e a partir daí tem uma mistura. Ao longo desse processo, você tem gente de vários cantos da cidade torcendo pra um ou pra outro. Gente de vários estratos sociais torcendo pra um ou pra outro. [Avaí e Figueirense] devem tá na beira dos cem anos ou com um pouco mais de cem como todos os times no Brasil, né? Cê já tem aí três gerações de torcedores, então quem nasceu neste século e torce pra Avaí ou torce pro Figueirense tá totalmente alheio a tudo isso. (BARRETO, 2022, s/p.).

Outra contradição baseada nesse raciocínio da construção de estereótipos e da “invenção de tradições” se evidencia na maneira como os torcedores do Figueirense usualmente provocam o rival, referindo-se ao Avaí de forma pejorativa como o “time do mangue”. Ora, se os manguezais são tidos como territórios suburbanos, por que o Figueirense reivindicaria para si o título de time do povo enquanto seus torcedores fazem chacota do rival que ergueu seu estádio nesse território essencialmente popular? Importante lembrar o que foi dito anteriormente sobre a localização do estádio do Avaí, entre a Costeira e o Carianos, que são regiões suburbanas. “A Costeira é um bairro de passagem. Ninguém vai para a Costeira se não mora na Costeira. Tu passas pela Costeira para ir pro Sul da Ilha, para ir ao aeroporto. É um bairro popular, assim como Carianos.” (MATOS, 2020, s/p.).

Nesse sentido, convém destacar o que Matos (2020) pondera sobre a identidade do Avaí em relação ao manguezal, referindo-se ao fato de o clube não reforçar essa política identitária junto à comunidade que o recebeu “de braços abertos” na década de 1980: “Hoje na Costeira a maioria da população é avaiiana, não sei se era antes dos anos 80, antes de o Avaí chegar. Essa comunidade abraçou o clube e dialoga-se muito pouco com ela.” (MATOS, 2020, s/p.). Segundo Vaz (2020), o fato de o Avaí não aproveitar esse diálogo com a comunidade que dá sustentação urbana à Ressacada também é fruto do processo de elitização do futebol. “É como se o Avaí saltasse a Costeira, saltasse o Carianos e chegasse ao centro direto. Por isso, por não ter perfil de torcida, o clube vai tomando um perfil de camadas médias e vai se afastando do elemento popular.” (VAZ, 2020, s/p.).

Isso, de certa maneira, talvez o Figueirense preserve um pouco mais, afinal, o clube está mesmo encravado numa confluência de bairros, sobretudo a Vila São João e a Coloninha – que são bairros populares – e até pelas ligações do clube com a escola de samba também, a Unidos da Coloninha. Então o diálogo com o elemento popular é quase que obrigatório ali. Não há como o Figueirense saltar. (VAZ, 2020, s/p.).

Quanto à construção dos estereótipos de povo e elite em si, Vaz (2020, s/p.) é categórico: “Origem não é destino”. E complementa: “As duas grandes oligarquias catarinenses uma basicamente adotou um time e, a outra, adotou o outro. [...] Esse é um imaginário que fica na

cidade. Eventualmente isso é assim mesmo, mas eventualmente essas coisas se embaralham de uma forma mais complexa.” Matos (2020) compartilha o mesmo raciocínio e reforça que essa construção dicotômica é problemática porque gera um apagamento da memória dos clubes, de suas trajetórias e de seus personagens, os quais muitas vezes não se encaixam nessa visão estereotipada da cidade.

Relembrando a tese de Mello (2020) – sobre as complexidades identitárias em Santa Catarina e suas correlações com as narrativas de rivalidade construídas pelo jornalismo esportivo local – convém reforçar que os aspectos históricos, econômicos, políticos e culturais do estado tornam bastante peculiares as rivalidades que se desenham a partir dos cinco principais clubes catarinenses, os quais representam microrregiões estaduais de similar poderio socioeconômico no estado. No caso da capital Florianópolis, o confronto entre Avaí e Figueirense mostra-se ainda mais singular, pois, ao contrário dos outros três municípios contemplados no escopo empírico de Mello (2020), Florianópolis preservou sua rivalidade cidadina.

A mudança do Figueirense para a parte continental poderia nos fornecer uma explicação lógica, facilitada pela disposição geográfica. No entanto, o dilema parece mais complexo. [...] Talvez a fidelidade florianopolitana, que transformou as preferências dos habitantes locais em vários segmentos numa dicotomia, na qual cada sujeito deveria escolher seu lado, tenha conservado avaianos e alvinegros. E possibilitado que pudessem voltar à luta pela supremacia do futebol de Santa Catarina a partir da segunda metade da década de 1990, quadro que permanecerá nas décadas de 2000 e 2010. (MELLO, 2020, pp. 127-128).

O depoimento da pesquisadora Danielle Torri (2020) no debate do *Portal Ludopédio* dialoga com a percepção de Mello (2020). Para Torri, o fato de Figueirense e Avaí preservarem a rivalidade clubística está atrelado ao fator midiático, porque “os times do interior, mesmo estando entre os melhores do estado, não aparecem na mídia”. A pesquisadora ilustra esse raciocínio a partir da experiência de seu próprio pai na loja de artigos esportivos da família: “Sempre pergunto a ele qual camisa vende mais: Avaí ou Figueirense? Ele responde que ‘vende mais ou menos igual’. Mas não vende Joinville, não vende Criciúma. Atualmente vende Chapecoense, mas é por conta do episódio que aconteceu.” (TORRI, 2020, s/p.) – referindo-se ao acidente aéreo com a delegação em 2016. Segundo levantamento bibliográfico de Klüser, Matos e Diamantaras (2014, p. 60), o confronto entre Avaí e Figueirense passa a ser considerado um clássico pelo jornalismo a partir de 1938, mas hoje, na percepção de Matos (2020, s/p.) parece haver um movimento da mídia esportiva para “empurrar essa história que qualquer jogo entre equipes do mesmo estado é clássico”:



Para mim clássico é Avaí e Figueirense. [...] O Avaí perdeu recentemente o Campeonato Estadual para a Chapecoense e eu nem me lembro mais como foi o jogo. [...] Mas todo mundo se lembra da final de 75 entre Avaí e Figueirense, lembra da final de 99, lembra da final de 2012... É um confronto que já nasceu clássico. Já nasceu com rivalidade. No primeiro clássico em 1924 já teve confusão antes mesmo de o jogo começar. [...] O Avaí venceu o primeiro tempo por 3 a 0. No segundo tempo perdeu de 4 a 3. Teve briga, teve invasão de campo e o primeiro clássico não terminou. [...] Enfim, um clássico é isso. É um jogo total, é um jogo universo, é um jogo que não acaba. Começou em 1924, teve um capítulo agora no primeiro turno da Série B e continua no próximo. É o mesmo jogo, ele não terminou ainda. [...] Não me lembro da última vez que o Avaí ganhou ou perdeu para o Criciúma, para o Joinville, para a Chapecoense... mas sempre me lembro do clássico. (MATOS, 2020, s/p.).

A partir do raciocínio do já citado sociólogo alemão Georg Simmel (1983) sobre a natureza sociológica do conflito – que faz com que toda relação conflituosa pressuponha certo nível de complementaridade – compreende-se que os dualismos “povo x elite” e “continente x ilha” que ilustram as trajetórias dos dois principais clubes de Florianópolis reforçam a noção de que, apesar de rivais, Avaí e Figueirense se complementam enquanto componentes expressivos na construção da memória histórica e geográfica da cidade. Esse imaginário mostra que entender Florianópolis “passa por conhecer o Avaí e o Figueirense”, como bem salientou Torri (2020, s/p.) no referido debate. Retomando os trechos da canção que ilustra o início deste tópico, cabe refletir sobre o refrão em que o compositor Lenine se pergunta “como é que faz pra sair da ilha”. Nessa metáfora, estar ilhado não significa estar do lado insular da ponte, mas sim alienar-se em determinada zona de conforto, ancorando-se a imaginários que muitas vezes não condizem com a realidade e que impedem de enxergar o que há do outro lado – algo que o jornalismo esportivo parece fazer com certa frequência.

### 3.6. Você já foi à Bahia?

O povo é doce, acolhedor e ruidoso, mas também dotado de certa timidez, fruto da mistura de portugueses e negros. Nesta cidade onde se conversa muito, sopra uma aragem marítima constante e o tempo ainda não adquiriu a velocidade dos grandes centros urbanos. A topografia é privilegiada: situada entre o mar e o morro, divide-se em Cidade Alta e Cidade Baixa e se abre para o mar. Jorge Amado compõe aqui um guia das ruas e dos mistérios de São Salvador da Bahia de Todos os Santos, a cidade da Bahia, “negra por excelência”, fundada em 1549. [...] Além de traçar a cartografia do lugar, faz uma crônica dos costumes da população baiana: discorre sobre as igrejas, as macumbas e os terreiros, as comidas típicas, a lavagem da igreja de Nosso Senhor do Bonfim, as homenagens a Iemanjá e a São João, entre outras festas populares. O autor investiga o caráter do baiano, valorizando a mestiçagem do povo e as contradições de seu espírito libertário e conservador. Jorge Amado chama a atenção para o mistério que recobre a cidade. De onde ele vem, ninguém sabe. Dos batuques do candomblé? Dos saveiros do cais? Das igrejas? Do mercado? Da Baixa dos Sapateiros? (AMADO, 2012, s/p.).

O retrato de Salvador visto sob a ótica do escritor Jorge Amado instiga a conhecer a capital baiana, bem como seu povo e suas tradições, conforme sugere o “abre” de uma de suas obras mais conhecidas: *Bahia de Todos-os-Santos: guia de ruas e mistérios de Salvador*, cuja primeira edição é de 1945. Esse território fielmente descrito pelo autor é a cidade mais negra do país, segundo o Censo de 2018 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)<sup>51</sup>. O município onde oito em cada dez moradores são negros abriga dois dos clubes de futebol que estão entre os que melhor dialogam com o componente de popularidade em debate nesta tese, tendo em vista que tanto o Esporte Clube Bahia quanto o Esporte Clube Vitória são, atualmente, referências em modelo de gestão democrática (FERREIRA, 2019) e no desenvolvimento de ações que valorizam seu maior patrimônio: o torcedor.

Contudo, nos primórdios de fundação das duas principais agremiações do estado, somente o Bahia esteve associado aos contornos populares. Esses marcadores de classe, assim como a intensa rivalidade que se estabeleceu entre os clubes, são temas discutidos em profundidade na tese doutoral do pesquisador Paulo Leandro, intitulada *Ba-Vi: da assistência à torcida. A metamorfose nas páginas esportivas* (2011). Segundo o autor, o motivo que teria “lançado as bases” para a consolidação da rivalidade BaVi foi a forte influência vinda do FlaFlu do Rio de Janeiro, que inclusive inspiraria também a escolha das cores das camisas do tricolor e do rubro-negro baianos.

A camisa e as cores identificavam o Vitória com o Flamengo. O Bahia é chamado tricolor como o Fluminense – verde, grená e branco –, e ambos usam camisa branca. A transposição de símbolos do Rio para Salvador não foi difícil, muito embora se possa contrapor a seguinte argumentação: o perfil elitista do Vitória está mais próximo ao perfil do Fluminense. Ambos são mais antigos e fundadores do futebol em seus estados, e criados pelas elites, enquanto Bahia e Flamengo estão mais associados às camadas populares. (LEANDRO, 2011, p. 71).

No entanto, o fator mais evidente para a consolidação dos marcadores de classe na rivalidade BaVi está relacionado ao embate entre o futebol “profissional” do Bahia e a prática “amadora” do Vitória. Ainda segundo Leandro (2011), o Vitória só aderiu ao contexto de profissionalização do futebol nos anos 1950, enquanto o Bahia, “já no final dos anos 1930, operava com os conceitos contábeis de orçamento e folha salarial” (p. 91). Esse contraste, conforme o autor, teria acentuado e ampliado o antagonismo entre os dois clubes baianos, considerando-se que essas duas posições estão atreladas a valores e princípios opostos. Em

---

<sup>51</sup> Disponível em: <https://www.acordacidade.com.br/noticias/ibge-ba-salvador-e-a-capital-mais-negra-do-brasil-e-com-a-maior-desigualdade-salarial-entre-brancos-e-pretos/>. Acesso em: 29 mar. 2023. (TRINDADE, 2018).

1942, apenas dez anos depois do primeiro duelo entre Bahia e Vitória, “o jogo chamado ‘pequeno Fla-Flu’ já é tido como o mais importante do futebol baiano” (p. 92). Atualmente, de acordo com o ranking dos maiores clássicos futebolísticos do mundo da revista esportiva britânica *FourFourTwo*<sup>52</sup> (PARKINSON, 2016), o confronto BaVi figura como o quarto maior clássico brasileiro e o maior do Nordeste do país. Na classificação global do ranking, o confronto aparece em 42º lugar, dividindo espaço com apenas mais três duelos brasileiros: Grêmio x Internacional (8º), Flamengo x Fluminense (18º) e Corinthians x Palmeiras (23º). Em sua narrativa, a *FourFourTwo* assim descreve o confronto:

A cidade de Salvador, na costa leste brasileira, era um ponto de desembarque para o tráfico de escravos; 80% da população é de ascendência africana, e a mistura de crenças católicas e africanas criou a macumba, uma versão local do vodu. Os primeiros craques do Bahia e do Vitória faziam oferendas aos deuses africanos na tentativa de garantir a vitória, mas como destacou o técnico Neném Prancha: “Se a macumba tivesse o poder de vencer partidas, seria um empate.” (PARKINSON, 2016, s/p, tradução livre).

De volta ao embate entre profissionalismo e amadorismo nos primórdios do BaVi, é interessante trazer a perspectiva apontada pelo pesquisador Jovino Pereira em sua dissertação de mestrado, intitulada *Futebol, de esporte amador a negócio de entretenimento e lazer em uma sociedade midiaticizada* (2003). De acordo com Jovino, apesar de o Vitória ter se associado a um imaginário aristocrata já no nascimento da agremiação – em 13 de maio de 1899 – existem alguns aspectos que sinalizam visões mais progressistas dos dezenove jovens que lideraram a fundação clube. O autor embasa esse argumento retomando a fala de um de seus entrevistados, Luis Martins Catharino, conselheiro do Vitória, que diz que a coincidência da data 13 de maio – aniversário da Lei Áurea no Brasil – é “sintomática da postura que o Vitória sempre teve, um clube formado pela elite, mas com uma importante visão social” (PEREIRA, 2003, p. 207).

Outro entrevistado de Pereira (2003), Edson Almeida – então assessor de imprensa do Vitória – ratifica a fundação aristocrata da equipe ao explicar a origem do nome do clube, uma referência ao local onde a agremiação foi fundada, “no Corredor da Vitória, uma avenida tradicional da capital baiana, na época formada basicamente por casarões, onde residiam os soteropolitanos de maiores posses” (PEREIRA, 2003, pp. 208-209). Esse aspecto também é lembrado por Raphael Carneiro no livro *BaVi - Uma paixão sem limites* (2009), no qual o autor retoma a fundação do Vitória enquanto um clube originalmente criado para a prática do cricket, modalidade que remonta ao sul da Inglaterra. Segundo Carneiro (2009), como a colônia inglesa

---

em Salvador não dava lugar aos jovens baianos na modalidade – apenas como “gandulas” – nasceu em 1899 o Club de Cricket Victória:

Essa discriminação e o trabalho considerado de menor valor feriram o orgulho dos jovens burgueses moradores do Corredor da Vitória. Representantes da alta sociedade baiana, eles não queriam se submeter aos caprichos dos ingleses. [...] A reunião de fundação aconteceu na casa dos irmãos Arthêmio e Arthur Valente. Muito foi discutido até se chegar ao nome dado ao clube. Por causa da rivalidade com os ingleses, motivo da fundação, nomes como Club de Cricket Bahiano e Club de Cricket Brasileiro foram cogitados. Mas, prevaleceu a ideia dada por Arthêmio, de que o clube deveria se chamar “Victória”, já que a maioria de seus fundadores morava no Corredor da Vitória, desde então reduto da alta sociedade baiana. (CARNEIRO, 2009, p. 121).

O Esporte Clube Bahia, por sua vez, fundado algumas décadas depois, não herdou a riqueza que aparentava ter de seus primeiros atletas, vinculados à “pequena burguesia baiana” (CARNEIRO, 2009). Nos primórdios de sua fundação, em 1931, o time era composto por jogadores da Associação Atlética da Bahia e do Club Bahiano de Tênis, associados à aristocracia soteropolitana. No entanto, como o Bahia aderiu ao profissionalismo muito antes do Vitória – apesar de à época este já somar quatro décadas de existência – os contornos de popularidade no clube foram ficando mais evidentes em comparação à origem elitista que perdurava no rival. Junto disso, Carneiro (2009) aponta as ações de marketing e outras estratégias midiáticas dos dirigentes do Bahia – mais especificamente de Osório Vilas Boas – como instrumentos que potencializaram a popularização do time de 1954 em diante. O autor traz em seu livro um depoimento do dirigente Vilas Boas sugerindo as bases aristocratas do clube, que até 1954 sobrevivia “às custas de uma meia dúzia de ‘coronéis’, gente de dinheiro”: “Quando passei a dirigir o valoroso ‘esquadrão de aço’, uma das minhas primeiras preocupações foi a de popularizá-lo, usando, é claro, o potencial já existente.” (VILAS BOAS citado por CARNEIRO, 2009, p. 17).

Carneiro (2009), ao citar o livro do jornalista Nestor Mendes Júnior – *Esporte Clube da Felicidade: Bahia, 70 anos de glórias* – salienta ainda que, antes dos esforços de popularização do time por Vilas Boas, a entrada do Bahia na cena do futebol soteropolitano serviu apenas para atizar a rivalidade com os clubes mais populares à época, Botafogo e Ypiranga – este, inclusive, que tem como torcedor ilustre o escritor Jorge Amado, cuja obra introduz este tópico. A rivalidade com o Vitória, portanto, só viria a se consolidar posteriormente, “operando uma verdadeira revolução no futebol da terra” (CARNEIRO, 2009, p. 15). O pesquisador pondera que os esforços de popularização do Bahia por Vilas Boas tinham relação com a atuação política do então dirigente enquanto vereador mais votado da capital baiana em 1950. Vilas Boas utilizava o espaço midiático obtido como político para reforçar os discursos direcionados aos

tricolores. “Essa preocupação em ampliar o número de torcedores foi logo entendida como uma forma de Osório aumentar seu prestígio político.” (p. 17). O dirigente, contudo, parte do contra-argumento de que, para ele, o mais importante era mudar o perfil da torcida do Bahia:

Percebi que quando um homem do povo se dizia torcedor do Bahia, o apaixonado por outro time qualquer (Ypiranga, Botafogo etc.) indagava: “Como é que um cara como você gosta de um clube de granfinos?” A verdade é que um carregador, um “boy”, um ascensorista, um funcionário da Limpeza Pública etc., torcia era para o Botafogo, o Ypiranga. Os mais aquinhoados dividiam-se entre o Bahia e o Vitória. (VILAS BOAS citado por CARNEIRO, 2009, p. 18).

A prova de que os esforços empreendidos por Vilas Boas trouxeram resultado veio em 1957 quando o clube retornou de uma excursão pela Europa e foi ovacionado por uma multidão no aeroporto. Embora o Bahia tenha saído de Salvador sendo chacoteado pela imprensa local – devido ao abandono do patrocinador que desistiu de financiar a viagem e ao empréstimo que precisou solicitar ao governo do Estado – o time foi exitoso em campo e conseguiu obter o dinheiro que precisava para quitar a dívida, que deveria ser ressarcida em 90 dias, e ainda retornar ao Brasil com lucro. “O dinheiro apareceu e o clube pôde enfim retornar. Não sem antes a acusação de contrabando no aeroporto de Recife. Já em Salvador, uma demonstração de carinho marcou a vida daqueles que participaram da aventura.” (CARNEIRO, 2009, p. 19).

Havia povo – mas povo mesmo, multidão – no aeroporto. As manifestações de aplausos ao Bahia constituíram-se num acontecimento inédito. Duraram das cinco horas da tarde, quando o avião chegou, até uma hora da manhã do dia seguinte, na Praça da Sé. Não esqueço que, durante o percurso festivo, passamos pela casa do Waldemar Costa, na Barra, e pelo Palácio da Aclamação, onde nos saudou o governador Antônio Balbino. Na Praça da Sé o que houve foi um verdadeiro Carnaval. Diante daquele espetáculo quem mais poderia dizer que o Bahia era um clube só de elite? Quem bancaria idiota bastante para não imaginar que seu crescimento seria – como foi – espantoso? – indaga Osório Vilas Boas. (CARNEIRO, 2009, p. 19).

Dois anos depois, os tricolores voltariam a lotar as ruas de Salvador após a conquista da Taça Brasil de 1959 – entendida desde 2010 como edição de estreia do Campeonato Brasileiro, em consequência da polêmica decisão da CBF de unificar os títulos da Taça Brasil, do Torneio Roberto Gomes Pedrosa (“Robertão”) e do “Brasileirão”<sup>53</sup>. Nessa vertente, o Bahia teria sido,

---

<sup>53</sup> Detalhes dessa polêmica podem ser conferidos na seguinte reportagem do portal *Uol*: *O primeiro campeão do Brasil - A história do Bahia, vencedor da Taça Brasil de 1959 contra Pelé, e a unificação dos títulos brasileiros*. (VICO; RODRIGUES, 2020). Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/reportagens-especiais/taca-brasil-a-historia-do-bahia-campeao-brasileiro-de-1959/>. Acesso em: 15 abr. 2023.

portanto, a primeira agremiação do país a conquistar um título nacional e, conseqüentemente, representar o Brasil na Copa Libertadores da América. O feito foi ainda mais marcante considerando-se que a vitória tricolor se deu sobre o Santos de Pelé, após a realização de três partidas emblemáticas. Na primeira, sediada no interior de São Paulo, o Bahia venceu por 3 x 2, de virada. No jogo de volta, em Salvador, a equipe foi derrotada por 2 x 0. O título seria então decidido em uma terceira partida, conforme mandava o regulamento da competição. O jogo decisivo pela Taça Brasil de 1959 ocorreu no Maracanã, em 29 de março de 1960, mesmo dia do aniversário de 411 anos da capital baiana. Assim como na primeira partida, o Bahia venceu de virada, agora por 3 x 1, sagrando-se campeão brasileiro sobre o time que naquele momento era reconhecido como um dos melhores do mundo.

Essa conquista expressiva do Bahia era mais um aspecto que reforçava a popularidade do clube. Vale lembrar também que o time ainda foi vice-campeão da Taça Brasil nas edições de 1961 e 1963, ambas vencidas pelo Santos. O ímpeto tricolor do início da década de 1960 foi, segundo Carneiro (2009), dando espaço ao crescimento do Vitória, o principal rival, que desde seus primórdios era considerado um time da elite. “Suas ações, como a decisão de se afastar da disputa do Campeonato Baiano por causa da presença de clubes mais populares, causavam antipatia junto à boa parte da população.” (pp. 131-132). Os dirigentes do Vitória, atrelando o sucesso do Bahia à popularidade construída pelo clube, passaram, assim, a empreender esforços de popularização no rubro-negro.

Com o comando de Raimundo Rocha Pires, em 1972, o Vitória conquistou o Campeonato Baiano após sete anos de jejum e iniciou sua cruzada em busca de novos torcedores. No entanto, foi realmente sob o comando de Alexi Portela que o rubro-negro conseguiu conquistar o coração da população mais carente. Prova do feito foi o sucesso da campanha Super Vitória 76. A venda de um carnê promocional, com direito a revista, brindes e sorteio de automóveis e motos, ganhou grande apoio da mídia. O resultado não poderia ser melhor: foram cem mil carnês vendidos em apenas 18 dias. (CARNEIRO, 2009, p. 132).

Entretanto, apesar da conquista do campeonato estadual de 1972 pelo Vitória, a década de 1970 foi muito mais exitosa para o Bahia, assim como já havia sido nos anos 1960. Em 1973, o clube tricolor deu início a uma série até hoje inédita de títulos estaduais consecutivos. Foram sete campeonatos baianos conquistados em sequência até 1979. Conforme Carneiro (2009), “nesse período o tricolor já era mais do que conhecido como o time do povão” (p. 25). O autor ilustra essa afirmação lembrando uma publicidade da construtora DM-9 veiculada em 1981, que associa o operariado da construção civil à torcida tricolor. Um dos anúncios do grupo imobiliário trazia em letras garrafais: “Quando o Bahia ganha, a obra adianta. Quando perde,

atrasa’. Logo abaixo, o complemento: ‘Obrigado Bahia. Este ano vamos entregar todas as nossas obras antes do prazo’.” (CARNEIRO, 2009, p. 26).

Sabe-se que tanto as narrativas da publicidade quanto as do jornalismo fomentam diversas representações sociais atreladas aos clubes de futebol no Brasil, como a pretensa luta de classes que é objeto de estudo desta tese. Essa e outras disputas estão associadas a um componente central que é a rivalidade clubística, um valor-notícia bastante caro à editoria esportiva, a qual, na visão do pesquisador Paulo Leandro (2003), por vezes é invadida pelas disputas políticas. Em sua dissertação de mestrado, intitulada *O jornalista e o cartola: o jornalismo esportivo impresso na Bahia e sua resistência ao campo da política*, Leandro investiga a relação dos jornalistas com os dirigentes de clubes que desenvolvem carreira política e se utilizam do espaço nas páginas esportivas para fins de autopromoção. Nesse caso, a rivalidade, até então clubística, ganha contornos sociais mais demarcados a partir das histórias recontadas pelos jornalistas esportivos que têm como fontes “os cartolas duelistas que desenvolvem carreira política e precisam vencer e ganhar visibilidade para expandir seus projetos de poder. Esta visibilidade é alcançada por meio da propagação destes conflitos verbais e às vezes físicos.” (LEANDRO, 2003, pp. 147-148).

Ainda segundo Leandro (2003), nem sempre as notícias relacionadas às brigas entre os cartolas do BaVi, por exemplo, são relevantes do ponto de vista dos critérios de noticiabilidade do jornalismo. No entanto, “o componente de guerra simbólica dentro do noticiário esportivo rende matéria, na visão de pauta do jornalista” (p. 148), sobretudo quando a fonte em questão “arrebata o microfone e desacata um integrante do ambiente, seja um cartola rival, um árbitro ou até um atleta” (p. 148). O que o autor denomina de “guerra simbólica” pauta os mais diversos embates que despontam no âmbito da rivalidade clubística para culminar em duelos outros que extrapolam o cenário desportivo. Um exemplo, também ilustrado pelo futebol baiano, foi o corte do atacante Charles – campeão brasileiro de 1988 pelo Bahia – da Seleção às vésperas da estreia do Brasil na Copa América de 1989, fato este que, na visão dos tricolores, simbolizava a disputa Nordeste x Sudeste balizada por marcadores socioeconômicos.

Na ocasião, o Bahia era o então campeão brasileiro. O título, conquistado em cima do Internacional, no estádio Beira-Rio, dava a sensação ao torcedor de que o time era o mais importante do país. Por isso, os tricolores exigiam a convocação do atacante Charles para defender as cores do Brasil na competição. O pedido foi atendido, Charles convocado, mas no voo para Salvador, a comissão técnica decidiu cortá-lo da delegação. Não deu outra. O clima na cidade foi de total revolta. O então presidente do Bahia, Paulo Maracajá, decidiu ir à concentração brasileira, em um hotel da capital baiana, e levou de lá o atacante para disputar uma partida pelo Campeonato Baiano. (CARNEIRO, 2009, p. 37).

Como o Bahia havia sido campeão brasileiro, com Charles na artilharia, o corte repentino do jogador soou como uma ofensa aos tricolores, que demonstraram sua insatisfação no jogo de estreia da Copa América, sediado na Fonte Nova. “O hino nacional foi vaiado, uma bandeira do Brasil queimada e a torcida passou para o lado adversário. A atitude fez, inclusive, com que o atacante Bebeto declarasse ter vergonha de ser baiano.” (CARNEIRO, 2009, pp. 37-38). O dirigente Maracajá se defendeu dizendo concordar que o hino e a bandeira nacionais são intocáveis, mas que aquela atitude dos tricolores representava um desabafo espontâneo do torcedor do Bahia, que se sentiu excluído do selecionado nacional, o qual sempre foi protagonizado por jogadores dos eixos mais ricos do Brasil.

O trabalho do economista Murilo Silva (2007), intitulado *Razões econômicas para o desempenho dos clubes: o caso do E.C. Vitória e do E. C. Bahia*, levanta essa questão ao debater como o cenário macroeconômico da Bahia contribui para o insucesso dos clubes locais. O autor argumenta que os problemas econômicos do estado resultam também em uma escassez de recursos para as duas principais equipes de Salvador, criando o que ele chama de “círculo vicioso”, já que “o valor econômico dos clubes se deprecia, tornando menos atrativo para as empresas investirem nestes clubes, que por sua vez terão sempre dificuldades em competir com as equipes dos centros mais ricos do Brasil” (SILVA, 2007, p. 42).

Mas se, por um lado, está posto que existe essa discrepância em termos de competitividade e, inclusive, de representatividade midiática – justificada por fatores socioeconômicos – dos clubes mais marginalizados em comparação aos clubes do eixo central do país, por outro lado, feitos como a citada conquista nacional do Bahia em 1988 elevam a autoestima do torcedor e fazem com que a imprensa esportiva hegemônica seja obrigada a olhar para as margens. No Brasileiro de 1988, vencido contra o Inter em Porto Alegre, muitos veículos deram protagonismo ao Esporte Clube Bahia. O jornalista Juca Kfourri, citado por Carneiro (2009), assim descreveu a conquista na revista *Placar*, uma das mídias mais expressivas do segmento até então: “Campeão talvez porque nenhuma outra legião de seguidores mereça há tanto tempo esse título. A nação tricolor fez da paixão pelo Bahia uma profissão de fé que transforma a Fonte Nova no templo mais carinhoso do futebol brasileiro” (p. 29). Carneiro (2009) cita também a narrativa do jornalista Nestor Mendes Júnior, que descreve em detalhes a festa dos tricolores pelas ruas de Salvador após o retorno do clube à cidade:

Na quarta-feira, na chegada a Salvador, uma apoteose. Foi carnaval no Aeroporto Dois de Julho nesse 22 de fevereiro de 1989. Uma multidão calculada em 30 mil pessoas foi receber os bicampeões brasileiros. Delegações chegavam, em ônibus, de todo o



interior da Bahia. O trio Dodô, Osmar e Realce animavam a torcida. Centenas de bandeiras e faixas pintam de azul, vermelho e branco o Dois de Julho. Às 13h35, quando o Boeing aterrissa, da cabine da tripulação surge uma bandeira tricolor. Era a senha para começar a loucura. Quando a porta do avião é aberta, desce um sorridente Evaristo de Macedo e depois, um a um, os heróis do Beira-Rio. Um enorme congestionamento pára a Avenida Dorival Caymmi. Já passavam das 16h e a caravana não tinha passado de Itapuã. A noite caía e o Carnaval já tomava conta da cidade. Em todos os lugares, o povo nas ruas. Em Amaralina, a saudação das baianas. No Farol, festa. Interditada entre a Vitória e a Chile, a Avenida Sete parecia preparar-se para os blocos e afoxés. No Campo Grande, mais folia. O trio Top 69 fazia balançar o chão da Praça Castro Alves, que explodiu quando tocou o Hino do Bahia na chegada dos heróis. O expediente dos funcionários municipais só durou até o meio-dia, enquanto nas empresas privadas, sem direito a ponto facultativo, muita gente não foi trabalhar. Não era feriado nem dia santo, mas naquele 22 de fevereiro, Salvador parou. Todo mundo sabe quando a festa começou, mas ninguém lembra quando ela acabou. (MENDES JÚNIOR citado por CARNEIRO, 2009, pp. 28-29).

Ainda que pese a possibilidade de a licença poética dessa narrativa ter dado à comemoração tricolor uma dimensão maior do que realmente foi, tamanha exaltação do título faz sentido ao se considerar que o Bahia não era o favorito à taça, conquistada na casa do adversário. Soma-se a isso o misticismo que rondou os dois jogos dessa decisão: o jogo de ida, vencido pelo Bahia por 2 x 1 na Fonte Nova; e o jogo de volta, o empate em 0 x 0 contra o Internacional no Beira-Rio, que deu o troféu aos tricolores. À época, o torcedor Pai Lourinho, figura famosa nas arquibancadas do Bahia, ficou conhecido no noticiário esportivo por fazer “mandingas” contra os adversários que iam até a Fonte Nova enfrentar seu time. Antes do primeiro jogo da final de 1988, Pai Lourinho repetiu o ritual contra o Inter: “Foram 11 bonecos ‘preparados’ pelo pai-de-santo tricolor. Desde o goleiro Taffarel até o ponta Edu. Todos estavam ‘amarrados’.” (CARNEIRO, 2009, p. 91).

Coincidência ou não, o Bahia venceu aquela partida de virada, com dois gols do ídolo Bobô. Depois de desfazerem da mandinga baiana, os gaúchos tentaram preparar um troco na partida de volta, a que definiu o campeão nacional daquela temporada. Um ebó foi preparado e depositado na entrada do vestiário tricolor no estádio Beira-Rio. Mais acostumados com este tipo de ritual, os baianos não se abalaram. [...] Muitos torcedores acreditam que na briga com os santos, Lourinho levou a melhor. Mais experiente no assunto, o baiano teria moral maior ao fazer seus trabalhos e não foi páreo para os gaúchos, considerados pelos tricolores como inexperientes no assunto, embora o Rio Grande do Sul lidere o ranking nacional de pessoas que se dizem adeptas da umbanda, segundo o Censo 2000. (CARNEIRO, 2009, pp. 91-92).

Aqui vale um adendo para retomar a socióloga norte-americana Janet Lever, que no livro *A loucura do futebol* (1983) – fruto de sua pesquisa em território brasileiro – descreve a umbanda como um dos elementos característicos da cultura popular no Brasil. Segundo a autora, a umbanda – muitas vezes confundida com candomblé e “macumba” – foi inicialmente praticada pelos escravos no Nordeste do país como uma forma de resistência à repressão dos

brancos. No entanto, como os brancos se sentiam ameaçados pelos rituais umbandistas, os escravos precisaram esconder suas crenças por trás da fachada de santos católicos. Assim, “transformaram Iemanjá, a deusa do mar, na Virgem Maria, Oxalá em Jesus Cristo, Ogum em São Jorge, enquanto Exu virava Satã” (LEVER, 1983, p. 79).<sup>54</sup>

Além da “mandinga” envolvida no título de 1988 do Bahia, cabe ainda ressaltar a figura de Raimundo Nonato Tavares da Silva, o meia-atacante Bobô, que também ganhou bastante projeção midiática como destaque do clube na temporada vitoriosa. O próprio Bobô descreve o torcedor Lourinho como um representante da “mística baiana” e da “simbologia que a Bahia sempre teve com relação a isso” (2011, s/p.), referindo-se às crenças religiosas do imaginário da cultura popular do estado. Esse depoimento do ex-jogador está registrado no documentário *Bahêa Minha Vida*<sup>55</sup>, do cineasta Márcio Cavalcante (2011), que narra a trajetória do clube e a paixão de seus torcedores.

Em um dos *takes* do longa-metragem, Lourinho se encontra com Bobô na Fonte Nova e se emociona, enquanto o meia rememora os feitos do torcedor pai-de-santo: “Lourinho era um cara que passava toda uma energia da torcida pra gente, amarrava os caras, alfinetava os caras, amedrontava os caras. A mandinga funcionou bem porque nos três anos que nós jogamos – 86, 87 e 88 – ganhamos tudo.” (SILVA, 2011, s/p.). A mística religiosa também ilustra episódios envolvendo o rival Vitória, como quando, em 2004, um fotógrafo de um jornal baiano fez um “pequeno trabalho” para impedir que o Bahia retornasse à Série A do Brasileiro no último jogo do campeonato, perdendo para o Brasiliense a partida que lhe daria o Acesso em plena Fonte Nova. Essa história está registrada na obra de Carneiro (2009):

– Levei dois bonecos cheios de alfinetes. Um era o goleiro, pra ele não pegar a bola, e o outro era o zagueiro, pra dar pênalti, e um balaiozinho. Levei arruda, levei um monte de coisa lá – revela rindo. Com tudo arrumado em uma bolsa, o fotógrafo chegou mais cedo à Fonte Nova e correu para uma das traves para depositar o trabalho. Sem que ninguém percebesse, deixou tudo em um canto. O material só foi percebido por uma emissora de televisão e pelo árbitro da partida, que retirou tudo de lá. Para

<sup>54</sup> Sobre religiões afro-brasileiras, ver o trabalho da antropóloga Yvonne Maggie em *Guerra de orixá: um estudo de ritual e conflito*, originalmente publicado em 1975. Trata-se de um estudo de caso sobre a cosmologia da umbanda, compreendida pela autora não somente enquanto crença, mas como modo de vida. (MAGGIE, 2001).

<sup>55</sup> O documentário *Bahêa Minha Vida* é um longa-metragem lançado em 2011 e dirigido por Márcio Cavalcante. Conforme consta em sinopse: “Muito mais do que um documentário sobre o lendário Bahia Football Club, este filme traz à tona a bruxa das glórias e tristezas de sua fenomenal legião de torcedores: a tricolor “Nação” que nunca decepcionou o clube. Desde o início, em 1931, até a maior glória de duas vezes conquistar o altamente competitivo Campeonato Brasileiro, até a queda para a baixíssima Terceira Divisão Nacional, quando ‘a Nação’ sofreu, mas nunca perdeu a paixão e a fé. ‘Bahêa Minha Vida’ é mais que uma história de futebol, é também uma história de amor.” (CAVALCANTE, 2011). Disponível em: <https://youtu.be/gVA2FMrIhBo>. Acesso em: 17 nov. 2022.

não levantar suspeitas, o fotógrafo ainda fez algumas fotos do trabalho para entregar no jornal. – O juiz tirou, mas eu fui lá e coloquei de novo. Se tivessem me visto na hora não iria ter problema nenhum, eu falava que foi alguém que pediu para colocar aqui – afirma. (CARNEIRO, 2009, p. 200).

Efeito da “mandinga” ou não, o Bahia não só perdeu a oportunidade de retornar à Série A naquele ano, como ainda amargou mais seis temporadas fora da primeira divisão, chegando inclusive a cair para a Série C em 2005, retornando para a Série B em 2007, o ano mais trágico da história do clube, devido ao acidente ocorrido na Fonte Nova que deixou sete vítimas fatais. Na ocasião, durante a partida disputada pela Série C entre Bahia e Vila Nova, parte de uma estrutura de concreto da antiga Fonte Nova cedeu, abrindo um buraco na arquibancada do anel superior, de onde sete torcedores despencaram de uma altura de cerca de vinte metros. O estádio, que já havia sido considerado o pior do país entre 29 avaliados – conforme relatório do Sindicato Nacional das Empresas de Arquiteturas e Engenharia (Sinaenco) – recebia 60 mil pessoas no dia do acidente que, tragicamente, marcou o retorno do Bahia à Segunda Divisão.<sup>56</sup>

Vale lembrar que, em 2005, quando o Bahia cai para a Terceira Divisão do Campeonato Brasileiro – emendando uma sequência desastrosa que vinha desde 2003, quando o clube foi rebaixado para a Série B sendo goleado por 7 a 0 pelo Cruzeiro na última rodada do torneio nacional<sup>57</sup> – o rival Vitória também despencou para a “Terceirona”, uma temporada depois de ser rebaixado à Série B em 2004. Naquele 2005, 22 clubes disputariam a “Segundona”, sendo os seis últimos rebaixados – por ironia do destino, a quinta e a sexta vaga couberam justamente à dupla BaVi<sup>58</sup>. No entanto, o Vitória retornou para a Segunda Divisão já em 2006, ao contrário do Bahia, que só conseguiu retornar à Série B em 2007, ocasião do fatídico acidente. O retorno à Série A, por sua vez, se deu apenas em 2010. Um texto do jornalista Marcelo Barreto (2010)

---

<sup>56</sup> O acidente na Fonte Nova em 2007 é a maior tragédia já ocorrida em um estádio de futebol no Brasil. Em 24 de novembro de 2017, dez anos após o ocorrido, o *globoesporte.com* divulgou uma reportagem especial em vídeo lembrando a data com seis pessoas que, de alguma forma, vivenciaram a tragédia. (SANTANA; PEREIRA, 2017). Disponível em: <https://ge.globo.com/ba/noticia/abriu-um-clarao-10-anos-depois-tragedia-da-fonte-nova-contada-por-quem-estava-la.ghtml>. Acesso em: 17 nov. 2022.

<sup>57</sup> A queda do Bahia para a Segunda Divisão após perder de 7 x 0 para o Cruzeiro está narrada em matéria do *Globo Esporte* de dezembro de 2003, a qual descreve também os recordes batidos pelo Cruzeiro naquela edição do nacional. (GLOBO ESPORTE, 2003). Disponível em: <https://ge.globo.com/video/em-2003-cruzeiro-goleia-bahia-por-7-a-0-no-campeonato-brasileiro-1558574.ghtml>. Acesso em: 15 abr. 2023.

<sup>58</sup> A queda simultânea de Bahia e Vitória para a Terceira Divisão está narrada em matéria do *Globo Esporte* de setembro de 2005. (GLOBO ESPORTE, 2005). Disponível em: <https://ge.globo.com/video/em-2005-bahia-e-vitoria-sofrem-com-rebaixamento-para-a-terceirona-2128493.ghtml>. Acesso em: 15 abr. 2023.

narra o acesso tricolor à primeira divisão, passando por todos os percalços que incluíram os rebaixamentos em sequência, a permanência na Série C e o acidente na Fonte Nova:

Tenho uma simpatia pelo tricolor da Boa Terra que vem dos tempos de criança. Gostava do uniforme, dos Ba-Vis, do ponta-direita Osni. Nos Gols do Fantástico, as cores das imagens que vinham de Salvador pareciam mais vivas e a rede da Fonte Nova demorava mais tempo a estufar. O Bahia, para mim, sempre foi um grande. E eu o vi mostrar essa grandeza a todo o Brasil em 1988, com a elegância sutil de Bobô que inspirou o verso de Caetano Veloso. (Aliás, esse título tem uma história que merece parênteses. Um conhecido jornalista do Rio de Janeiro, cobrindo a semifinal em Salvador, dizia a todos os motoristas de táxi, imitando a forma local de pronunciar o nome do time: “A imprensa carioca está com o Baêa!” Foi uma estratégia bem-sucedida para atrair a simpatia dos soteropolitanos, até a corrida em que o taxista respondeu: “(Piiii)-se, eu sou Vitória!”). Então, aproveito para dizer que gostar do “Baêa” não é desmerecer o Vitória. É que o rubro-negro está onde merece, entre os grandes. Enquanto isso, o tricolor sofre o mais longo afastamento da Série A entre os times mais tradicionais do Brasil. [...] Nessa acidentada trajetória, o tricolor perdeu jogos, perdeu a Fonte Nova (interditada por causa de um acidente num jogo em que conseguiu o acesso à Série B), perdeu credibilidade, mas não perdeu a torcida. Ao longo de uma década infeliz – em que não conseguiu se impor sequer no âmbito regional, conquistando apenas um Campeonato Baiano – ficou claro que os torcedores eram seu maior patrimônio. Os gritos de “Baêa!” encheram estádios até na Série C. (BARRETO, 2010, s/p.).

A versão completa desse texto está disponível no site oficial do Bahia, tamanha a repercussão que a coluna do jornalista Marcelo Barreto – escrita originalmente em seu blog – alcançou entre os tricolores. O texto é narrado pelo próprio Barreto no *take* de encerramento do documentário *Bahêa Minha Vida* aqui citado. Em entrevista concedida a mim no percurso empírico desta tese, Barreto conta sobre a repercussão da coluna: “Não sei se foi o texto que eu escrevi que mais repercutiu até hoje, mas certamente foi um deles. Eu fiquei muito surpreso com aquilo. E quando vieram na minha casa gravar o documentário eu falei: ‘Gente, mas é pra tanto?!’” (BARRETO, 2022, s/p.). O jornalista diz que, absolutamente, não previa toda essa identificação da torcida do Bahia com o material, e explica que a história por trás dessa coluna é curiosa, já que a sugestão de escrever sobre a Série B foi dada pelo colega que o ajudava em seu blog, fazendo as metrificações de audiência:

Ele falou assim: “Olha, cê tem que escrever no sábado... sábado tem medições de audiência...” – essas coisas da internet que eu não sei como é que funciona, mas ele é que era o jovem lá da história, que dizia: “Olha, no sábado tem o engajamento, as pessoas veem, não sei o que, tem que escrever no sábado...” – eu falei: “Mas sábado é o dia da Série B.”; “Então escreve alguma coisa sobre a Série B!”; “Tá bom.” Aí eu olhei como tava a Série B, vi que o Bahia tava pra subir e me lembrei do episódio do time sendo recebido com festa depois de ganhar um jogo, sei lá, muito antes do fim do campeonato. Não era o jogo da classificação, mas, assim, a torcida já tava tão no espírito de que o time vai subir, que eu falei: “É, aquela festa foi impressionante!” Vamos escrever isso. Vou escrever sobre o Bahia. E aí comecei a falar de identificações que eu tinha com o Bahia. (BARRETO, 2022, s/p.).

Barreto conta ainda que, devido ao sucesso da coluna, chegou a receber um pré-convite para subir no trio-elétrico que comemoraria o Acesso tricolor: “Mas aí não dá, aí passa da relação de jornalista. Mas também o convite não se oficializou.” (BARRETO, 2022, s/p.). Quanto aos motivos que justificam a grande repercussão de seu texto na imprensa baiana e, claro, na torcida tricolor – chegando inclusive a integrar o site oficial do Bahia – Barreto associa o sucesso da coluna ao fato de o torcedor ver o próprio time representado pela mídia hegemônica: “Eu acho que teve um pouco disso, sabe? Alguém, de lá do centro, de onde eles só falam deles mesmos, resolveu olhar pra cá com um olhar de empatia.” E conclui: “De alguma forma, parece que eu consegui traduzir o sentimento do torcedor do Bahia. E foi uma coisa instintiva, porque foi sem conversar com eles. Atingiu um nervo ali.” (BARRETO, 2022, s/p.). Ainda quanto a essa sensação de pertencer a um clube que pouco repercute na mídia hegemônica, Barreto chama atenção – agora no documentário *Bahêa Minha Vida* – para a maneira com que o torcedor do Bahia se comunica, utilizando o esporte como um dos meios de se definir: “Quando você diz ‘eu sou Bahia’, isso te posiciona como ser humano, como cidadão baiano, como cidadão de Salvador. Acho que essa talvez seja a mágica essencial do futebol.” (BARRETO, 2011, s/p.).

Inclusive, sobre a referência à pronúncia “Bahêa” no título do documentário – que é o modo como os tricolores chamam o clube – o jornalista soteropolitano João Carlos Teixeira Gomes explica que a distorção é proposital: “Há uma distorção da prosódia, da maneira de pronunciar a palavra na ênfase que cê dá, por isso fica essa coisa bonita: Bahêeea. É o prolongamento da emoção. ‘Bahêeea’, pra transmitir a vibração, a emoção profunda de ser tricolor.” (GOMES, s/p., 2011). Ainda segundo Gomes, essa seria mais uma forma de o torcedor demonstrar pertencimento ao clube, algo explícito nas cores da agremiação e no próprio nome da equipe, conforme Barreto (2011) já havia salientado. Nas palavras de Gomes: “O Bahia tem as cores da Bahia – vermelho, azul e branco. O Bahia tem o nome da Bahia. O Bahia é a Bahia também.” (GOMES, s/p., 2011). No mesmo documentário, o torcedor Marcos Carneiro corrobora essas perspectivas em narrativa clubística, tirando sarro do rival: “Eu não me lembro de nenhuma outra palavra que o baiano troque o ‘i’ pelo ‘e’. Só o Bahêa mesmo. Até nisso o Bahêa é exclusivo!” (CARNEIRO, s/p., 2011).

Em *Bahêa Minha Vida*, o jornalista Juca Kfourri também reforça o pertencimento do torcedor do Bahia a partir da popularidade do clube: “A dimensão do Bahia, sem nenhum exagero, é dimensão dos grandes. É uma dimensão de paixão que até alguns grandes não têm. Têm a torcida, têm a tradição, têm os títulos, têm a história, mas não têm o vínculo popular que

o Bahia tem.” (KFOURI, 2011, s/p.). Esse depoimento, cabe ressaltar, é ilustrado por um *take* de Luiz Caldas – cantor, compositor e multi-instrumentista natural de Feira de Santana – no qual ele está vestido com uma camisa tricolor estampada com a palavra “Povão”. Juca Kfour, em entrevista concedida a mim no percurso empírico desta tese, relembra a “Passeata dos 50 mil”<sup>59</sup> – um protesto realizado pelos torcedores do Bahia em 2006 contra a diretoria do clube – para explicar como esses vínculos de popularidade do tricolor se estabeleceram no decorrer dos anos:

A torcida do Bahia é a única torcida na história do futebol brasileiro que levou o clube a fazer uma revolução política e a democratizar suas estruturas. Foram 50 mil pessoas pra praça Castro Alves num belo sábado à tarde! E acabaram com uma dinastia que existia no Bahia – estimulada pelo ACM [Antônio Carlos Magalhães], com gente dele – e democratizaram as eleições no clube e tomaram o clube. Nenhuma outra torcida fez isso. A do Flamengo não fez. A do Corinthians não fez. Nenhuma fez. A torcida do Bahia fez. Então, é por aí que eu me apaixono pelo Bahia. (KFOURI, 2022, s/p.).

O convite igualmente apaixonado do compositor baiano Dorival Caymmi na canção *Você já foi à Bahia?*, lançada em 1940, dialoga com o trecho da obra de Jorge Amado de 1945 que introduz este tópico, também convidando o interlocutor a conhecer o cotidiano da capital baiana descrito a partir de personagens soteropolitanos – ilustres ou anônimos – e da geografia do município. Os esplendores de Salvador e a denúncia das mazelas e contrastes da cidade dividem as mesmas páginas na obra de Amado. Conforme consta em sinopse (AMADO, 2012, s/p.): “da arte dos mestres da capoeira ao misticismo dos terreiros de candomblé, dos pequenos crimes dos ‘capitães da areia’ à dura poesia dos pescadores e mestres de saveiros, da universidade às festas religiosas e pagãs”, a narrativa posiciona a capital baiana no mapa do Brasil, dando vida à cidade e ao “povo” de Salvador – e aqui pouco importa se identificados com Bahia ou Vitória, já que ambas as agremiações são parte indissociável da memória histórica da cidade e fazem valer a visita. Portanto, retomando a pergunta retórica de Caymmi: se você ainda não foi à Bahia, então vá.

---

<sup>59</sup> A “Passeata dos 50 mil”, realizada em 2006, reuniu cerca de 50 mil torcedores do Bahia em protesto contra a diretoria do clube, sob o slogan “Devolvam o meu Bahia!” Esse movimento foi um dos embriões do processo de democratização do Esporte Clube Bahia, que se consolidaria ao longo dos próximos anos, culminando em 2013 com a aprovação em Assembleia Geral de seu novo Estatuto. O documento, aprovado pelos associados do clube, regulamentou eleições diretas para presidente da agremiação e a formação de um Conselho Deliberativo proporcional ao número de votos de cada chapa.

### 3.7. O Clássico-Rei da Amazônia

Eu tenho um ex-colega de equipe que é apaixonado pelo RePa. Ele nunca deixava a gente escapar do RePa no noticiário. Ele falava assim: “A gente tem que mostrar, porque esse clássico é impressionante, é uma coisa!” Enfim, são fenômenos regionais, né? Se você vai pra Manaus, por exemplo – eu ia dizer “se você vai ali do lado”, mas a Amazônia é tão grande que nada é exatamente ali do lado! –, mas, se você vai no estado vizinho, em Manaus, você não tem uma rivalidade como essa. (BARRETO, 2022, s/p.).

Se, por um lado, o depoimento do jornalista Marcelo Barreto – em entrevista concedida a mim no percurso empírico desta tese – corrobora a relevância do confronto nortista entre o Clube do Remo e o Paysandu Sport Club, por outro lado, mantém o clássico RePa categorizado como um fenômeno regional. Neste tópico, a intenção é discorrer sobre esse clássico para além de sua importância regionalista, destacando alguns motivos que justificariam plenamente a inserção de Remo e Paysandu também na pauta da mídia hegemônica. Para se ter uma ideia, de 1914 a 2017 foram 737 clássicos disputados entre as duas equipes, sendo 256 vitórias do Remo contra 231 do Paysandu, além de 250 empates. Esses números, contabilizados pela pesquisadora Aline Freitas (2017), demonstram que o Clássico-Rei da Amazônia é o mais disputado do Brasil, ainda que não tenha essa mesma expressividade em termos de cobertura midiática, sobretudo considerando-se a imprensa esportiva do eixo Rio de Janeiro-São Paulo.

Aqui vale um adendo para salientar que o fato de ser o clássico mais disputado do país (maior número de jogos realizados), não significa dizer que Remo e Paysandu representam a maior rivalidade clubística brasileira, visto que essa afirmação pode variar conforme os critérios de análise em questão e demandaria outras pesquisas para ser validada academicamente. Ainda assim, pode-se dizer que o equilíbrio entre os dois clubes, que é outra marca expressiva do duelo RePa, também contribui para reforçar o teor dessa rivalidade: das 110 edições do Campeonato Paraense disputadas de 1908 até 2022, são 49 taças do Paysandu e 47 do Remo.<sup>60</sup>

Interessante ressaltar que, entre os campeões estaduais brasileiros, somente as equipes Avaí e Figueirense têm um duelo mais equilibrado do que o RePa no quesito número de troféus: são 18 taças para cada um deles, nas 97 edições do Campeonato Catarinense disputadas entre 1924 e 2022. Nem mesmo os maiores vencedores dos campeonatos Carioca e Paulista contam com disputas tão acirradas, sendo 37 taças do Flamengo contra 32 do Fluminense e 30 taças do Corinthians contra 24 do Palmeiras – embora não se possa desconsiderar que nesses estados

---

<sup>60</sup> Dados retirados da seguinte matéria do *globoesporte.com*: *Remo é campeão paraense pela 47ª vez; veja a lista com os maiores vencedores*. Disponível em: <https://ge.globo.com/pa/futebol/campeonato-paraense/noticia/2022/04/06/remo-e-campeao-paraense-pela-47a-vez-veja-a-lista-com-os-maiores-vencedores.ghtml>. Acesso em: 15 abr. 2023.

existem outros clubes de ponta no torneio. Porém, até na comparação com outros estados onde a disputa é mais polarizada, como Minas Gerais (47 títulos do Atlético e 38 do Cruzeiro) e Rio Grande do Sul (45 títulos do Internacional e 41 do Grêmio), o clássico RePa se mantém como um dos confrontos mais equilibrados do Brasil.<sup>61</sup>

Fazer essa contextualização é importante para que se possa compreender o peso da rivalidade clubística na cobertura dos clássicos estaduais de norte a sul do país, independentemente da posição que cada unidade federativa ocupa no ranking socioeconômico brasileiro. No Pará, assim como na maioria dos demais estados, o futebol começou a ser difundido ainda na primeira década do século XX. Segundo o pesquisador Sinei Monteiro (2009, p. 53), essa difusão se deu a partir de “clubes dirigidos pela ‘fina flor’ da elite paraense e pelos festivais esportivos promovidos nos bairros de Belém, e pela construção em torno da rivalidade entre dois clubes da terra”. O historiador Itamar Gaudêncio (2003) aponta também para o surgimento daquela que hoje é a terceira força do futebol paraense, a Tuna Luso Brasileira, fundada em 1903 – portanto antes de Remo (1905) e Paysandu (1914) – e campeã estadual por dez vezes.

Em junho de 1914, poucos meses depois da fundação do Paysandu Sport Club, inaugurou-se o Estádio Leônidas Sodré de Castro, popularmente conhecido como Curuzu<sup>62</sup> e que viraria a casa do Papão, alcunha que faz referência à mascote da equipe, o folclórico bicho-papão. O Paysandu adquiriu o estádio em 1918, comprando-o da empresa Ferreira & Comandita, então detentora do terreno (COSTA, 2000). A Curuzu tem capacidade para cerca de 17 mil espectadores e é um dos estádios mais antigos do país, sendo por isso chamado também de Vovô da Cidade. Nele, o Paysandu comemorou duas de suas conquistas mais importantes: as edições 1991 e 2001 da Série B do Campeonato Brasileiro. Sempre que possível, a diretoria bicolor opta pelo mando de campo na Curuzu.

O clássico RePa, porém, costuma ser sediado no estádio Mangueirão, onde o clube adversário atualmente é mandante. Vale lembrar que a antiga casa do Remo, o Estádio Evandro Almeida – fundado ainda em 1917 e mais conhecido como Baenão devido à localização na Travessa Antônio Baena – foi interditado em 2014, devido a condições estruturais degradantes, e reaberto em 2019 após reforma. Sua capacidade atual é de cerca de 18 mil espectadores. Já o

---

<sup>61</sup> Esses números foram contabilizados até as edições de 2022 dos respectivos campeonatos estaduais.

<sup>62</sup> O apelido do Estádio da Curuzu faz alusão à Batalha de Curuzu, no contexto da Guerra do Paraguai. O nome da equipe também alude ao confronto. A fundação do clube coincidiu com a vitória da marinha brasileira na batalha de Paysandu, no Uruguai. Então, para homenageá-la, a instituição tomou de empréstimo o nome da cidade Paysandu e as cores da bandeira uruguaia.



Mangueirão – Estádio Estadual Jornalista Edgar Proença ou, ainda, Estádio Olímpico do Pará – é de domínio público e foi inaugurado em 1978, chegando a abrigar mais de 60 mil torcedores em partidas decisivas. De 2000 a 2002 foi reformado para a conclusão de suas arquibancadas. Um ano depois, recebeu seu maior público pós-reforma, no famoso duelo entre Paysandu x Boca Juniors pela Copa Libertadores da América. Na ocasião, 57 mil torcedores assistiram à eliminação do Paysandu para o Boca por um placar de 4 x 2, na única vez em que um clube do Norte do país participou da competição sulamericana. Mas é importante salientar a façanha do Papão que, no jogo de ida em Buenos Aires, venceu o favorito Boca por 1 x 0 em plena Bombonera.

Atualmente, o estádio Mangueirão tem capacidade para cerca de 50 mil pessoas e, por isso, é visto como o local mais adequado para sediar o clássico de maior torcida da região. O local também foi palco de jogos da Seleção Brasileira em quatro ocasiões, sendo a principal delas em 2011, na decisão do Superclássico das Américas<sup>63</sup>, quando o Brasil foi campeão sobre a Argentina por 2 x 0, com gols de Lucas e Neymar, diante de 43 mil espectadores. Em 2021, o Estádio foi fechado para uma nova reforma, visando atender aos padrões exigidos pela Conmebol e pela FIFA no que diz respeito a sediar partidas de nível internacional. A reabertura, com quase 100% das obras concluídas, se deu em março de 2023.

A construção do Mangueirão no final da década de 1970 se insere em um contexto histórico de expansão do futebol paraense como umas das formas de representar o progresso socioeconômico da região. A relação entre história e futebol no Brasil, contudo, já vinha sendo articulada desde 1930, quando Getúlio Vargas fomentou a prática desportiva como grande aliada de seu projeto político nacionalista. Monteiro (2009) explica que, no contexto do militarismo em que o Mangueirão foi erguido, o futebol na capital paraense já se constituía enquanto fenômeno social de amplo alcance, assim como na maioria das capitais brasileiras. A construção do estádio era vista pelos governantes locais como “uma façanha que traria benefícios ao estado, pois representaria ‘o crescimento, a pujança’, do esporte no Pará” (MONTEIRO, 2009, p. 66). Além disso, o Mangueirão funcionaria como uma bandeira em defesa do crescimento e da visibilidade do futebol local.

A necessidade de construção do estádio estadual na capital paraense continuava sendo uma bandeira de luta dos desportistas, políticos e cronistas em defesa do futebol paraense, resultando ainda na emergência de discursos em torno do progresso local. Porém a maior justificativa dos sujeitos envolvidos com a construção do estádio

---

<sup>63</sup> O Superclássico das Américas foi um torneio de futebol amistoso disputado entre Brasil e Argentina no período de 14 e 28 de setembro de 2011. No jogo de ida, realizado em Córdoba, houve empate sem gols. No jogo de volta, a Seleção Brasileira foi campeã em Belém por 2 x 0.

estadual nesse contexto não era o beneficiamento econômico que a obra traria ao estado, a exemplo do que fariam a imprensa e o governador Almir Gabriel em 2001, mas, principalmente, o crescimento do futebol paraense à medida em que seus clubes conseguissem um espaço maior nas competições nacionais. (MONTEIRO, 2009, p. 83).

Diante desse contexto, chama atenção o potencial dos estádios enquanto lugares que ultrapassam a função de espaços físicos construídos para fins meramente desportivos, tornando-se também lugares simbólicos habitados pela experiência humana. Nesse lugar-simbólico, aspectos subjetivos como rivalidade, pertencimento, emoção e consumo se relacionam e se dimensionam conforme o espaço é habitado, vivido e experienciado pelo público. No decorrer deste tópico, essa perspectiva do estádio enquanto lugar afetivo será discutida a partir de dois materiais que abrangem aspectos subjetivos da trajetória das principais agremiações nortistas. São eles o documentário *Paysandu: 100 Anos de Payxão*<sup>64</sup>, dirigido por Gustavo Godinho e Marco André (2015), e a dissertação “Não É Só Futebol” (2017), na qual a jornalista e pesquisadora Aline Freitas analisa os laços afetivos que envolvem os torcedores do Remo na intenção de compreender os processos de sociabilidade que os configuram.

O documentário *Paysandu: 100 Anos de Payxão*, lançado em 2015 em homenagem ao centenário do Paysandu, foi produzido a partir de imagens de arquivo e entrevistas com personalidades que fizeram parte da trajetória da agremiação, como jogadores e dirigentes, reunindo também depoimentos de jornalistas esportivos e de torcedores do clube, com o objetivo de reforçar a identidade paraense que nem sempre é conhecida do grande público ou trabalhada pela grande mídia. Já na dissertação *Não É Só Futebol: uma análise dos laços de afetos que envolvem os torcedores do Clube do Remo, a partir de processos socioculturais comunicativos*, Freitas (2017) faz um estudo etnográfico para compreender como se dá a produção de sentido dos torcedores azulinos perante o Remo em uma dimensão afetiva e coletiva.

Contudo, antes de debater aspectos discursivos desses dois materiais em si, cabe trazer ao debate a perspectiva do sociólogo e historiador norte-americano Richard Sennett (2018) descrita na obra *Construir e Habitar: ética para uma cidade aberta* na intenção de conceituar o que se entende por lugar-simbólico. Sennett problematiza as relações entre “ville” e “cité” no espaço urbano, tomando a *ville* como espaço físico construído para fins específicos e a *cité*

---

<sup>64</sup> O documentário *Paysandu: 100 Anos de Payxão* é um longa-metragem lançado em 2015 e dirigido por Gustavo Godinho e Marco André. Conforme consta em sinopse: “Há 100 anos, surgiu o Paysandu Sport Club, equipe de futebol de Belém do Pará. Este documentário reúne depoimentos de seus antigos jogadores e dirigentes, personalidades do futebol, além de jornalistas, fãs e repórteres que ajudam a relembrar toda a história da equipe.” (ANDRÉ; GODINHO, 2015). Disponível em: <https://youtu.be/3YNVuEwxBAk>. Acesso em: 1 jul. 2019.

como lugar habitado pela experiência humana. Fazendo uma analogia com os estádios de futebol, pode-se dizer que a *ville* (construir) corresponde à arquitetura do espaço, enquanto a *cit * (habitar) se relaciona ao uso que o público faz desse lugar. A cidade aberta proposta por Sennett  , ao contrário de uma cidade fechada, aquela que estabelece uma rela o rica de significados entre o vivido e o construído, livre das amarras do preconceito e da desigualdade social e a favor da diversidade e da pluralidade de formas de se habitar um mesmo espaço.

Assim como um estádio de futebol, a cidade em Sennett “  um lugar complexo, o que significa que é cheio de contradi es e ambiguidades. A complexidade enriquece a experiência; a clareza a empobrece.” (2018, p. 17). Por isso, os estádios também devem ser propostos como espaços abertos, sobretudo considerando-se o futebol como fenômeno social que possibilita quebrar hierarquias pré-estabelecidas e colocar indivíduos de diferentes classes, credos e ideologias em patamar de igualdade enquanto dividem a mesma arquibancada. Esse viés sociológico do futebol, defendido por pesquisadores como Helal (1997) e DaMatta (1982)   o que permite pensar o estádio para muito além de seus limites arquitetônicos, abrangendo aspectos da subjetividade humana relacionados às experiências vividas no local.

Alguns desses aspectos foram considerados na elabora o deste t pico, como a rivalidade entre clubes e torcedores; a emo o e o pertencimento relativos ao universo futebolístico; e o consumo atrelado ao ato de torcer por um time de futebol. Para debatê-los, convém fazer uma breve distin o entre “lugar” e “espaço” – também com base em Sennett (2018) – para que a categoriza o dos estádios de futebol enquanto lugares-simbólicos faça sentido. Conforme Sennett, o “espaço” corresponde ao que   construído, e o “lugar” corresponde ao que é vivenciado. Desse modo, “os seres humanos se movimentam num espaço e habitam num lugar” (2018, p. 48). O geógrafo humanista Yi-Fu Tuan (1983, p. 7) já havia proposto essa diferencia o em “Espaço e Lugar: A Perspectiva da Experiência”. Para o autor, “o que começa como espaço indiferenciado transforma-se em lugar   medida que o conhecemos melhor e o dotamos de valor”, ou seja, espaços convertem-se em lugares conforme vão sendo experienciados. Mantendo a analogia com o futebol, o que as pessoas experienciam no estádio é, portanto, o que dota o lugar de significado, e não o fato de ser um espaço construído para fins desportivos.

A experiência implica a capacidade de aprender a partir da própria vivência. Experienciar é aprender; significa atuar sobre o dado e criar a partir dele. [...] Experienciar   vencer os perigos. A palavra “experiência” prov m da mesma raiz latina (*per*) de “experimento”, “experto” e “perigoso”. Para experienciar no sentido ativo,   necessário aventurar-se no desconhecido e experimentar o ilusório e o incerto.

Para se tornar um experto, cumpre arriscar-se a enfrentar os perigos do novo. (TUAN, 1983, p. 10).

A arquibancada seria, assim, um dos lugares que permitem essa extrapolação, potencializada pela vibração coletiva da torcida. Inclusive, na ótica do sociólogo francês Michel Maffesoli (2007), o coletivo é o catalisador das emoções humanas. O autor parte justamente do futebol para exemplificar tal relação ao dizer que “as histerias futebolísticas nos remetem ao ventre coletivo, estão impregnadas desses pressupostos emocionais, neles fundando uma sociedade carnal e tão viva” (p. 146). O estudo etnográfico de Freitas (2017) ilustra essa perspectiva quando, por exemplo, a pesquisadora pergunta a torcedores remistas o que é o amor pelo time do Remo. Segundo a autora, em muitas respostas eles “fizeram questão de lembrar que o sentimento dos torcedores rivais é payxão e isso é passageiro” (2017, p. 78), remetendo ao slogan utilizado pelo Paysandu para explicarem que, ao contrário do rival, eles sim lotam o estádio porque têm amor ao clube, e não somente paixão. Em perspectiva oposta, uma matéria no site oficial do Paysandu, assinada por Ronaldo Santos (2014), traz informações interessantes ao objeto de estudo desta tese. Ao fazer um perfil de Seu Raimundo, “o torcedor mais antigo do Paysandu”, Santos destaca a fala final do entrevistado, suscitando o estereótipo de que este seria o verdadeiro clube do povo e que, para torcer pelo Paysandu, só precisava de amor pelo clube, diferentemente do rival Remo.

Seu Raimundo disse que o Paysandu é verdadeiramente o time do povo, e que por isso, tem a maior torcida do Estado e da Região Norte do País. “Para torcer pro Paysandu não precisava de nada, somente do amor pelo clube. No Remo era diferente, só entrava quem estivesse devidamente trajado com terno e gravata, enquanto no Paysandu não existia estes requisitos. O Paysandu é verdadeiramente o time do povo, e o time que deu as maiores glórias para o futebol paraense.” (SANTOS, 2014, s/p).

Uma perspectiva semelhante, atribuindo o estereótipo de time do povo ao Paysandu e de time da elite ao Remo, foi debatida em 2020 no quadro *Ludopédio em Casa*<sup>65</sup>, do *Portal Ludopédio*, por Midi Flores – ativista e integrante do movimento Paysandu Antifascista – e Aline Freitas, a jornalista e pesquisadora aqui citada. Na ótica de Flores (2020), essa disputa de narrativas de povo e elite sempre esteve presente no imaginário dos torcedores paraenses. A ativista chega a citar a então recém-lançada camisa do Remo que homenageia à Cabanagem – revolta popular e social ocorrida na região durante o Brasil Império – para exemplificar o modo como o discurso da luta de classes é incorporado pelas torcidas: nessa lógica, o Remo seria o “clube cabano”, o “clube dos ribeirinhos”. Por outro lado, Flores pondera que, historicamente,

---

<sup>65</sup> Disponível em: <https://youtu.be/uJsM610fgfw>. Acesso em: 28 mar. 2023.

a narrativa remista era outra, associada a um discurso de nobreza, que tinha o leão e a coroa como símbolos identitários. Embora o Paysandu também tenha entrado nessa “disputa de coroas” – tomando o lobo como “Rei da Amazônia” – Midi considera que a memória histórica do clube bicolor remeteria sim a um imaginário mais popular do que o imaginário do Clube do Remo, mas ressalta que essa construção de narrativas acaba reduzida a uma disputa por alteridade.

O Paysandu, pela sua própria história – o próprio nome, a vitória histórica contra o Peñarol, o fato de ter disputado a Libertadores... eu acho que a própria trajetória do Paysandu remete a um certo internacionalismo, a uma ligação maior com algo que seja externo à Amazônia. Eu acho que o Paysandu representa muito esse elo de ligação da Amazônia com o mundo, digamos assim. [...] Mas os dois clubes têm representantes de todas as classes. Porque, se tem uma coisa que é muito latente, é essa disputa. Então em todos os espaços que tu estejas vai ter essa disputa do RePa. Todo mundo acha que seu adversário é um clube burguês, né? “E nós, não! Nós somos os proletários!” Enfim... Eu acho que falta muita informação também nesse sentido. Por exemplo, a gente tem uma pesquisa sobre a questão numérica da torcida, mas a gente não tem uma informação de classe. Isso é algo que falta pra saber de fato. (FLORES, 2020, s/p.).

Freitas (2020) concorda com a colega de debate, reforçando que, por uma questão clubística, os torcedores compram o discurso do Remo enquanto time do povo porque essa é a narrativa que os dirigentes atualmente estão entregando. Mas que, em relação à memória histórica, o Clube do Remo estaria de fato associado às elites, “talvez pelo discurso que foi historicamente debatido: o sangue azul, o leão, a nobreza...” (FREITAS, 2020, s/p.). No entanto, ainda segundo a pesquisadora, isso não quer dizer que não haja uma apropriação da memória do clube pelas classes mais populares, “pelas classes C e D”, o que, conforme Freitas, configura – ao menos dentro do estádio – uma percepção de que o RePa como um todo é realmente “mega popular”, apesar de os dois clubes terem partido de uma fundação elitista, assim como a grande maioria das agremiações brasileiras.

O Remo, assim como o Paysandu, vem das elites, né? O ano de fundação do Clube do Remo, 1905, assim como do Paysandu, 1914, vem do auge do Ciclo da Borracha, da volta dos filhos das famílias mais abastadas... Então é um futebol que surge em um meio altamente elitista. A gente tá falando de uma história da elite amazônica, da elite paraense que configura o futebol no Pará, assim como a história do futebol no Brasil. Ao longo desses anos a gente foi vendo as camadas populares ressignificarem e chamarem o seu time de time do povo. Entendo que, sim, tem várias classes sociais. Isso tá bem misturado. Entendo também que dentro do Clube do Remo há sim classe média alta e outras classes sociais altas. Mas, dentro do meu universo [...], eu vejo sim que a elite paraense – que eu conheço, que eu tenho contato – tende a torcer historicamente pro Clube do Remo. [...] Então eu sinto essa pequena nuance pro Clube do Remo, sendo bem honesta: percebo, é real. (FREITAS, 2020, s/p.).

Flores (2020) chama atenção também para o fato de que o critério geográfico –bairro nobre x bairro popular –, ao contrário do que acontece em outros clássicos pelo Brasil, não é determinante para a construção dos estereótipos de time do povo e time da elite que recaem respectivamente sobre Paysandu e Remo. Afinal, as sedes das agremiações são vizinhas, situadas no bairro Nazaré, cuja localização inclusive é bastante próxima aos estádios dos clubes: Curuzu e Baenão. Os clássicos, entretanto, são disputados preferencialmente no Mangueirão, distante cerca de 13 km das sedes bicolor e azulina. Nesse âmbito, Flores traz ao debate os ambulantes que trabalham no entorno do estádio nos dias de jogo: “Eu acho que ninguém tem mais autoridade pra falar da diferença do RePa do que os ambulantes no Mangueirão, porque eles trabalham lá e vendem pros dois públicos.” (FLORES, 2020, s/p.). Na visão da ativista, a percepção dos ambulantes ajudaria a compreender como se configura esse embate de classes, ainda que, Remo e Paysandu – sobretudo quando inseridos no contexto do lugar-estádio – pareçam ignorar essa dualidade classista em prol de algo mais relevante, que seria a concepção do RePa enquanto um símbolo de representatividade do estado do Pará no Brasil.

Eu gosto muito de perguntar as diferenças [de classe] pros ambulantes. [...] Eles reconhecem essas diferenças. Eles sabem qual é a torcida que chega primeiro, qual é a torcida que bebe mais... eles sabem qual é a torcida que demora mais pra ir embora... Eu acho que é um material riquíssimo: uma conversa com os vendedores e vendedoras ambulantes, que convivem com a torcida, que sentem a torcida. Mas eu acho também que no RePa existe todo um movimento que é contraditório à lógica do futebol moderno – porque de fato o ingresso é caro, as camisas dos clubes são muito caras... – mas no RePa existe um apelo à questão do povo. No RePa, quanto mais povo, melhor. Então, assim, tu tens que comer o churrasquinho de gato, tu tens que tomar a cerveja mais escrota, tu tens que viver aquela história... então tem todo esse clima. Tu passas a semana toda tomando a melhor cerveja, mas no dia do RePa cê quer tomar a mais desgraçada possível pra dizer que tu é realmente raiz. Então tem o sentimento de viver esse ambiente. (FLORES, 2020, s/p.).

Saindo do embate classista e retomando o embate futebolístico, um dos componentes que nesse sentido incitam a rivalidade RePa é, conforme apontado no início deste tópico, o equilíbrio de taças entre as duas equipes em âmbito estadual. Apenas dois troféus do Campeonato Paraense separam os dois rivais. Vale lembrar ainda que o Paysandu é o terceiro clube brasileiro com mais taças estaduais: 49 contra 57 do ABC Futebol Clube, de Natal, o líder do ranking levantado pelo *globoesporte.com*, vice liderado pelo Bahia. O Remo aparece logo em quarto lugar, com 47 títulos de campeão do Pará.<sup>66</sup> As conquistas estaduais são, inclusive,

<sup>66</sup> Esses números foram contabilizados até as edições de 2022 dos respectivos campeonatos estaduais e estão descritos em um ranking do *globoesporte.com*. (GLOBOESPORTE.COM, 2023). Disponível em: <https://ge.globo.com/pa/futebol/noticia/2023/01/25/abc-lider-com-folga-papao-e-bahia-na-disputa-pelo-50o-titulo-e-briga-acirrada-no-classico-rei-veja-os-maiores-campeoes-estaduais.ghtml>. Acesso em: 15 abr. 2023.

o grande trunfo dos remistas na comparação com o rival. Embora tenha duas taças a menos, o Leão ostenta o heptacampeonato estadual na temporada 1913-1919, além da histórica hegemonia na década de 1990, onde conquistou oito títulos estaduais em um período de dez anos. Além disso, em 2005 o Remo chegou a ser Campeão Brasileiro da Série C, batendo recordes de público. O Paysandu, por sua vez, soma conquistas nacionais mais expressivas, como os Brasileiros de 1991 e 2001 pela série B e a extinta Copa dos Campeões, que lhe rendeu a vaga inédita para disputar a Libertadores da América em 2003.

O documentário *100 Anos de Payxão* abre justamente com a narração argentina do gol bicolor, marcado pelo meia Iarley em plena Bombonera, quando o Paysandu conseguiu a façanha de vencer o Boca Juniors pelo jogo de ida das oitavas de final da Libertadores, feito este que até então apenas o Santos de Pelé (1962) e o Cruzeiro de Ronaldo (1994) haviam conseguido. Aquela façanha representou muito para o Norte do país, pois, nas palavras do cronista Xico Sá em depoimento no referido documentário, “aquilo não era só o Paysandu. Aquilo era o Brasil, era a Amazônia. Aquilo era a coragem do caboclo enfrentando o argentino metido a europeu.” (2015, s/p.). O depoimento de Glauco Lima, publicitário e ex-diretor de Marketing do Paysandu traz uma narrativa semelhante:

Aconteceu o impossível. Foi realmente um negócio em que tudo deu certo. Fez o Paysandu ser respeitado, invejado. Melhorou a autoestima do Pará como um todo. Acho que até os remistas são felizes com isso. Nunca se falou tanto do Pará. E se falou bem do Pará. O Pará que é sempre ligado ao desmatamento, a crimes por terra, à poluição... o noticiário nacional é quase só isso sobre o Pará. Mas aonde você chega, no Rio, São Paulo, Porto Alegre, Belo Horizonte falando do Paysandu, o assunto já fica alegre. As pessoas já querem conhecer, já procuram saber do tucupi, do Círio de Nazaré... o Paysandu é o grande embaixador do Pará. (LIMA, 2015, s/p).

Embora o documentário mantenha o foco nas conquistas bicolores, alguns entrevistados destacam a hegemonia remista que fomentou a rivalidade RePa nos primórdios da história dos clubes. O jornalista esportivo Paulo Vinícius Coelho (2015), por exemplo, ressalta em seu depoimento que o Paysandu nasceu “para ser o rival do Remo”, pois, à época, havia certo ressentimento por parte de clubes paraenses inferiores que acreditavam que a federação privilegiava o Leão e, portanto, decidiram unir forças para fundar um novo clube que pudesse fazer páreo ao adversário.

Em 1945, e já com as duas equipes consolidadas, o Paysandu goleia o Remo por 7 x 0 em uma partida histórica que também é enfatizada em *100 Anos de Payxão*. O publicitário Glauco Lima ressalta que o 7 x 0 foi uma proeza que talvez jamais se repita: “É um patrimônio imaterial do torcedor do Paysandu [...] porque dificilmente eles vão poder devolver isso.”

(LIMA, 2015, s/p.). Antônio Couceiro, ex-presidente do clube, também destaca o episódio do 7 x 0 em seu depoimento, alimentando a rivalidade RePa em tom irônico: “Eu tenho um livro da história do nosso adversário em que não existe essa página.” (COUCEIRO, 2015, s/p). Porém, embora seja um dado extra-oficial, os remistas afirmam ter vencido o rival pelo mesmo placar ainda em 1927, em uma espécie de segunda divisão do Campeonato Paraense.

Mesmo que os torcedores do Paysandu não reconheçam a goleada sofrida na década de 1920, esse feito consta no site oficial do Remo e na dissertação de Freitas (2017). Já o 7 x 0 a favor do Papão, além de constar no site oficial da agremiação, é lembrado diversas vezes também no documentário em análise, como nos detalhes descritos por Rui Salles, ex-presidente do clube. Salles afirma que houve uma confusão entre os jogadores Vicente, do Remo, e Arleto Guedes, do Paysandu, pois o técnico havia pedido a Arleto para provocar o jogador remista até tirá-lo do jogo, considerando-se que a vantagem tática se daria daquele lado do campo. “E assim foi feito. Ele passou a mão no ânus do Vicente, o Vicente foi expulso e o Paysandu fez um, dois, três, quatro, cinco, seis, sete a zero. Que beleza!” (SALLES, 2015, s/p.).

O longa “100 Anos de Payxão” traz ainda outro episódio marcante da rivalidade RePa, ocorrido na campanha do Paysandu rumo ao título do Campeonato Brasileiro de 2001. O jogo, contudo, sequer era contra o Remo, mas sim contra o outro rival do estado, a Tuna, que foi mera coadjuvante nessa ocasião. Alberto Magalhães, ex-atacante bicolor conhecido como Albertinho, explica que recebeu a seguinte proposta de um repórter que fazia a cobertura do Papão: “Fulano falou que se tu entrar aí, fizer um gol, tirar a camisa e botar naquele leão lá, ele te dá tanto em dinheiro. Primeira bola que eu toco: no gol.” (MAGALHÃES, 2015, s/p.).

O Leão, no caso, era a estátua da mascote do Remo situada nos arredores do gramado do Baenão, onde a partida foi disputada. Albertinho aceitou a proposta e, além de ganhar o jogo na casa do rival, tirou a camisa na comemoração do gol e vestiu a mascote adversária com as cores do Paysandu. No documentário, o trecho de uma reportagem da afiliada local da *Globo* narra que, depois do ocorrido, Albertinho foi ameaçado e precisou deixar a cidade com proteção policial. Embora não tenha havido registros de violência contra o jogador, os torcedores do Remo não se intimidaram. Conforme afirmou o jornalista Pedro Bragança: “No dia seguinte, havia um jogo do Remo no Baenão e a torcida fez toda uma papagaiada, lavaram o leão com sabonete e tudo.” (2015, s/p).

Essas sociabilidades entre as torcidas do Leão e do Papão permeiam todo o conteúdo do documentário, na tentativa de evidenciar os componentes sadios da rivalidade clubística, conforme apontado no depoimento de Vincenzo Procópio, estudioso da história do Paysandu e ex-diretor Diretor de Cultura e Memória do clube. Segundo Procópio, “o sarro bem tirado é a



coisa mais sadia que tem no futebol” (2015, s/p.). O publicitário Glauco Lima concorda com a perspectiva do colega e enfatiza que o clássico RePa cultiva uma “rivalidade com ingrediente próprio, da Amazônia mesmo: do calor, da umidade, do açaí, do jeito de ser do paraense” (2015, s/p.).

Outros depoimentos, como o dos ex-jogadores Vanderson Silva e Vandik Oliveira, sugerem que Paysandu e Remo são equipes complementares, que se retroalimentam pela rivalidade, de modo que um não existiria sem o outro. Nas palavras de Silva: “O RePa é um campeonato à parte. O pessoal costuma dizer aqui que a crise atravessa avenida: ou tá do lado de lá, ou tá do lado de cá, depende do resultado do RePa.” (SILVA, 2015, s/p.). O ex-jogador ainda complementa: “Pra ser muito sincero, eu prefiro ganhar do Remo do que ganhar do Boca.” (SILVA, 2015, s/p.). Vandik, por sua vez, apesar de reconhecer a dimensão da rivalidade RePa, reflete sobre a incompatibilidade da cobertura midiática nesse sentido:

Eu já joguei o BaVi, morei no Rio Grande do Sul, vi o GreNal que é uma força também muito grande... a rivalidade lá é muito grande! Existe Cruzeiro e Atlético, mas nada, nada se compara a um RePa. Sai a tabela do campeonato e o torcedor já quer saber quando vai ser o RePa. Eu posso dizer que é o clássico mais importante do futebol brasileiro. Não tem a divulgação que deveria ter. Nós estamos aqui muito longe da mídia nacional, mas vai chegar o tempo em que toda a mídia nacional vai dar o devido valor que o RePa merece. (OLIVEIRA, 2015, s/p).

Freitas (2017), na dissertação *Não É Só Futebol*, também explora a rivalidade clubística como um dos aspectos que melhor definem o clássico RePa. Em seu trabalho de campo, que discute os laços afetivos envolvendo os torcedores do Remo, a pesquisadora sugere a relação entre rivalidade e consumo que permeia o clássico dentro e fora do estádio. É possível perceber essa abordagem quando Freitas analisa a tentativa de padronização da torcida por parte de integrantes das organizadas do Remo e, também, quando discute sobre os rótulos das marcas das cervejas que são comercializadas no entorno do Mangueirão em dia de jogo. No primeiro caso, trata-se de uma campanha da torcida Camisa 33 para que todos os torcedores do Remo que estiverem nas arquibancadas vistam a camisa principal da equipe, de cor azul-marinho. O objetivo é combater a utilização de camisas de outros times em jogos do Leão, reforçando a representatividade das cores do time em oposição aos torcedores mistos, que são assim denominados por torcerem para outros clubes além do Remo, como Flamengo, Corinthians e outros com grande alcance nacional.

Durante a pesquisa percebi que é costume da C33, nos intervalos das partidas, puxar o grito: “jogo do leão, camisa do leão”, objetivando fazer com que qualquer torcedor que esteja com a camisa de outro clube retire-a ou troque de lugar. A postura da

Camisa 33 divide opiniões. Se para alguns é preciso combater os mistos, outros consideram que atitudes como essas afastam o torcedor comum do estádio. (FREITAS, 2017, pp. 89-89).

A pesquisadora pondera que esse assunto é polêmico, pois, ao mesmo tempo em que a ação das organizadas favorece a representatividade do Remo e do futebol do Pará, pode excluir dos estádios os torcedores de menor poder aquisitivo, haja vista o preço elevado dos produtos oficiais do clube. “As camisas oficiais da temporada, por exemplo, custam acima de R\$ 160 reais, bonés R\$ 65 reais e chaveiros R\$ 20 reais.” (FREITAS, 2017, p. 93). A autora afirma ainda que, durante sua pesquisa de campo, não viu em momento algum qualquer torcedor das organizadas utilizando produtos piratas que remetessem ao Remo. “Há um combate à pirataria e incentivo à aquisição de produtos licenciados, por parte dos torcedores, visto que para uma empresa ter direito ao uso da marca Remo é preciso pagar royalties e isso aumentaria a receita do clube.” (p. 93). Inclusive, além do combate às camisas de outras cores e aos produtos piratas, a torcida organizada Camisa 33 é uma das principais incentivadoras do programa de sócio torcedor da equipe, até porque, ao contrário de muitas organizadas no Brasil, a Camisa 33 não recebe uma cota de ingressos gratuitos para frequentar os jogos e apoiar o time.

Quanto às marcas das cervejas comercializadas no entorno do estádio, Freitas (2017) sugere que até mesmo os rótulos servem de combustível para a rivalidade RePa, sobretudo em dia de clássico. Até 2011, os rótulos especiais nas cervejas Cerpa Gold demarcavam o patrocínio da Cerpa aos dois principais clubes do futebol paraense. Porém, a Cerpa retirou o patrocínio e, então, as cervejas Draft e Tijuca passaram a ser comercializadas do lado de fora do estádio. Essas duas marcas surgiram em 2012 e 2013, respectivamente, e, embora não haja registros de que as embalagens tenham sido criadas com intuito de atender as duas torcidas, Remo e Paysandu se apropriam dos produtos como se representassem os times, devido à semelhança dos rótulos com as cores oficiais dos clubes.

O azul celeste e o branco da Tijuca remeteriam ao Paysandu, enquanto o azul-marinho da Draft faria alusão ao Remo. Segundo Freitas (2017), os azulinos preferem tomar a Draft, mesmo ela sendo considerada uma cerveja de qualidade inferior pelo senso comum. A Tijuca, por sua vez, é uma cerveja *premium*, comercializada por R\$ 3 reais a lata de 269 ml, enquanto a Draft de 350 ml costuma ser vendida na promoção de três unidades por R\$ 5 reais. (FREITAS, 2017). “Para alguns, o quesito preço é o que mais importa, porém para boa parte dos torcedores é a cor da embalagem o fator determinante para escolha.” (p. 94).

Os depoimentos [dos torcedores] me possibilitaram associar a aversão às duas cervejas à resignificação das marcas que ocorre, anualmente, durante o Festival

Folclórico de Parintins. As empresas mudam a identidade visual das marcas apenas na época em que a cidade se divide nas cores vermelho e azul em alusão aos bois “bumbás” Garantido e Caprichoso. Essa, que é a segunda maior manifestação cultural depois do Carnaval, no Brasil, é caracterizada pela aversão à cor do boi adversário. Quem usa azul e é Caprichoso não consome produtos na cor vermelha que representa o boi Garantido. E isso afeta as marcas que atuam na região. Ao notar que os torcedores de Remo e Paysandu evitavam consumir determinada cerveja devido à cor da embalagem, me fez recordar que em 2009 a Cervejaria Cerpa S.A., que na época era patrocinadora dos dois clubes, lançou uma linha de cervejas Gold com rótulos personalizados para atender os dois públicos, como ocorre com as marcas que se (re)adéquam em Parintins. Este fenômeno contemporâneo é perceptível em várias manifestações da cultura popular. (FREITAS, 2017, p. 96).

É interessante ponderar também que o comércio de cervejas no entorno do estádio foi potencializado com a proibição da venda de bebidas alcoólicas nas arquibancadas. Contudo, e ainda de acordo com Freitas, “basta ficar 10 minutos na arquibancada e você verá os ambulantes comercializando Drafts em meio às águas e refrigerantes” (2017, p. 121). No entanto, como se trata de uma prática ilegal, a cerveja dentro do estádio é vendida muito acima do valor de mercado, o que estimula os torcedores a beberem no entorno, antes de passarem as catracas. Inclusive, Freitas relata que se surpreendeu com o número de torcedores que vão para o estádio mais pela confraternização do lado de fora do que pelo jogo em si.

Independentemente de qual seja a intenção principal do torcedor – torcer ou confraternizar – Remo e Paysandu estão entre os times brasileiros com melhor média de público nos campeonatos. Um levantamento do *globoesporte.com*<sup>67</sup> mostra que o Remo é o único clube da Série C presente no ranking das 20 maiores médias de público em 2022, assumindo a vigésima posição da lista e ficando à frente de cinco clubes da Série A e de grande parte dos clubes da Série B. O Paysandu, por sua vez, é destaque no ranking da Pluri Consultoria<sup>68</sup> – empresa do ramo de pesquisa em Esportes e Entretenimento – no quesito taxa de ocupação nas arquibancadas, assumindo a posição de número 25 na lista dos 200 clubes brasileiros com a maior taxa de ocupação, índice calculado a partir da média de público de cada time em relação à capacidade máxima de cada estádio.

Nesse ranking da Pluri, a posição do rival Remo é ainda mais surpreendente: o clube da Série C está em sexto lugar no quesito taxa de ocupação, ultrapassando cinco equipes da Série A (Palmeiras, Corinthians, Flamengo, Vasco e Santos). Vale lembrar ainda que, em 2005, quando o Remo ganhou o Campeonato Brasileiro da Série C, a equipe foi recordista de público

<sup>67</sup> Disponível em: <https://ge.globo.com/pa/futebol/times/remo/noticia/2022/07/15/remo-e-o-unico-clube-da-serie-c-entre-as-20-maiores-medias-de-publico-em-2022.ghtml>. Acesso em: 28 mar. 2023.

<sup>68</sup> Disponível em: <https://radioclube.dol.com.br/torcida-do-clube-do-remo-e-a-6a-em-ranking-com-200-clubes/>. Acesso em: 28 mar. 2023.

entre todas as séries da competição, com uma média de 34 mil torcedores por jogo.<sup>69</sup> Um dos cantos da torcida azulina ressalta essa fidelidade do torcedor perante o clube. Os versos, inspirados na música *Jesus Cristo*, de Roberto Carlos, entoam:

Veja o mar de gente que veio aqui para te apoiar  
Lutem até o fim com o sentimento de Periçá  
Por essa tua gente que sempre veste o azul-marinho  
É a tua torcida que a todo lado está contigo  
Vamos Remo, vamos Remo, vamos Remo, que eu estou aqui.  
(FREITAS, 2017, pp. 60-61).

A torcida do Paysandu também é destaque no estudo etnográfico de Freitas (2017). A pesquisadora, que é torcedora do Remo, frequentou a arquibancada adversária durante o percurso metodológico de seu trabalho e diz ter se surpreendido com o espetáculo da principal torcida organizada do Paysandu, a Banda Alma Celeste (BAC). A BAC segue o mesmo ritual em todos os jogos, subindo da rampa para as arquibancadas somente dez minutos antes do início da partida, quando o estádio já está lotado e parece não suportar mais ninguém. “É recebida, calorosamente, pelos torcedores que abrem caminho para a entrada da banda e o fazem alentando: Ih, você sorriu quando eu cá / E vai chorar quando eu voltar / O Paysandu tem muita história / E tem torcida pra apoiar.” (FREITAS, 2017, p. 75). O canto da BAC, por sua vez, ao mesmo tempo em que incentiva o Papão, não deixa de cutucar o rival.

Todos esses elementos de sociabilidade presentes nos materiais aqui debatidos – o documentário em comemoração aos 100 anos do Paysandu e a dissertação sobre os laços afetivos dos torcedores do Remo – contribuem para atestar a relevância da rivalidade RePa em suas dimensões de pertencimento, emoção e consumo, que foram os principais aspectos percorridos neste tópico. Esses aspectos coexistem no lugar-estádio justamente pelo caráter simbólico desse espaço que ultrapassa os limites físicos de sua arquitetura. Retomando a obra de Richard Sennett citada no início da discussão, pode-se dizer que os estádios enquanto “*cités*” – ou lugares habitados pela experiência humana – permitem a democratização do ato de torcer e potencializam vivências e afetos típicos das relações humanas em um contexto social muito característico: o jogo de futebol.

Assim sendo, as arquibancadas tornam-se “um reflexo do material único de que é feita a *cité*: suas multidões” (SENNETT, 2018, p. 66), dramatizando anseios sociais transparecidos pelas rivalidades clubísticas. Nesse sentido, embora Remo e Paysandu disputem posições no

---

<sup>69</sup> Disponível em: <https://ge.globo.com/pa/futebol/times/remo/noticia/2015/11/clube-do-remo-comemora-os-10-anos-do-titulo-da-serie-c-do-brasileiro.html>. Acesso em: 28 mar. 2023.

ranking da CBF, esses rivais se complementam quando a intenção é colocar o Pará no “radar” da mídia hegemônica brasileira e alcançar a visibilidade da qual as duas equipes periféricas ainda carecem. As palavras do jornalista Sérgio Noronha, que certa vez estamparam um painel sobre rivalidades no Museu do Futebol em São Paulo, ilustram perfeitamente essa perspectiva: “A trajetória serve para afirmar que um clube não sobrevive sem o outro. Pode um estar por cima e o outro por baixo, mas no dia em que um desaparecer, o outro, aos poucos, também sucumbirá, e será o fim do futebol paraense.” (NORONHA, 2018).

Ainda nesse âmbito, a rivalidade vista como forma de sociação permite também compreender porque o clássico RePa traz tamanha representatividade para a cultura do estado, inclusive driblando certos estigmas que rebaixam a região Norte do país em comparação com os grandes eixos socioeconômicos brasileiros. Essa dimensão ganha amplitude ao se considerar que Remo e Paysandu são clubes praticamente pioneiros, ambos seculares, que emergiram em uma Amazônia precária à mesma época em que surgiu a maioria dos clubes que hoje são considerados grandes no Brasil. É por isso que, quando os torcedores do Remo se ancoram ao neologismo “remismo” para expressarem seu pertencimento clubístico ou quando o Paysandu leva o Norte do país para a Libertadores, vêm à tona muitos outros aspectos que validam a tese de que “não é só futebol”.

### 3.8. O Derby do Cerrado

Fui pro Vila em 58, mas já em 58 foi a época que eu casei aqui na Vila. Eu jogava e trabalhava na construção. Eu sou mestre de obras. Naquela minha época tinha o time do Vila que era aqui na Vila Nova mesmo, mas nessa época eu jogava no Ciro. E tinha o Vila aqui, amador, disputava campeonato de amador. Daí eles foram construindo... o Onésio [dirigente] arrumou o Vila, foi contratando todo mundo, formou um time e eu fui vendido pro Vila na época. Aí, daí pra cá, eu trabalhava e jogava no Vila. Fui funcionário trinta anos lá. Trabalhei lá muitos anos, só não... eu brinco com todo mundo: aqui no Vila eu só não fui goleiro e presidente do Vila, o resto eu trabalhei em tudo. Porque goleiro é o seguinte: a bola pega na cara da gente, arrebenta... e presidente não tem dinheiro! A minha esposa aqui lavou roupa pro Vila três anos. Depois eu fiquei lá como administrador de tudo. Estragava uma coisa eu arrumava, mexia com campo, iluminação, tudo era eu. Então lavadeira... tudo eu que arrumei. Até a lavadeira que eu levei pro Vila tá lá até hoje. E eu sou Vila Nova, fiquei trabalhando, toda função que eles me davam eu ia fazer. Continuei no Vila trabalhando e sou vilanovense até hoje. Aqui em casa tudo é vilanovense, de neto até filho. (FERNANDES, citado por MATTOS, 2008, p. 139).

O relato de Seu Pedro Fernandes, ex-jogador do Vila Nova e torcedor do time goiano, demonstra o vínculo afetivo existente entre o morador do bairro homônimo e o clube que se constituiu em meio a esse território configurado por camadas populares. Esse relato, que em breve completará 20 anos, foi colhido pela historiadora e pesquisadora Sílvia Mattos em 2004,

no percurso metodológico de sua dissertação de mestrado intitulada *Memórias e cidade: lembranças do bairro da Vila Nova - 1930 ao presente* (2008). Em seu trabalho, Mattos reconstrói a memória dessa localidade por meio das lembranças afetivas de antigos moradores e suas relações com importantes elementos associados ao bairro, entre eles o Vila Nova Futebol Clube. Essa agremiação colorada, fundada em 1943 no bojo da construção de Goiânia, será tema de debate neste tópico a partir de correlações com a história daquele que hoje é seu principal rival e detentor da maior parcela de torcedores no estado: o Goiás Esporte Clube<sup>70</sup>.

Fundados no mesmo ano, Goiás e Vila surgiram em meio ao ápice da urbanização de Goiânia, uma cidade planejada no intuito de colocar a região Centro-Oeste no “mapa” da economia brasileira. Em artigo intitulado *O futebol na geografia: a difusão socioespacial do futebol em Goiânia* (2011), os pesquisadores João Marcos Gonçalves e Alexander Silva analisam o papel dos clubes profissionais da capital goiana na configuração geográfica da cidade. Aqui, cabe um pequeno adendo para salientar que a motivação de Gonçalves e Silva ao tentarem compreender como se deu a difusão socioespacial do futebol em Goiânia veio de uma pesquisa semelhante realizada pelo geógrafo e jornalista Fernando Campos (2006) em torno dos clubes curitibanos – que, devido às limitações metodológicas desta tese, não compõem o *corpus* empírico do trabalho. Trata-se da dissertação de mestrado intitulada *A construção do espaço de representação do futebol, em Curitiba-PR*, na qual o pesquisador analisa como os atores socioespaciais do futebol se apropriam de elementos simbólicos para construir territorialidades. Ainda que o debate envolvendo as narrativas de time do povo e time da elite não seja o foco da obra de Campos, vale dizer que o autor trouxe pistas importantes para a compreensão do rótulo de elitista que atualmente recai sobre as duas principais equipes do Paraná: Club Athletico Paranaense e Coritiba Foot Ball Club – embora à época de fundação das agremiações o primeiro estivesse associado a contornos populares. (CAMPOS, 2006).

De acordo com Campos (2006), os dois clubes possuem uma forte identidade com determinados setores da sociedade curitibana. O Coritiba, por exemplo, é conhecido pela alcunha de “coxa branca” por ter sido fundado por imigrantes alemães e descendentes. Inclusive, “a identificação com a comunidade alemã gerou diversas representações sociais de que o Coritiba não admitia negros entre seus atletas, que era um clube racista” (CAMPOS,

---

<sup>70</sup> Segundo dados da *Pluri Consultoria* publicados em 2022, o Goiás Esporte Clube é a agremiação com maior número de torcedores no estado: 800 mil. O Vila Nova aparece na segunda posição, com 500 mil torcedores. Em relação ao ranking nacional de torcidas, o Goiás ocupa a posição 21, enquanto o Vila está em 24º lugar. (DIÁRIO DA MANHÃ, 2022). Disponível em: <https://www.dm.com.br/esportes/2022/03/torcida-do-goias-e-a-maior-do-estado-diz-pesquisa>. Acesso em: 10 abr. 2023.

2006, p. 94). Já as representações sobre o Athletico derivam, segundo o pesquisador André Capraro (2004), do paradigma da modernidade, tendo em vista o pioneirismo do clube na construção e reforma de um estádio considerado a grande referência no Brasil e um “espaço social da fina-flor curitibana” (CAPRARO, 2004)<sup>71</sup> – também em perspectiva muito semelhante àquela que tirou do papel o estádio Serra Dourada em Goiânia.

Retomando então a pesquisa de Gonçalves e Silva (2011) em torno da configuração socioespacial da capital goiana, os autores avaliam que “a construção da nova capital foi fundamental para a consolidação de um futebol ainda incipiente. Goiânia e o futebol nascem praticamente juntos, em um fenômeno diferenciado do restante do Brasil.” (p. 166). Os autores apontam o projeto embrionário de construção da Ferrovia Mogiana, ao sul do estado, como uma das primeiras políticas de integração de Goiás ao principal eixo econômico nacional, a cidade de São Paulo, seguindo a tônica do ideário nacionalista da “Marcha para o Oeste”. Daí se originaram as primeiras agremiações esportivas do estado, os clubes ditos “ferroviários”, tendo a ferrovia como elemento simbólico. Goiás e Vila surgiram depois, no contexto do desenvolvimento de Goiânia, “engendrada e planejada para ser uma cidade moderna, que representaria um novo Estado de Goiás e que se integraria de fato no bojo da economia brasileira” (p. 168), alinhada à perspectiva modernizante da Era Vargas.

Inicia-se no Brasil um discurso modernizador, objetivando colonizar e desenvolver o sertão brasileiro através de políticas públicas de integração, voltadas para um ideário nacionalista. Esse movimento foi denominado “Marcha para o Oeste” e visava “corrigir” as políticas territoriais desenvolvidas no Brasil, que se deram por meio das bases da economia primária exportadora, recorrendo a determinados produtos em diferentes espaços de tempo, utilizando-se de porções do território brasileiro. A Marcha para o Oeste visava a uma integração econômica e produtiva de lugares isolados em relação ao principal eixo de desenvolvimento e principal mercado consumidor, no caso o Estado de São Paulo. (GONÇALVES; SILVA, 2011, p. 166).

Nesse contexto, Gonçalves e Silva (2011) chamam atenção para os clubes pioneiros da capital – surgidos antes de Goiás e Vila – e que estabeleceram uma importante rivalidade que levaria alguns anos até ser destituída pelo confronto dos então recém-fundados clubes esmeraldino e colorado. A primeira agremiação de Goiânia foi o já extinto União Americana Esporte Clube, fundado em 1936 no bairro de Campinas – mas que à época era considerado

---

<sup>71</sup> Sobre as narrativas de rivalidade no futebol paranaense, ver também a tese doutoral de Laibida (2016), na qual o pesquisador analisa como se configuram as relações de poder no interior de quatro clubes de futebol de Curitiba – Club Athletico Paranaense, Coritiba Foot Ball Club, Paraná Clube e J.Malucelli Futebol S/A – considerando-se as correlações entre a estrutura vigente das agremiações e o poder político local, tendo em vista o domínio de grupos familiares no Paraná e a recorrência de vários nomes da política do estado também presentes nos espaços de poder dos clubes.

município vizinho à capital. A segunda equipe a despontar nesse cenário foi o Atlético Clube Goianiense, também originado no bairro campineiro, em 1937. Um ano depois, surge aquele que seria “o primeiro clube de futebol ‘genuinamente’ goianiense: o Goiânia Esporte Clube” (p. 169). Como um dos líderes da fundação do Atlético acabou participando da criação do Goiânia Esporte Clube – após ser expulso pela diretoria campineira – a rivalidade entre os campineiros e os goianienses se acirrou, ganhando ênfase também devido a relações socioespaciais externas ao futebol, conforme apontaram Gonçalves e Silva (2011).

Nota-se que a construção de Goiânia e a sua estruturação urbana estão intimamente ligadas às trajetórias dos seus principais clubes de futebol. O espaço da cidade lançou um papel de grande pujança neste processo. O Atlético, identificado com o “bairro-mãe” de Goiânia, o bairro de Campinas, lugar onde surgiu. O Goiânia identificado com a classe política da cidade, quase toda residente no centro da nova capital. A rivalidade existente entre os moradores de Campinas, cidade que virou bairro, e de Goiânia, a nova capital do estado, transpôs-se para os campos de futebol, tendo Atlético x Goiânia como o primeiro “clássico” goianiense. Juntamente com este crescimento, vieram novas realidades, trazendo para o futebol um novo quadro de mudanças nas dinâmicas socioespaciais pelas quais Goiânia passava. A rivalidade e as contradições não eram mais entre Goiânia e Campinas, mas sim entre ricos e pobres. (GONÇALVES; SILVA, 2011, pp. 170-171).

Essa narrativa dicotômica entre os dois clubes que até então eram as principais agremiações de Goiânia perdurou até 1943, ano em que Goiás e Vila surgiram para configurar novas narrativas que também culminariam no velho embate classista. O surgimento simultâneo de Goiás e Vila “trouxe para a realidade futebolística goianiense mais duas classes sociais, que de início estiveram à margem deste processo de apropriação espacial que foi efetuada pelos clubes pioneiros” (GONÇALVES; SILVA, 2011, p. 169). Essas duas classes seriam identificadas uma com a afiliação à identidade palestrina vinda de São Paulo e a outra com a afiliação ao bairro da Vila Nova, uma espécie de reduto dormitório às margens do pujante centro onde a urbanização de Goiânia se transcorria. Ao contextualizarem a narrativa de fundação do Goiás Esporte Clube, Gonçalves e Silva (2011) descrevem a influência socioespacial exercida pelo eixo Rio-São Paulo na formação de diversas agremiações do interior do Brasil, apontando a migração paulista dos descendentes de italianos como uma das principais vertentes da consolidação do futebol em Goiás.

Em 6 de abril, um grupo de amigos se reuniu no centro da cidade e desse encontro resultou a criação do Goiás Esporte Clube. Todos os presentes eram paulistas descendentes de italianos e torciam para o extinto Palestra Itália (atualmente Sociedade Esportiva Palmeiras), da cidade de São Paulo. Desta forma, foram escolhidos o verde e o branco como as cores do uniforme, as mesmas que utiliza o clube paulista. Como a torcida paulista tinha o periquito como mascote, logo os fundadores do Goiás o incorporaram como mascote do novo clube que surgia. Tal



adoção foi facilitada também pelo fato de o periquito ser uma ave bastante conhecida na região Centro-Oeste do Brasil. A ideia original era dar ao clube o nome de Palestra Itália; todavia, o contexto político brasileiro da época não permitiu que tal vontade fosse realizada. (GONÇALVES; SILVA, 2011, p. 168).

Nesse mesmo ano em que o Goiás é fundado, surge o Vila Nova Futebol Clube, a partir do entusiasmo de esportistas do então clube amador Associação Mariana, que “aceitaram o desafio de fundar um clube para representar o bairro conhecido como a ‘vila mais famosa’, a Vila Nova” (GONÇALVES; SILVA, 2011, p. 169), que abrigava classes sociais menos favorecidas. É desse modo que o Vila se desenvolve enquanto agremiação totalmente identificada com o bairro que lhe deu origem. Bairro este onde dormiam os operários que trabalharam na construção de Goiânia, dimensionando assim as bases para uma rivalidade que se impôs sobremaneira ao pioneirismo de Atlético Clube Goianiense e Goiânia Esporte Clube, tendo em vista esta nova disputa colocada em jogo: palestrinos *versus* operários. O jornalista Cristiano Silva (2001) assim descreve esse contexto em seu livro *Vila, uma paixão*:

O Vila surgiu de gente humilde. O bairro da Vila Nova não passava de uma área invadida. A construção de Goiânia se deu graças à mão de obra de cidadãos de outros estados. Veio gente do Ceará, do Maranhão, de Minas Gerais, da Bahia, do Piauí, de Pernambuco e de Alagoas. Essas pessoas moravam em minúsculas casinhas de três cômodos, plantavam suas hortas no quintal e a comida era feita no fogão de lenha. Como não planejaram um espaço para os homens que ajudaram na edificação da nova cidade e a maioria não tinha dinheiro para comprar um lote em Campinas ou no Bairro Popular, o jeito foi invadir um pedacinho de chão lá pros lados do Córrego Botafogo. Local distante, sem asfalto e sem transporte. Lugar de gente simples: pedreiros, serventes, carpinteiros e operários. (SILVA, 2001, p. 3).

Percebe-se assim que os dois principais clubes de futebol de Goiânia não só estiveram diretamente envolvidos no processo de difusão socioespacial da cidade, mas sobretudo compuseram uma narrativa de rivalidade que – apesar de também pautada nos estereótipos de povo e elite – se diferem das demais abarcadas no *corpus* empírico desta tese justamente por que conseguiram se sobrepôr a uma rivalidade pioneira e que já estava de certa forma constituída, entre Atlético Goianiense e Goiânia. Cabe salientar ainda que, novamente, o fator histórico justifica a estereotipagem que até hoje recai sobre o Goiás enquanto um clube associado à elite da cidade – “dada a sua localização em uma região que, desde os tempos mais remotos da história goianiense, recebeu benefícios por parte de políticas públicas e de investimentos privados, na região sul da capital” (GONÇALVES; SILVA, 2011, p. 171) – e sobre o Vila enquanto um clube identificado com a classe operária “que participou ativamente da construção de Goiânia e constitui lócus da presença nordestina na cidade. Tal clube foi

construído com a luta e o suor da ‘massa’, do ‘povão’, da gente mais humilde do local.” (p. 171).

Em seu trabalho de resgate da memória histórica do bairro da Vila Nova, a historiadora Sílvia Mattos (2008) também chama atenção para a considerável parcela de migrantes nordestinos que se instalaram nessa localidade, vindos principalmente da Bahia, Piauí, Ceará, Maranhão e Rio Grande do Norte, “ainda que os nordestinos não tenham sido os únicos a ocuparem a região, já que a presença de pessoas oriundas de estados como Minas Gerais e do interior de Goiás também foi bastante expressiva” (p. 57). Os moradores entrevistados pela autora no percurso metodológico de sua dissertação apontaram motivos semelhantes àqueles que estimulam outros tantos migrantes do campo a deixarem sua região de origem – geralmente o Nordeste – em busca de melhores condições de vida: a impossibilidade de sobrevivência devido à seca, a exploração nas relações de trabalho agrícola e a violência da disputa por terras, que tende a pesar mais para o lado dos agricultores pobres.

Numa sociedade, como a brasileira, cuja estrutura social apresenta uma considerável rigidez dificultando a ascensão da população mais pobre e menos escolarizada a patamares mais altos da pirâmide social, a migração, frequentemente, é vista por essa população como a única possibilidade de melhorar as suas condições de vida. O imaginário que envolve as migrações comumente estabelece uma equivalência entre mudança de lugar e melhoria de condição de vida, o que nem sempre é confirmado, tendo em vista o grande número de pessoas que, não obtendo sucesso, retornam às suas localidades de origem. (MATTOS, 2008, p. 58).

Em sua pesquisa, Mattos (2008) se dedicou a ouvir aqueles que não retornaram, de modo a demonstrar o vínculo afetivo existente entre os velhos moradores que fundaram o bairro da Vila Nova e o time que carrega o nome da localidade. Na visão da historiadora, o Vila Nova Futebol Clube seria, assim, um símbolo, “um verdadeiro ícone, capaz de condensar a lembrança de acontecimentos vividos no passado” (MATTOS, 2008, p. 138). Ao “evocar as lembranças das experiências de luta, coragem e alegria aí vividas”, o clube colorado se configura como um importante instrumento de “ritualização” desse lugar, um meio pelo qual “a memória do próprio Bairro é reconstruída, trazendo à tona os momentos de glória, marcados por dribles, gols e vitórias nos campeonatos goianos, que resultaram em festas e comemorações” naquele espaço de sociabilidade (p. 140). Gonçalves e Silva (2011) parecem concordar com a autora quanto ao fator que motivou o pertencimento clubístico dos torcedores do Vila: “Eram na sua grande maioria nordestinos, que encontraram no futebol um instrumento que lhes permitia sorrir, apesar das dificuldades e dos problemas enfrentados no cotidiano.” (GONÇALVES; SILVA, 2011, p. 170).

Fazer essa contextualização histórica acerca da fundação de Goiás e Vila é fundamental para que se possa debater como as alcunhas de time da elite e time do povo que até hoje endossam a rivalidade entre os respectivos clubes se consolidaram a partir de um fato histórico bastante característico: a construção de Goiânia. A geógrafa e pesquisadora Márcia Pelá traz contribuições muito pertinentes a esse respeito. Em um artigo derivado de sua dissertação de mestrado, intitulada *Goiânia: o mito da cidade planejada* (2009), Pelá (2011) discorre sobre os “deslizamentos de sentidos no processo de construção e ocupação da primeira cidade planejada do Brasil no século XX”, tomando a edificação da cidade como uma estratégia de poder que visava expandir o modo de produção capitalista via modernização do território – processo este também conceituado aqui sob a ótica de Gonçalves e Silva (2011), quando os autores descrevem o contexto da Marcha para o Oeste. No entanto, na visão de Pelá (2011), o planejamento urbanístico de Goiânia não estava atrelado somente ao projeto nacional varguista, mas carregava também um forte ímpeto regional, no sentido de articular as regiões produtivas de Goiás:

Observa-se que, além de a construção da cidade cumprir um interesse externo, isto é, de servir às intenções estratégicas do Estado Novo getulista em desenvolver o país em direção ao sertão, a gerência política local era comandada pela oligarquia agrária vinculada diretamente ao ethos do coronelismo goiano. [...] Além do modo político baseado na modalidade do coronelismo, unindo cordialidade, mandonismo, patrimonialismo, carisma e força, a economia goiana era praticamente toda agrária e ligada à tradição sertaneja. (PELÁ, 2011, pp. 9-10).

Esse aspecto, todavia, é um dos fatores que, ainda segundo Pelá (2011), permitem compreender os “deslizamentos de sentidos que há em qualquer conduta relativa ao que se planeja e ao que se realiza” (p. 2), tendo em vista que “a cidade idealizada para ser modelo de progresso e prosperidade teve que acolher arquiteturas ‘provincianas’ e práticas socioculturais que não condiziam com a modernidade almejada, ou seja, foi tecida na incongruência da norma e da vida” (p. 2). O pedagogo Michel Franco (2020) retoma esse raciocínio ao descrever o contexto atual da cidade, que até hoje se impõe a partir de suas bases agropecuárias. Em debate veiculado no *Portal Ludopédio* sobre as rivalidades clubísticas de Goiânia, Franco – que é também militante da torcida antifascista do clube esmeraldino – faz um paralelo com o futebol ao ponderar que todos esses nichos sociais que se entrelaçaram no processo de urbanização da cidade estarão presentes também nas torcidas dos clubes da capital:

Nós vivemos em um estado que é um reduto reacionário, fundamentalista religioso e agropecuarista, então por mais que sejamos apaixonados pelos nossos times, dentro de todos esses nichos, todas essas esferas aqui no estado de Goiás, a gente infelizmente

[...] vai ter uma grande quantidade de pessoas com esse pensamento mais conservador dentro das respectivas torcidas. (FRANCO, 2020, s/p.).

Inclusive, na visão de Pelá (2011), os usos que foram feitos do futebol na cidade também seriam um dos aspectos “deslizantes” do “modelo de modernidade anunciada”, justamente porque esse esporte era uma forma de festejar e ritualizar crenças a partir de uma vivência coletiva. Embora isso fique claro no que diz respeito ao contexto de fundação do Vila Nova, no caso do Goiás Esporte Clube tal apropriação da cidade por meio do futebol se deu de uma forma mais alinhada ao discurso da modernização vigente. Na dissertação de mestrado *Futebol em Goiânia: sociabilidades e espaços*, o pesquisador George Leão (2016) faz um trabalho etnográfico que especifica essas apropriações, mostrando como a configuração social da memória coletiva de Goiânia se conecta com o futebol, tendo em vista que apenas dez anos após a fundação da cidade, quatro agremiações já haviam sido criadas, todas elas de extrema “relevância como construto social e simbólico na cidade” (LEÃO, 2016, p. 39) – ainda que hoje somente a dupla Goiás e Vila seja a protagonista de uma suposta disputa de classes nesse sentido.

O Goiás Esporte Clube surgiu de pessoas, que assim como o Goiânia, possuíam um elevado status socioeconômico, mas com a característica de torcedores mais jovens. Atualmente o Goiás mantém essa característica de clube “elitizado”; em 1960 os dirigentes do clube compraram uma área de uma fazenda que viria a ser o centro de treinamento e estádio Hailé Pinheiro. E o seu maior rival, o Vila Nova Futebol Clube foi fundado no bairro homônimo ao clube. Foi por muito tempo o clube das massas operárias que moravam no próprio bairro Vila Nova e sempre manteve esse perfil de clube das massas. (LEÃO, 2016, p. 40).

Quanto ao fato de o Goiás ter se apropriado do discurso vigente ao longo de sua consolidação enquanto principal clube do estado, cabe trazer à discussão os demais participantes do citado debate do *Portal Ludopédio* para contextualizar como esse percurso se transcorreu. Na edição especial do quadro *Ludopédio em Casa*<sup>72</sup>, sobre as rivalidades do futebol goiano, o historiador e pesquisador Makchwell Narcizo (2020) aborda os mecanismos que o Goiás Esporte Clube utilizou para se inserir no projeto de nacionalização que se estendeu desde o Estado Novo. “Existe sempre isso: os projetos de nacionalização se utilizando do futebol. E quem melhor fez isso foi o Mussolini com o campeonato italiano, né? [...] É o que foi feito aqui em Goiás.” (NARCIZO, 2020, s/p.). O pesquisador chama atenção para o próprio nome do clube, o que, nesse sentido, funciona como um facilitador: “Todos os times com nome de estado

<sup>72</sup> Disponível em: <https://youtu.be/BMJkX9EhTyQ>. Acesso em: 7 abr. 2023.

foram perfeitos para esse projeto de nacionalização.” (NARCIZO, 2020, s/p.). O Vila, em contrapartida, se constituiu sob “essa narrativa de um time popular que começou como progressista no seu início”, fator que o distanciava da perspectiva modernizante.

O Goiás soube se inserir no projeto de nacionalização. [...] Não sei se vocês notam, parece uma curiosidade meio sem sentido, mas o único time vermelho que sobreviveu à ditadura militar como grande é o Internacional. Os outros times foram desconstruídos como times grandes no interior do país. [...] O estádio Serra Dourada foi arquitetonicamente programado pra você ter uma falsa ilusão de grandiosidade no que diz respeito à torcida. Porque a torcida fica distante do campo em si, não é aquela coisa, por exemplo, como nos Aflitos e em outros estádios... [...] Foi intenção da ditadura militar construir um time no interior do Brasil. E esse time no interior do Brasil não poderia ser um time que tem uma ligação necessariamente com um bairro e muito menos um time vermelho. [...] O Goiás tem culpa disso? Não. Se fossem oferecidas ao Vila Nova as mesmas oportunidades, o Vila Nova também teria feito. Se fossem oferecidas ao Atlético as mesmas oportunidades o Atlético teria feito, ou o Goiânia, tá? (NARCIZO, 2020, s/p.).

No entanto, de acordo com Narcizo (2020), houve um momento em que o Vila Nova também chegou a “se aproveitar da ditadura militar” para resgatar alguns aspectos específicos de sua fundação que, segundo o historiador, hoje contribuem para desvelar os estereótipos de time do povo e time da elite que recaem respectivamente sobre colorados e esmeraldinos. “O Vila Nova não é um time que fracassa na década de 60 com a inserção da ditadura militar no Brasil, pelo contrário, o Vila é um time que tem sucesso na década de 60, talvez até mais sucesso do que no período de redemocratização.” (NARCIZO, 2020, s/p.). De acordo com o pesquisador, houve durante meados de 1960 um movimento no sentido de resgatar a narrativa em torno de certas figuras atreladas à história do Vila – como o militar Francisco Ferraz de Lima, que foi um dos principais fundadores do clube, e o padre José Balestiere, que criou a Associação Mariana, time amador embrião do Vila. A intenção era associar esses personagens ligados ao Governo e à Igreja ao êxito da agremiação no período da ditadura militar, porém sem destituir o imaginário de popularidade do clube.

Ainda segundo Narcizo (2020), “essa construção narrativa do Vila Nova como um time que foi construído por essas duas figuras se dá necessariamente no início da década de 60 e no desenrolar da década de 70, que é um período vitorioso para o Vila Nova.” (s/p.) O Vila então se aproveita da memória histórica da figura militar em sua fundação para apoiar o discurso vigente no período da ditadura, assim como a própria ditadura se aproveitou dos clubes para reforçar ideários nacionalistas associados à uma atuação exitosa dentro de campo, “ou seja, o Vila Nova se aproveita da ditadura militar e a ditadura militar também se aproveita do Vila” (NARCIZO, 2020, s/p.). Esse cenário é um indicativo da maleabilidade das narrativas de

“disputa de classes” em torno dos clubes, tendo em vista que os discursos vão se moldando conforme contextos históricos característicos. Contudo, importa ressaltar que, no futebol, esses estereótipos de povo e elite, mesmo que por vezes se reconfigurem de alguma maneira com o passar do tempo, tendem a prevalecer no imaginário do torcedor como fato universal e incontestável. Também no referido debate do *Portal Ludopédio*, o pedagogo Michel Franco (2020) explica essa relação justamente fazendo um contraponto perante as figuras do militar e do padre que fundaram o Vila.

O Goiás seria, de acordo com algumas narrativas, um time de burguês e o Vila Nova seria o time de povo, digamos assim. Eu vou tentar não ser polêmico porque de fato eu já admito que o Goiás foi em sua origem elitizado. O Vila Nova teve uma característica bem mais popular com certeza. Isso é verdade, de fato. Por quê? Porque, um militar de baixa patente, você tem que considerá-lo popular; um padre que tem características progressistas, você tem que considerar isso como popular. Sendo honesto, tem aí esse quê de popularidade. Mas eu quero fazer um viés: eu não estou contrapondo necessariamente, mas eu vejo que é uma narrativa um pouco floreada, entende? [...] Hoje, a Serrinha, onde é a sede do Goiás, é uma área nobre, mas o setor universitário onde tá o Vila Nova também é. Então, assim, com o passar das décadas muita coisa foi mudando. (FRANCO, 2020, s/p.).

Franco (2020) aproveita para contextualizar também o momento em que – pelo menos na perspectiva dos torcedores esmeraldinos – o Goiás foi abdicando do rótulo de elitista e assumindo alguns contornos mais populares. Trata-se das décadas de 1970 e 1980, período que coincide com a inauguração do estádio Serra Dourada, em 1975. De acordo com Franco (2020), a década de 1980 demarca um salto de popularidade do Goiás, o que, paradoxalmente, pode ser explicado por sua gestão mais estratégica e pelo networking do clube com figuras importantes do governo estadual e federal. Quando o Goiás é convidado para disputar o Campeonato Brasileiro de 1973, uma parcela considerável da população goiana ainda não torcia predominantemente para os clubes locais. Segundo Franco (2020), esse movimento é recente e deve-se também ao fato de o Goiás ter permanecido na divisão principal do Brasileiro em 70% das vezes que disputou o certame. Esse salto de popularidade, no entanto, está menos associado a mudanças estruturais em seu perfil de torcida e mais associado à expressividade numérica de torcedores diante do ganho de visibilidade do clube.

A partir da década de 1980, o Goiás foi ficando mais popular. [...] O quê que acontece nessa questão de popularidade? Tudo que é popular é porque chega no povo: acesso. E a gente pode também dizer sobre um item chamado paixão. Então tudo que chega no povo, que desperta paixão e que é acessível vai se tornar popular. E foi o que aconteceu com o Goiás Esporte Clube e seus torcedores, sobretudo a partir da década de 1980. [...] Por mais que na época de 70 e 80 tivesse muito torcedor de times de outros estados... a gente fala aqui times do eixo, né... começou-se a ver ali que, primeiro, o torcedor começou: “Ah, eu torço pro Vasco... torço pro Santos, torço pro

São Paulo, pro Flamengo, mas eu também vou torcer pro Goiás”... e, gradativamente, na década de 80, 90 e principalmente agora a partir de 2000, foi tendo uma mudança. Hoje a gente encontra muitos torcedores, aliás a maioria – e isso não é nem minha opinião, isso é através de pesquisa – de torcedores somente do Goiás Esporte Clube. Então do final da década de 80 pra cá o Goiás se tornou, ao meu ver e através das pesquisas, a equipe mais popular do estado por conta dessa abrangência. (FRANCO, 2020, s/p.).

Além da permanência do clube na primeira divisão do campeonato nacional, outro fator que contribuiu para o salto de popularidade do Goiás foi a inauguração do estádio Serra Dourada, de domínio público. O historiador e pesquisador Paulo Teixeira (2020), também no referido debate sobre as rivalidades goianas veiculado no *Portal Ludopédio*, explica que a construção do Serra Dourada deriva do processo de “modernização conservadora” empreendido pela ditadura militar sob a faceta de grandes obras. Nesse sentido, Teixeira (2020) reforça aquilo que já havia sido dito pelo colega Makchwell Narcizo quanto à apropriação feita pelo Goiás em torno desse projeto, em uma espécie de via de mão dupla com o discurso vigente: “O Goiás é o time que melhor se adéqua a uma nova realidade econômica e social nos anos 70, em todos os sentidos: administração, organização, venda de jogadores, atuação e relações privilegiadas junto ao governo da ditadura militar.” (TEIXEIRA, 2020, s/p.). O pesquisador aproveita o raciocínio para, assim como os colegas de debate, desconstruir as narrativas estereotipadas em torno do perfil de torcida dos clubes do estado.

É claro que nós não podemos ser levianos. É claro que existiam atleticanos ricos que estavam na ditadura militar e vilanovenses também. Mas as relações do então presidente Melchior Luiz Duarte e as boas relações que ele tinha com o governo à época, com o governo estadual, com o governo federal – e ele não esconde isso de ninguém – e que fizeram com que o Goiás fosse o time convidado pro Campeonato Brasileiro de 1973, vão se somando com a ascensão do estádio Serra Dourada. (TEIXEIRA, 2020, s/p.).

Ainda em relação aos estereótipos de time do povo e time da elite, convém retomar os achados de Leão (2016) em seu estudo etnográfico sobre a configuração social de Goiânia e a memória coletiva dos goianienses, especialmente no que diz respeito à generalização feita pela cultura torcedora a partir de alcunhas bem demarcadas: enquanto os esmeraldinos são os “playboys ‘filhos de papai’ e torcedores ‘modinha’; os torcedores do Vila normalmente são classificados como de baixa estratificação social e até mesmo são chamados de bandido, ladrão e malandro, independente da condição real e individual de cada um” (LEÃO, 2016, pp. 40-41). O autor alerta também para o risco de incitação à violência nos estádios por meio dessa generalização proposta pelos torcedores. Já o historiador Makchwell Narcizo (2020) pondera

que essa disputa de narrativa que culmina na violência entre os dois clubes rivais não se limita aos estádios, se estendendo também para outras áreas da cidade.

A violência não se dá só nos estádios. Isso é uma coisa importante. A gente sempre vê nas reportagens sobre isso e parece que a violência é só no estádio. Goiânia tem uma geografia da violência muito fácil de você definir. Tem bairros que você não pode ir com a camisa do Goiás e tem bairros que você não pode ir com a camisa do Vila Nova. Porque essa violência é institucionalizada nesses locais. Então, assim, o clássico Goiás e Vila é extremamente violento. Eu não sugiro uma pessoa de fora vir assistir a um clássico Goiás e Vila porque haverá violência e, principalmente, haverá repressão. Se você pegar os dados dos últimos anos, existe um déficit de torcida muito grande de Goiás e Vila. Se você tinha... na década de 90, início da década de 2000... se você tinha 40 mil pessoas, 35 mil pessoas em todos os jogos, hoje nós temos jogos de 4 mil pessoas, de 5 mil pessoas, exclusivamente por causa da violência. (NARCIZO, 2020, s/p.).

Ainda conforme Narcizo (2020), a institucionalização da violência em Goiânia se deve ao seu histórico segregacionista. Segundo o pesquisador, as propagandas sobre a cidade divulgam parques arborizados, bares elitizados e shopping centers, mas não mostram as periferias. Fazendo um paralelo com Lyon, na França, Narcizo ironiza as edificações goianienses que foram arquitetadas no estilo *Art Déco*, no *boom* da urbanização da cidade ao longo dos anos 1930 e 1940, também na intenção de associá-la aos ideais de progresso e modernidade. O historiador é categórico ao descrever esse projeto como algo pensado para invisibilizar as periferias: “As periferias goianienses estão muito distantes desse local. Goiânia é uma cidade planejada e ela foi planejada pra excluir essas periferias. Isso acontece muito. E quem está nessas periferias?” (NARCIZO, 2020, s/p.). Respondendo ao seu próprio questionamento, Narcizo traz ao debate o tema da suposta violência praticada pelas torcidas organizadas e as controvérsias decorrentes da estereotipagem desse grupo de torcedores enquanto pessoas violentas<sup>73</sup>. No raciocínio do pesquisador, a lógica é justamente oposta, tendo em vista que as organizadas funcionariam muito mais como um espaço de acolhimento e visibilidade do que como um espaço de tensão e disputa:

Muitas vezes quem está nessas periferias são essas torcidas organizadas. Já existem vários estudos sociológicos – talvez seja uma das questões mais bem estudadas no Brasil – que é como se essas torcidas organizadas agregassem partes de famílias. A desagregação familiar, a desagregação social... as organizadas acabam pegando essas pessoas e fazem um trabalho de acolhimento bem importante. E como essas pessoas são invisíveis socialmente falando, elas só serão visíveis para a sociedade nos jogos. Os únicos locais que elas se tornam visíveis são nesses jogos. (NARCIZO, 2020, s/p.).

---

<sup>73</sup> Sobre a relação entre torcidas organizadas e violência no futebol, ver Murad (2012).



A geógrafa e pesquisadora Márcia Pelá (2011), também aqui citada, já havia apontado para esse potencial do esporte enquanto ferramenta de coesão e vivência coletiva no desenvolvimento da capital goiana. Dentre os “deslizamentos de sentidos” citados pela autora para ilustrar os aspectos que divergiram do modelo de modernidade anunciado para Goiânia, estão o futebol e as sociabilidades por ele dimensionadas. Isso fica ainda mais evidente no caso do Vila Nova, devido à sua ligação com o bairro e à consolidação de uma memória histórica que tem os operários como protagonistas da fundação do clube. Segundo Pelá (2011), esse foi um dos fatores responsáveis por produzir “modos de vida diferentes do modelo de modernidade anunciada” (p. 2).

No caso específico de Goiânia, a norma foi deslizada e conflitada pela vida, uma vez que a ação dos pioneiros da elite da antiga capital, dos migrantes pobres que vieram para construir a cidade, dos camponeses goianos que viram na nova capital uma forma de criar estatutos de vida melhores para a sua família e seus filhos seria uma imponência aberta da vida se fazendo cultura no espaço, diante do imperativo e da força do plano. [...] A vida, com as suas armas secretas e invioláveis – como a bagagem sociocultural trazida pelos migrantes, os signos da fazenda goiana, as necessidades de (re)existência e de poder, o desejo de (re)territorialização, a potência da inventividade, o arroubo da juventude, a ginga do futebol de rua, a vontade de festejar e de ritualizar as suas crenças – consagrou no cotidiano de Goiânia a sua marca e a sua presença, tecendo o espaço como vivência coletiva. (PELÁ, 2011, pp. 14-15).

O professor e pesquisador Marcus Jary (2007) traz as torcidas organizadas novamente ao debate ao analisar os significados simbólicos da adesão de torcedores a esses grupos. Em artigo intitulado *Futebol, sociabilidade e psicologia de massas: ritos, símbolos e violências nas ruas de Goiânia*, Jary (2007) faz um trabalho etnográfico com membros da Torcida Esquadrão Vilanovense na intenção de avaliar como os antecedentes históricos do desenvolvimento de Goiânia contribuíram para agregar pessoas no sentido de uma identificação coletiva com a cidade – ou de uma “vivência coletiva”, nas palavras de Pelá (2011). Especificamente no caso do Vila Nova, a agremiação foi esse componente agregador, responsável por proporcionar um senso de pertencimento “a operários, ambulantes e miseráveis, que segregados do plano urbanístico central, tinham no clube de futebol um importante meio de identificação com a capital” (JARY, 2007, p. 104). Conversando com membros da principal organizada do Vila, o pesquisador ainda evidenciou os contrastes relacionados à “disputa de classes” que, conforme pressuposto desde o início desta tese, segue fortemente enraizado no imaginário de torcedores em vários clubes do país.

Os depoimentos relatados abrem possibilidades para entendermos a maneira como a cidade de Goiânia apreende, pelo menos simbolicamente, a relação do torcedor vilanovense com o clube. Poderíamos até mesmo, de forma empírica, apontar outras

representações a respeito desse torcedor. É comum em rodas de amigos ouvirmos comentários que imputam ao VNFC a agregação de “bandidos, maloqueiros, pobres e pessoas incultas” entre sua torcida. Durante o período em que desenvolvia este estudo foi possível coletar comentários tais como: “Eu torço para o Goiás. Já o meu pai, coitado, não estudou, torce para o Vila.”; “A impressão que fica é a de que os torcedores do Vila Nova saem direto do Cepaigo [unidade penitenciária] para o Serra Dourada.” (JARY, 2007, p. 102).

Com base nessas perspectivas que correlacionaram a consolidação da rivalidade entre Goiás e Vila ao desenvolvimento de Goiânia sob o panorama de um projeto modernizador, chega-se a uma reflexão importante quanto às narrativas em torno dos estereótipos de classe que recaem sobre as duas principais agremiações do Centro-Oeste brasileiro. Pode-se dizer que, do ponto de vista do clube vilanovense, o futebol operou como um mecanismo capaz de romper o paradigma da modernidade anunciada – funcionando como um elemento agregador das massas –, ao mesmo tempo em que, do ponto de vista esmeraldino, o futebol, enquanto metonímia do discurso vigente, se tornou um elemento propulsor da “popularidade” da agremiação – popularidade aqui tomada por um sentido de abrangência e expressividade numérica da torcida, e não de estratificação social em si, considerando-se que o fator histórico atesta as bases elitistas do clube à época de sua fundação.

Ainda no que diz respeito à construção das narrativas de time do povo e time da elite em torno das agremiações brasileiras, convém retomar o raciocínio de Narcizo (2020) quando o pesquisador reforça que tais narrativas são forjadas “em cima de uma construção social e histórica”. No referido debate do *Portal Ludopédio*, veiculado em 2020 e, portanto, durante o Governo Bolsonaro, Narcizo recorre a um argumento bastante didático para explicar as fragilidades desse tipo de narrativa: “Eu sou uma das pessoas que mais gostam de desconstruir essa questão de time do povo. ‘Povo’ é uma coisa muito construída. [...] Nós temos um presidente da república que massacra a população mais pobre, mas ele também se utiliza da expressão povo.” (NARCIZO, 2020, s/p.).

Na visão de Narcizo (2020) – que muito se assemelha à ótica aqui defendida acerca do objeto de estudo desta tese – mais importante do que debater as narrativas de origem dos clubes em si, é compreender como essas histórias se constroem. O colega de debate Paulo Teixeira (2022), também aqui citado, traz indicativos pertinentes para essa compreensão. Segundo o historiador, o “crescimento estratosférico do Goiás” a partir dos anos 70 – angariando torcedores de maneira muito expressiva – foi um dos elementos responsáveis por “encobrir” o status de elitista da equipe alviverde. Teixeira é bastante conclusivo ao dizer que, no Centro-Oeste, o Goiás foi o clube que melhor se adaptou à lógica empresarial do futebol, tendo em vista também sua capacidade de “atuação em bastidores” no que diz respeito a “influenciar”

federação e arbitragem, “coisa que nós, numa perspectiva crítica, temos que entender à luz de uma sociedade de classes” (TEIXEIRA, 2020, s/p.). Citando o escritor uruguaio Eduardo Galeano, Teixeira (2020) ressalta que não se trata de negar a história dos times e as narrativas controversas que se constroem em torno desses clubes, mas sim de enxergá-los no espectro do “futebol ao sol e à sombra”: “tem sol e sombra em todos os clubes aqui da capital”. E, por que não dizer, em todos os clubes do Brasil.

## PRORROGAÇÃO

Thalita, não faz muito tempo, pouco antes do impeachment da Dilma, eu fui representando a ABI [Associação Brasileira de Imprensa] num ato aqui no Largo da Batata, em Pinheiros, em que estava o Boulos, a Erundina, a Letícia Sabatella... e tinha lá umas dez mil pessoas no Largo. Chegou a minha hora de falar e eu disse pras pessoas: “Aqui está um cidadão contra o impeachment, mas aqui está também um jornalista. A palavra de ordem é ‘não vai ter golpe’, mas eu tenho uma má notícia pra dar: não é que não vai ter golpe. Já teve golpe. E a Dilma vai ser impeachada.” Eu tomei uma vaia, Thalita, mas de uns três, quatro minutos. Quando acabou a vaia, eu falei assim: “Não é a primeira nem será a última vez que eu sou vaiado por dizer as coisas como as coisas são. Então eu vou repetir pra vocês: já se deu o golpe. E a nossa obrigação daqui por diante é não deixar essa gente dormir uma noite em paz até recuperarmos a democracia no Brasil.” (KFOURI, 2022, s/p.).

Entrevistei o jornalista e sociólogo Juca Kfourri em sua casa, às vésperas das eleições presidenciais de 2022, num oito de setembro pós-declarações polêmicas do então presidente Jair Bolsonaro no Bicentenário da Independência em Brasília. Falávamos das relações entre política e futebol, debatendo sobre qual seria o papel do jornalista esportivo nesse contexto, e reiteramos a conclusão de que, embora política e futebol se misturem, não quer dizer que um determine o outro. A antropóloga Simoni Guedes (1977), primeira mulher a estudar o futebol nas Ciências Sociais no Brasil, já havia cunhado uma expressão bastante simbólica para definir a modalidade enquanto “instituição zero”: tendente ao vazio, porém repleta de possibilidades de interpretação. São essas diversas possibilidades (e potencialidades) do futebol – no igualmente diverso território brasileiro – que inspiraram a elaboração desta tese.

Quando Juca Kfourri (2022) se referiu ao impeachment da ex-presidenta Dilma para ratificar a função social do jornalista – que é dar boas e más notícias, “dizendo as coisas como as coisas são” – tracei mentalmente um paralelo com os estudos acadêmicos sobre futebol. A Academia seria, assim, o espaço propício para então se “dizer as coisas como as coisas são”, trazendo interpretações sobre o esporte mais popular do país em um viés pretensamente científico, tão distante – e ao mesmo tempo tão próximo – daquilo que acontece dia após dia nos gramados, nas arquibancadas, nos centros de treinamento, nas coletivas de imprensa, nos programas esportivos, nas mesas de bar ou em qualquer outro lugar permeado pelo futebol.

Ainda que esse esporte me acompanhe como objeto de estudo desde a graduação até o mestrado em Jornalismo, eu não imaginava o quão difícil e desafiador seria debatê-lo sob as perspectivas das Ciências Sociais nos limites de uma tese apresentada a um programa de pós-graduação em Comunicação. Isso talvez explique algumas fragilidades e deficiências teórico-metodológicas deste trabalho, como os muitos autores importantes que não foram aqui citados e a minha opção por tomar como fontes para esta tese produtos audiovisuais e obras literárias,

além de referenciá-la à exaustão com os depoimentos que me foram generosamente cedidos pelos jornalistas Juca Kfoury e Marcelo Barreto. Inclusive, assumi o sério risco de ser traída pela emoção e acabar contradizendo os preceitos de uma análise discursiva bem executada caso avaliasse passionalmente os discursos desses dois profissionais que tanto admiro.

Mesmo assim, como em toda produção acadêmica que se preze, cabe trazer as conclusões e reflexões que pude inferir depois deste longo trajeto em que, me equilibrando entre os rígidos protocolos da Academia e o suposto livre-arbítrio da Comunicação, debati a construção de estereótipos que, do meu ponto de vista, incitam uma pretensa disputa de classes nas narrativas de rivalidades entre clubes brasileiros. Como não havia uma hipótese claramente estabelecida para a discussão aqui proposta, não há como avaliar se as conjecturas foram ou não comprovadas. No entanto, quando defini o objetivo geral desta tese – identificar quais aspectos históricos, culturais e sociais contribuíram para a construção dos estereótipos de time do povo e time da elite associados aos clubes brasileiros – pressupus três agentes primordiais nesse processo: a cultura torcedora, os dirigentes dos clubes e o jornalismo esportivo – todos eles, especialmente o último, muito influentes no que chamei de retroalimentação dos estereótipos de classe.

Contudo, antes de chegar ao cerne da discussão envolvendo esses três agentes que analisei com maior ênfase no terceiro capítulo desta tese, propus um percurso teórico nos dois capítulos anteriores para abordar os conceitos introdutórios que delineiam meu objeto de estudo e que sustentam meu raciocínio. Para tanto, debati no primeiro capítulo deste trabalho questões como pertencimento clubístico de torcedores, tradições inventadas no futebol e hierarquias urbanas no Brasil. A discussão, predominantemente embasada pela ótica da antropologia das emoções (REZENDE; COELHO, 2010) e da natureza sociológica do conflito (SIMMEL, 1983), me permitiu inferir que o ato de torcer é uma construção cultural por si só, a qual tem a rivalidade como grande pilar, tendo em vista que, ao se escolher um time para torcer, automaticamente se nega qualquer atributo associado ao outro. A rivalidade e o pertencimento clubístico são, portanto, grandezas calcadas na diferença e, ao mesmo tempo, na complementaridade entre as partes conflitantes, posto que essa construção de sentidos sequer se faria necessária se não houvesse um rival a quem se busca a todo custo superar.

Já o debate em torno das tradições inventadas (HOBSBAWM; RANGER, 1997) – aqui associado ao universo do futebol – me permitiu compreender os estereótipos de time do povo e time da elite como heranças culturais que, embora partam de um fato histórico consolidado, não necessariamente correspondem à trajetória contemporânea das agremiações, como pôde ser visto no caso das oito rivalidades que compuseram o *corpus* empírico desta tese. Inclusive,

nesse percurso foi possível cumprir, ainda que timidamente, o seguinte objetivo específico proposto na introdução deste trabalho: corroborar, em uma dimensão simbólica, quais agremiações representam o estereótipo de time do povo e quais representam o estereótipo de time da elite. Isso foi feito a partir de uma leitura referenciada no histórico de fundação dos clubes e também a partir dos depoimentos dos dois jornalistas entrevistados.

Nesse âmbito, que é o que de fato parece interessar à cultura torcedora, estariam associados ao estereótipo de times do povo as seguintes agremiações do meu *corpus* de análise: Corinthians (SP), Flamengo (RJ), Atlético (MG), Internacional (RS), Figueirense (SC), Bahia (BA), Paysandu (PA) e Vila Nova (GO). Por outro lado, o estigma de time de elite recairia – com base na memória histórica dos clubes e conforme as representações midiáticas – aos respectivos rivais nesse mesmo *corpus* empírico: São Paulo (SP), Fluminense (RJ), Cruzeiro (MG), Grêmio (RS), Avaí (SC), Vitória (BA), Remo (PA) e Goiás (GO). Aqui, vale reforçar que se tratam de narrativas forjadas na origem dos clubes e nas construções midiáticas. No caso da rivalidade entre Atlético e Cruzeiro, por exemplo, ambas as agremiações disputam o epíteto de time do povo, porém em sentidos opostos. O sentido de “povo” em relação ao Cruzeiro, conforme discutido no tópico 3.3. desta tese, acabaria o aproximando da ideologia liberal-capitalista da ascensão pelo trabalho e, portanto, o categorizando enquanto um time de elite nessa pretensa disputa de classes no futebol mineiro.

Cabe ressaltar também a diferenciação entre estereótipo e estigma que, debatida nesta tese sob a vertente de Goffman (1988, 1998), faz com que a alcunha de time da elite – que outrora já foi motivo de status nos primórdios do futebol no Brasil – carregue hoje um tom estigmatizante. Prova disso é que poucas agremiações “assumem” suas origens aristocráticas – as exceções parecem ser o Fluminense, no Rio de Janeiro, e o América, em Minas Gerais que, pelo menos na ótica da cultura torcedora, ainda cultivam uma narrativa aristocrática. Outro fator que ratifica o estigma social intrínseco à narrativa de time de elite são os constantes esforços dos departamentos de Marketing dos clubes para “popularizá-los”, criando campanhas publicitárias que os aproximem dos estratos sociais mais baixos.

No entanto, é essencial ponderar que essas inferências têm pouquíssimo peso em relação ao objetivo geral desta tese. Não foi minha intenção discutir quem são os legítimos times do povo no Brasil, mas sim reunir pistas quanto aos aspectos históricos, culturais e sociais que embasaram tais construções imaginárias associadas aos clubes brasileiros. No decorrer deste percurso teórico-metodológico, pude concluir que os aspectos históricos, por sua vez, dizem respeito à historiografia de fundação dos clubes, documentada a partir do resgate da trajetória das equipes, de seus personagens fundadores e de materiais veiculados pela própria imprensa

nos primórdios do futebol no Brasil, os quais corroboram as origens das agremiações. Em relação aos aspectos culturais que sustentam as construções imaginárias, pode-se dizer que tais aspectos estão atrelados à própria cultura torcedora, haja vista que os torcedores se alimentam das narrativas de fundação dos clubes para validarem seu pertencimento clubístico. Nesse viés, outros fatores que caracterizam o ato de torcer enquanto uma construção cultural seriam, por exemplo, a escolha mediada por relações familiares ou por um senso de comunidade, no intuito de se estabelecer vínculos com determinado local.

Nessa esfera, o debate sobre hierarquias urbanas conduz aos aspectos sociais que, junto dos fatores históricos e culturais, são um marcador importante no dimensionamento dos imaginários de time do povo e time da elite, considerando-se que, não raro, o torcedor escolhe torcer para uma equipe cuja trajetória é intrínseca ao bairro/região em que mora ou foi criado. Inclusive, alguns clubes que compõem o *corpus* empírico desta tese ilustram bem esse raciocínio, como nos casos de Corinthians e São Paulo, que se estabeleceram em regiões economicamente opostas da capital paulista; Atlético e Cruzeiro, em que o primeiro foi fundado em bairro nobre e o segundo em bairro operário; Avaí e Figueirense, onde um está associado à “elite beira-mar” da porção insular da cidade e o outro ergueu seu estádio na porção continental do território; e Goiás e Vila Nova, no qual o Goiás se estabeleceu em áreas nobres de Goiânia e o Vila segue até hoje associado ao bairro da Vila Nova, local originalmente ocupado pelos operários da construção civil que trabalharam na urbanização da capital.

Aqui, cabe retomar a discussão em torno da integração social por meio do futebol, o que, no caso dos clubes em análise, fica ainda mais evidente nas narrativas relacionadas a Atlético x Cruzeiro e Goiás x Vila Nova, levando-se em conta que tanto o Cruzeiro quanto o Vila tiveram suas fundações fortemente arraigadas ao contexto de desenvolvimento das respectivas capitais. No primeiro caso, a comunidade italiana que fundou o Cruzeiro Esporte Clube em 1921 era composta quase em sua totalidade pela mão de obra estrangeira que deixou regiões paupérrimas na Itália e migrou para o Sul e Sudeste do Brasil sob subsídios do governo brasileiro. O Vila Nova, fundado duas décadas depois, em 1943, também foi determinante na integração dos trabalhadores que deixaram suas regiões de origem para tentar melhores condições de vida em meio ao projeto modernizante que corria no Brasil desde a Revolução de 30. A diferença é que, no caso do Vila, se tratava de mão de obra brasileira, vinda em sua maior parte do Nordeste do país.

Essa contextualização me permitiu cumprir outros dois objetivos específicos propostos na introdução desta tese, os quais consistiam em especificar as origens da construção desses estereótipos e estabelecer paralelos entre os clássicos estaduais e as hierarquias urbanas do

Brasil, também no que diz respeito às diferenças socioeconômicas entre o Sudeste e as demais regiões brasileiras, o que, inevitavelmente, se reflete no futebol. As ponderações sobre os aspectos históricos, culturais e sociais que contribuíram para o dimensionamento dos estereótipos de time do povo e time da elite evidenciaram ainda uma questão fundamental no debate: os sentidos de popularidade atrelados ao epíteto de time do povo. Depreendem-se daí duas conotações que, embora intrínsecas ao significante “povo”, partem de conceitos bem diferentes, sendo um deles associado a um panorama de abrangência e o outro à estratificação social propriamente dita. Clubes como o Flamengo e o Corinthians, líderes de torcida no Brasil, exemplificam essa perspectiva.

O Flamengo, apesar de ter se constituído sob bases elitistas – como a imensa maioria dos clubes de futebol pioneiros no Brasil – é atualmente um dos representantes máximos de uma popularidade midiaticamente construída. Além disso, o clube rubro-negro foi bastante exitoso ao se apropriar do projeto de nação da era Vargas para nacionalizar sua torcida, desconstruindo as narrativas que o associavam ao imaginário de um clube da fina-flor carioca, percurso este aqui debatido sob a ótica do historiador Renato Coutinho (2013). Não à toa, o epíteto de “nação rubro-negra” segue replicado até hoje. O Corinthians, por sua vez, se vale dessas duas conotações de popularidade. Afinal, além da expressiva dimensão numérica de sua torcida, o clube tem uma fundação historicamente associada ao imaginário popular, além de ter protagonizado o movimento democrático mais significativo da história do futebol brasileiro.

Todavia, a despeito das diferentes conotações de popularidade associadas a determinadas agremiações brasileiras, é pertinente ressaltar a contradição que se evidencia diante dos clubes que tomam para si o rótulo de times do povo: muitos deles têm hoje os ingressos mais caros do Brasil. Essa contradição deriva, principalmente, do projeto de “arenização” dos estádios que correu no Brasil às vésperas dos megaeventos esportivos no intuito de adequar as instalações ao chamado padrão FIFA, numa lógica que claramente visava excluir do espetáculo as camadas mais populares – lógica esta aqui debatida a partir da obra do geógrafo Gilmar Mascarenhas (2013, 2014).

Nesse sentido, outra reflexão inferida a partir desta tese diz respeito à suposta quebra de hierarquias proporcionada pelo futebol, já amplamente debatida nas Ciências Sociais, levando-se em consideração o potencial das arquibancadas enquanto espaço capaz de colocar indivíduos de diferentes classes, credos e ideologias em patamar de igualdade, ainda que momentaneamente durante o clímax do gol. Aqui, convém citar uma célebre frase atribuída ao jogador Sócrates, representante máximo dos ideais de popularidade atrelados ao Sport Club



Corinthians Paulista: “Não há nada mais marxista ou gramsciano do que o futebol. É uma atividade que se dá ao luxo de permitir que o pior ganhe.”

Tal engodo da quebra de hierarquias por meio do futebol se estende das arquibancadas para dentro de campo justamente ao se considerar a premissa de que a ascensão social por meio do futebol dependeria única e exclusivamente das habilidades individuais do atleta – assuntos estes que foram debatidos mais a fundo no segundo capítulo desta tese, em uma correlação com o discurso da idolatria que conduz a certas representações sociais dos jogadores, o que também retroalimenta certos mitos em torno do futebol enquanto instrumento de mobilidade social. Nesse contexto, a perpetuação da narrativa jornalística da trajetória clássica do herói – jogador de origem humilde que, por mérito próprio, conquista sucesso, fama e dinheiro, tornando-se redentor de toda uma comunidade cujos membros, vale lembrar, passam ao largo de tais conquistas – leva a reflexões sobre o papel social do jornalismo enquanto prática cidadã e alicerce da democracia.

Nessa seara das construções imaginárias replicadas pelo jornalismo esportivo, também é possível responder, mesmo que timidamente, a pergunta contida no quarto objetivo específico desta tese, conforme consta na introdução do trabalho: por que os estereótipos de time do povo e time da elite seguem rotineiramente retroalimentados pelo discurso midiático, ainda que não correspondam à trajetória contemporânea das agremiações? Decerto, os limites teórico-metodológicos desta tese me impedem de dar uma resposta mais satisfatória a esse questionamento, contudo, os resultados aqui evidenciados a partir da correlação entre os depoimentos dos jornalistas entrevistados e as contribuições teóricas do quadro de referências sinalizam pistas instigantes. Uma delas é o fato de que os torcedores parecem não estar interessados em se aprofundar na origem de tais estereótipos. A eles, a dicotomia entre “povo” e “elite” se basta nos termos da rivalidade: negar aquilo que o rival é. Já em relação ao jornalismo esportivo, retroalimentar esses estereótipos seria uma das formas de garantir o enlace com a audiência, justamente porque a cultura torcedora se utiliza disso para manifestar seu pertencimento clubístico.

Aqui, vale um adendo para ressaltar que essa pretensa disputa de classes reforçada pelos veículos midiáticos não necessariamente está atrelada à incitação de violência entre os torcedores. Ainda que essa ponderação demande novas pesquisas para se chegar a um resultado efetivo, é possível depreender, nos limites desta tese, que o embate entre o time do povo e o time da elite operaria mais como um mero componente das sociabilidades entre as torcidas rivais do que como um elemento de tensão. Tanto que, cabe reforçar, saber quem é o legítimo time do povo é o que realmente importa sob a ótica da cultura torcedora, a despeito do(s)

modo(s) como esses estereótipos se constroem, se consolidam e se retroalimentam por agentes diversos e em meio a aspectos históricos, culturais e sociais bastante característicos. Essa contextualização, inclusive, parece encontrar um terreno mais fértil na Academia do que no jornalismo esportivo.

Propondo uma justificativa para isso, retomo o depoimento do jornalista Marcelo Barreto em entrevista concedida a mim no percurso empírico desta tese, quando falávamos sobre a Copa do Catar, um país autocrático e regido por uma legislação que viola os Direitos Humanos: “No momento da narração ou da cobertura eu não vou falar que o Catar é isso, aquilo, aquilo outro.” (BARRETO, 2022, s/p.). De acordo com Barreto, embora o futebol esteja intimamente conectado às questões sociais, o apito inicial do jogo representa o momento da “fruição” do esporte, nesse sentido, levantar certos temas seria incompatível com a atmosfera lúdica do “espetáculo”: “Vai começar Portugal e Argentina pela Copa. Messi de um lado e Cristiano Ronaldo do outro. Aí você vai dizer assim: ‘Foi dado o apito inicial para o jogo no Catar, esse país que desrespeita as liberdades individuais’...não, né?” (s/p.).

Ainda que esse raciocínio possa soar controverso do ponto de vista da função social do jornalismo, convém retomar outro argumento do próprio Barreto (2022, s/p.) ao recordar um conselho costumeiro nas redações: “Eu me lembro sempre de uma frase do Seu Armando Nogueira. Ele dizia pra gente: ‘Sem um pouquinho de hipocrisia a gente não consegue levar essa vida’”. O jornalista Juca Kfourri, inclusive, enaltece essa dimensão acolhedora e afetiva das Redações, apesar de ter construído sua carreira denunciando mazelas sociais mediadas pelo futebol no Brasil. Kfourri toma um ditado espanhol como seu melhor conselheiro: “*Redacciones aburridas hacen periódicos aburridos*”, explicando o motivo de não conseguir dissociar uma cobertura, por mais densa que seja, do afeto, “porque, se não for com afeto, as coisas não valem a pena” (KFOURI, 2022, s/p.). Aqui, vale transcrever na íntegra nosso diálogo:

Juca Kfourri (J.K.): Se você não tocar uma Redação com amor, com alegria, com espírito de grupo... por mais tensa que seja a profissão, por mais cobrança que haja na profissão, por mais prazos que haja na profissão...

Thalita Neves (T.N.): ...talvez por haver tantos prazos e cobranças é que a gente tenha que aliviar por esse lado.

J.K.: Isso. Você tem que ter confiança nas pessoas e cê tem que saber que um não larga a mão do outro. Thalita, sempre que eu faço palestra pra estudante, eu digo que não acredito em jornalista que não queira melhorar a esquina da rua onde mora, a cidade onde vive, o país em que nasceu e, com o perdão da pretensão, melhorar o mundo. Se não for isso...

T.N.: ...tá no lugar errado.

J.K.: Aí vai ser publicitário! Pagam muito melhor. Mas, se eu escolhi essa profissão, foi de alguma maneira pra exercer aquela militância – que num determinado momento da minha vida me punha em risco de ser preso, de ser morto e tal – na profissão de jornalista. Tem muito jornalista que me diz: “Ah! Não me venha com missão. Jornalista é uma profissão como outra qualquer.” Pra mim não.

T.N.: Eu acho extremamente missionário.

J.K.: Eu também! Esse caráter de fazer as coisas com amor é o que nos distingue.

Em referência ao título de seu livro de memórias, *Confesso que perdi*, Juca Kfouri (2022) explica de onde vem a sensação de derrota: “Hoje, eu olho a minha retrospectiva e digo: por que que eu confesso que perdi? Porque cinquenta anos atrás eu sonhava com um país e cinquenta anos depois eu continuo a sonhar com esse país.” Nesta entrevista que, reitero, foi realizada às vésperas das eleições presidenciais de 2022, Kfouri, embora “confesse que perdeu”, relembra o “momento em que até a *The Economist* reconheceu que o Brasil decolava, com um operário que pôs o pobre no orçamento e tirou tanta gente da linha de pobreza e do mapa da fome”. Nesse contexto, o jornalista ressalta, esperançoso: “O ‘confessar que perdi’ não significa que eu tenha desistido. Eu tô correndo atrás de ganhar ainda.” (KFOURI, 2022, s/p.):

Thalita Neves (T.N.): No epílogo do livro você cita uma frase do Evaristo Arns que é mais ou menos a esse respeito.

Juca Kfouri (J.K.): Exatamente. Se a festa não chegou é porque a luta continua: “Não há derrotas definitivas para o povo”, diz Dom Paulo Evaristo Arns. E tamo aí de novo, Thalita. Passamos todo esse período desgraçado de 2013 pra cá, né? São nove anos que esse inferno começou no Brasil, que a gente descobriu que tem aí 20% de brasileiros... que a gente viu com quem nós vamo ter que lidar. Mas nós vamo ganhar! E se há alguém capaz de convencer 10% desses vinte, é esse pernambucano, que passou fome...

T.N.: ...torneiro mecânico.

J.K.: Torneiro mecânico. Absolutamente brilhante.

T.N.: E corintiano.

J.K.: Corintiano! Vascaíno no Rio, cê sabe, né?

T.N.: Bom, dois clubes com ideais bem populares.

Ainda a respeito de Luiz Inácio “Lula” da Silva, Juca Kfouri (2022, s/p.) se recorda emocionado do momento em que foi visitá-lo na prisão e se surpreendeu com tamanha articulação daquele que viria a retomar a presidência do Brasil em janeiro de 2023: “Ele me disse: ‘Juquinha, é o seguinte: quando eu sair daqui, cê nunca mais vai me ouvir falar em distribuição de renda. Eu vou passar a falar de distribuição de riqueza.’” Essas recordações de Kfouri, junto ao contexto eleitoral em que seu deu o percurso empírico desta tese, me remeteram

de imediato a uma lembrança que, em minha percepção, sintetiza várias questões aqui debatidas com algum nível de profundidade.

Trata-se do diálogo de Gilberto Gil com o ator Lázaro Ramos, convidado para uma edição de 2019 de seu programa *Amigos, Sons e Palavras*. Em determinado momento da conversa, Lázaro lhe diz que, apesar de todo ativismo e militância, sofre de uma certa tendência a desanimar diante dos problemas sociais do Brasil. Ao que Gil, com a sabedoria e singeleza que lhe são características, responde, aludindo a uma famosa frase do filósofo português Agostinho da Silva: “Não adianta desanimar não. O rio da história é caudaloso. [...] Um país imenso como esse, com tanta riqueza... Um país admirado pelo resto do mundo! [...] O Brasil é maior do que tudo isso. *Não há abismo em que o Brasil caiba.*” Terminei esta tese de pleno acordo.

## REFERÊNCIAS

ALCOBA, Antonio. *Periodismo Deportivo*. Madrid: Síntesis, 2005.

ALEXANDRINO, Beatriz; ÁVILA, Janaína; MAGALHÃES, Mateus; PADILHA, Estéfane. Futebol e Violência em Maceió: a influência midiática na rivalidade entre CRB e CSA. *Anais do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste*. Caruaru, 2016.

ALMEIDA, Silvio. *Racismo Estrutural*. São Paulo: Editora Jandaíra, 2019.

ALVES, Rogério. A construção da rivalidade entre Atlético e Cruzeiro: uma perspectiva histórica. *Anais do XVII Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte*. Porto Alegre, 2011.

AMADO, Jorge. *Bahia de Todos-os-Santos: guia de ruas e mistérios de Salvador*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

AMPARO, André; NOLASCO, Gustavo. *Em Busca da História do Cruzeiro*. Belo Horizonte: Instituto Palestra Itália, 2021. Disponível em: <https://youtu.be/q67VTbH3tzo>. Acesso em: 15 abr. 2022.

ANDRÉ, Marco. GODINHO, Gustavo. *Paysandu: 100 Anos de Payxão*. Rio de Janeiro: Urca Filmes, 2015. Disponível em: <https://youtu.be/3YNVuEwxBAk>. Acesso em: 1 jul. 2019.

ANJOS, Márvio. Depoimento em: TERRA, Renato. *Fla x Flu: 40 Minutos Antes do Nada*. São Paulo: Sentimental Filme, 2013.

ASBEG, Pedro. *Democracia em Preto e Branco*. São Paulo: ESPN Brasil, 2014. Disponível em: <https://youtu.be/ydj0Wb4yILo>. Acesso em: 6 jun. 2022.

AZEVEDO, Gilmar de. Na pele da imagem: o mito do gaúcho em O tempo e o vento. In: MELO, José Marques de; PERUZZO, Cicilia M. Krohling; KUNSCH, Waldemar Luiz. *Mídia, regionalismo e cultura*. São Bernardo do Campo: Umesp; Passo Fundo: Editora UPF, 2003. p. 299-320.

BAIBICH, André. Os fatores que levaram ao fim o Bom Senso F.C., *GaúchaZH*, Porto Alegre, 13 jan. 2017. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/esportes/noticia/2017/01/os-fatores-que-levaram-ao-fim-o-bom-senso-f-c-9321138.html>. Acesso em: 28 mar. 2023.

BAIBICH, André. *Reis do Rio*. Joinville: Clube de Autores, 2020.

BARRETO, Marcelo. Quando o Bahia subir, *Esporte Clube Bahia*, Salvador, 8 nov. 2010. Disponível em: <https://www.esporteclubebahia.com.br/ja-leu-a-coluna-de-marcelo-barreto-sobre-o-bahia/>. Acesso em: 20 nov. 2022.

BARRETO, Marcelo. Depoimento em: CAVALCANTE, Márcio. *Bahêa Minha Vida*. Salvador: Movimento Filmes, 2011.

BARRETO, Marcelo. *Clássico é clássico. Clássico é clássico e vice-versa*. Museu do Futebol: São Paulo, 2018.

BARRETO, Marcelo. *Entrevista concedida à Thalita Neves*. Rio de Janeiro, 8 nov. 2022. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice B desta tese].

BARRETO, Marcelo. Jornalista com camisa de time me lembra que função de repórter é reportar; de torcedor, torcer, *O Globo*, Rio de Janeiro, 27 mar. 2022. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/marcelo-barreto-jornalista-com-camisa-de-time-me-lembra-que-funcao-de-reporter-reportar-de-torcedor-torcer-25450442>. Acesso em: 5 abr. 2023.

BARRETO, Plínio; BARRETO, Luiz Otávio. *De Palestra a Cruzeiro - Uma Trajetória de Glórias*. Belo Horizonte: M&B Assessoria de Imprensa, 2000.

BENETTI, Marcia. *Análise de Discurso em Jornalismo: estudo de vozes e sentidos*. Petrópolis: Vozes, 2008.

BETING, Mauro. Pago para ver. In: VILAS BOAS, Sergio (Org.). *Formação & Informação Esportiva: Jornalismo para iniciados e leigos*. São Paulo: Summus Editorial, 2005, p. 12-41.

BLANK, Pedro. *O príncipe: a real história de Dirceu Lopes*. Belo Horizonte: Asa de Papel, 2014.

BIAL, Pedro. Depoimento em: TERRA, Renato. *Fla x Flu: 40 Minutos Antes do Nada*. São Paulo: Sentimental Filme, 2013.

BORGES, Amon. Túlio Maravilha escala seleção de ‘futebol raiz’ com Taffarel, Romário e ele (claro), *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 2 ago. 2018. Disponível em: <https://inteligenciademercado.blogfolha.uol.com.br/2018/08/02/tulio-maravilha-escala-selecao-de-futebol-raiz-com-taffarel-romario-e-ele-claro/>. Acesso em: 26 mar. 2023.

BORGES; MARINS JR. *Lutar, Lutar, Lutar - O Filme do Galo*. Belo Horizonte: Embaúba Filmes, 2021.

BOSCO, Francisco. Depoimento em: TERRA, Renato. *Fla x Flu: 40 Minutos Antes do Nada*. São Paulo: Sentimental Filme, 2013.

BRAGANÇA, Pedro. Depoimento em ANDRÉ, Marco. GODINHO, Gustavo. *Paysandu: 100 Anos de Payxão*. Rio de Janeiro: Urca Filmes, 2015.

BRASILEIRO, Sócrates. Depoimento em: ASBEG, Pedro. *Democracia em Preto e Branco*. São Paulo: ESPN Brasil, 2014.

BUONO, Renata; GORZIZA, Amanda; MACHADO, Lara. A nova família brasileira, *piauí*, São Paulo, 3 abr. 2023. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/nova-familia-brasileira/>. Acesso em: 8 abr. 2023.

CAMPBELL, Joseph. *O herói de mil faces*. São Paulo: Pensamento, 2007.

- CAMPOS, Fernando. *A construção do espaço de representação do futebol, em Curitiba-PR*. 2006. 228 f. Dissertação (Mestrado em Geografia), Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2006.
- CAPRARO, André. *O Estádio Joaquim Américo: a “Arena da Baixada” e a identidade clubística do torcedor do Clube Atlético Paranaense*. Campos. Curitiba, v. 5, n. 1, p. 131-149, 2004.
- CARDIA, Rodrigo. *“Jean Marie, o Brasil vai até o Chui”*: Futebol e identidade “gaúcha” nas páginas da Folha Esportiva (1967-1972). 2009. 78 f. Monografia (Graduação em História), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.
- CARDOSO, Paulino de Jesus Francisco; RASCHE, Karla Leandro. Figueirense: o bairro da Figueira e o nascimento de um clube. In: VAZ, Alexandre Fernandez; DALLABRIDA, Norberto (Orgs). *O futebol em Santa Catarina*. Histórias dos clubes (1910-2014). Florianópolis: Insular, 2014. p. 17-45.
- CARDOSO, Paulino de Jesus Francisco; RASCHE, Karla Leandro. Cidadania e expectativas no bairro da Figueira: o surgimento do Figueirense Foot Ball Club (Florianópolis/SC, 1921-1951). *Vozes, Pretérito & Devir*, Piauí, v. 5, n. 1, p. 77-98, 2016.
- CARNEIRO, Marcos. Depoimento em: CAVALCANTE, Márcio. *Bahêa Minha Vida*. Salvador: Movimento Filmes, 2011.
- CARNEIRO, Raphael. *Ba x Vi: uma paixão sem limites*. Editora Plus: Salvador, 2009.
- CARVALHO, José Eduardo de. O discurso esportivo. In: VILAS BOAS, Sergio (Org.). *Formação & Informação Esportiva: Jornalismo para iniciados e leigos*. São Paulo: Summus Editorial, 2005, p. 59-75.
- CASAGRANDE, Walter. Depoimento em: ASBEG, Pedro. *Democracia em Preto e Branco*. São Paulo: ESPN Brasil, 2014.
- CAVALCANTE, Márcio. *Bahêa Minha Vida*. Salvador: Movimento Filmes, 2011. Disponível em: <https://youtu.be/gVA2FMrIhBo>. Acesso em: 17 nov. 2022.
- CHAVES, Geovano. Depoimento em: AMPARO, André; NOLASCO, Gustavo. *Em Busca da História do Cruzeiro*. Belo Horizonte: Instituto Palestra Itália, 2021.
- CISCOTTO, Anísio. Depoimento em: AMPARO, André; NOLASCO, Gustavo. *Em Busca da História do Cruzeiro*. Belo Horizonte: Instituto Palestra Itália, 2021.
- COELHO, Paulo Vinícius. *Jornalismo Esportivo*. São Paulo. Contexto, 2003.
- COELHO, Paulo. Depoimento em: ANDRÉ, Marco. GODINHO, Gustavo. *Paysandu: 100 Anos de Payxão*. Rio de Janeiro: Urca Filmes, 2015.
- COIMBRA, David *et al.* *A História dos Grenais*. Porto Alegre: L&pm, 2009.

CORNELSEN, Elcio Loureiro; MARINHO, Matheus. Dirceu Lopes, um expoente do futebol-arte. *Ludopédio*, São Paulo, v. 123, n. 26, 2019.

COSTA, João. *A Enciclopédia do Futebol Paraense*. Belém: Cabano, 2000.

COSTA, Thiago. *Ludopédio em Casa #31: Clássicos de Belo Horizonte*. Portal Ludopédio, 2020b. Disponível em: <https://youtu.be/M6GZxMpr-RI>. Acesso em: 15 abr. 2023.

COUCEIRO, Antônio. Depoimento em ANDRÉ, Marco. GODINHO, Gustavo. *Paysandu: 100 Anos de Payxão*. Rio de Janeiro: Urca Filmes, 2015.

COUTINHO, Renato. *Um Flamengo grande, um Brasil maior: o Clube de Regatas do Flamengo e o imaginário político nacionalista popular (1930-1955)*. 2013. 196 f. Tese (Doutorado em História), Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2013.

COUTINHO, Renato. Por que nos Fla x Flus era um “Ai Jesus”? A construção da rivalidade entre Flamengo e Fluminense e o ideário da identidade nacional brasileira. *Recorde*. Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 1-5, 2016.

DAMATTA, Roberto. Esporte na Sociedade: Um Ensaio sobre o Futebol Brasileiro. In: DAMATTA, Roberto. *Universo do Futebol*. Rio de Janeiro: Pinakotek, 1982.

DAMATTA, Roberto. *O que faz o brasil, Brasil*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

DAMATTA, Roberto. *A bola corre mais do que os homens*. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

DAMO, Arlei. *Para o que der e vier: o pertencimento clubístico no futebol brasileiro a partir do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense e seus torcedores*. 1998. 247 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1998.

DAMO, Arlei. Ah! Eu Sou Gaúcho! O Nacional e o Regional no Futebol Brasileiro. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 13, n. 23, p. 87-118, 1999.

DAMO, Arlei. *Futebol e identidade social: uma leitura antropológica das rivalidades entre torcedores e clubes*. Porto Alegre: Ed. Universidade UFRGS, 2002.

DIÁRIO DA MANHÃ. Torcida do Goiás é a maior do Estado, diz pesquisa, *Diário da Manhã*, Goiânia, 15 mar. 2022. Disponível em: <https://www.dm.com.br/esportes/2022/03/torcida-do-goias-e-a-maior-do-estado-diz-pesquisa>. Acesso em: 10 abr. 2023.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge; NOVELLI, Ana Lucia Romero (Orgs.). *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Atlas, 2008, p. 62-83.

ELIADE, Mircea. *Mito e realidade*. Tradução de Pola Civelli. São Paulo: Perspectiva, 1972.

ENGENHEIROS DO HAWAII. *Anoiteceu em Porto Alegre*. Álbum: O Papa é Pop, 1990.



ESPORTE CLUBE BAHIA. Há exatos 27 anos, reconquistávamos o Brasil, *Esporte Clube Bahia*, Salvador, 19 fev. 2016. Disponível em: <https://www.esporteclubebahia.com.br/bibrasileiro/>. Acesso em: 26 mar. 2023.

FAUSTINI, Vinícius. Um título de glória! Há 30 anos, o Bahia chegava ao topo do país, *Lance!*, Salvador, 19 fev. 2019. Disponível em: <https://www.lance.com.br/futebol-nacional/anos-bahia-era-campeao-brasileiro.html>. Acesso em: 26 mar. 2023.

FELIPPE, Fábio. “*No coração da torcida*”: a fundação do Figueirense Foot-Ball Club na década de 1920. 2001. 50 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação), Universidade do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

FERREIRA, Guilherme. “*Flamengo, time de favelado!*”: Representações sociais do Flamengo na mídia impressa dos anos 1930 aos 1960. 2013. 111 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

FERREIRA, Marcelo. Democratização da Gestão e Governança Corporativa no Futebol Brasileiro - Um Estudo de Caso sobre o Esporte Clube Bahia. *Revista de Gestão e Negócios do Esporte (RGNE)*. São Paulo, v. 4, p. 1-18, n. 2, 181-198, 2019.

FERREIRA, Priscila. *Ludopédio em Casa #31: Clássicos de Belo Horizonte*. Portal Ludopédio, 2020. Disponível em: <https://youtu.be/M6GZxMpr-RI>. Acesso em: 15 abr. 2023.

FLORENZANO, José. *A democracia corinthiana: práticas de libertação no futebol brasileiro*. 2003. 306 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2003.

FLORES, Midi. *Ludopédio em Casa #25: Rivalidade Re-Pa, o maior clássico do Brasil?* Portal Ludopédio, 2020. Disponível em: <https://youtu.be/uJsM610fgfw>. Acesso em: 28 mar. 2023.

FRANCO, Michel. *Ludopédio em Casa #26: especial Clássicos Goianos*. Portal Ludopédio, 2020. Disponível em: <https://youtu.be/BMJkX9EhTyQ>. Acesso em: 7 abr. 2023.

FREITAS, Aline. *Não É Só Futebol: uma análise dos laços de afetos que envolvem os torcedores do Clube do Remo, a partir de processos socioculturais comunicativos*. 2017. 152 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação), Universidade Federal do Pará. Belém, 2017.

FREITAS, Aline. *Ludopédio em Casa #25: Rivalidade Re-Pa, o maior clássico do Brasil?* Portal Ludopédio, 2020. Disponível em: <https://youtu.be/uJsM610fgfw>. Acesso em: 28 mar. 2023.

GALERA, Daniel. *Barba ensopada de sangue*. São Paulo: Companhia das Letras, 2012.

GARCIA, Carlos. Cinco representações do gaúcho na literatura, *Culturíssima*, Porto Alegre, 29 set. 2015. Disponível em: <http://culturissima.com.br/colunistas/cinco-representacoes-do-gaoucho-na-literatura/>. Acesso em: 20 out. 2021.

GASTALDO, Edison. Uma arquibancada eletrônica: reflexões sobre futebol, mídia e sociabilidade no Brasil. *Campos*. Curitiba, v. 6, p. 113-123, 2005.

GASTALDO, Edison. As relações jocosas futebolísticas. Futebol, sociabilidade e conflito no Brasil. *Mana*. Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, p. 311-325, 2010.

GAUDÊNCIO, Itamar. *Do bola-pé ao Re x Pa: a popularização do futebol em Belém do Pará (1931-1941)*. 2003. 87 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em História), Universidade Federal do Pará. Belém, 2003.

GERCHMANN, Léo. *Somos Azuis, Pretos e Brancos*. Porto Alegre: L&pm, 2015.

GERCHMANN, Léo. *Viagem à alma tricolor em 7 epopeias*. Porto Alegre: AGE, 2016.

GIL, Gilberto. *Amigos, Sons e Palavras*. Entrevista com Juca Kfourri. Rio de Janeiro, Canal Brasil, 2019. Disponível em: [https://youtu.be/ly\\_oakEB-CA&t=1s](https://youtu.be/ly_oakEB-CA&t=1s). Acesso em: 10 abr. 2023.

GIL, Gilberto. *Amigos, Sons e Palavras*. Entrevista com Lázaro Ramos. Rio de Janeiro, Canal Brasil, 2019. Disponível em: [https://youtu.be/ly\\_oakEB-CA&t=1s](https://youtu.be/ly_oakEB-CA&t=1s). Acesso em: 29 abr. 2023.

GLOBO ESPORTE. Cruzeiro goleia Bahia por 7 x 0 no Campeonato Brasileiro, *Globo Esporte*, Salvador, 14 dez. 2003. Disponível em: <https://ge.globo.com/video/em-2003-cruzeiro-goleia-bahia-por-7-a-0-no-campeonato-brasileiro-1558574.ghtml>. Acesso em: 15 abr. 2023.

GLOBO ESPORTE. Bahia e Vitória sofrem com rebaixamento para a terceira, *Globo Esporte*, Salvador, 10 set. 2005. Disponível em: <https://ge.globo.com/video/em-2005-bahia-e-vitoria-sofrem-com-rebaixamento-para-a-terceirona-2128493.ghtml>. Acesso em: 15 abr. 2023.

GLOBOESPORTE.COM. Clube do Remo comemora os 10 anos do título da Série C do Brasileiro, *globoesporte.com*, Belém, 20 nov. 2015. Disponível em: <https://ge.globo.com/pa/futebol/times/remo/noticia/2015/11/clube-do-remo-comemora-os-10-anos-do-titulo-da-serie-c-do-brasileiro.html>. Acesso em: 28 mar. 2023.

GLOBOESPORTE.COM. Remo é campeão paraense pela 47ª vez; veja a lista com os maiores vencedores, *globoesporte.com*, Belém, 6 abr. 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/pa/futebol/campeonato-paraense/noticia/2022/04/06/remo-e-campeao-paraense-pela-47a-vez-veja-a-lista-com-os-maiores-vencedores.ghtml>. Acesso em: 15 abr. 2023.

GLOBOESPORTE.COM. Remo é o único clube da Série C entre as 20 maiores médias de público em 2022, *globoesporte.com*, Belém, 15 jul. 2022. Disponível em: <https://ge.globo.com/pa/futebol/times/remo/noticia/2022/07/15/remo-e-o-unico-clube-da-serie-c-entre-as-20-maiores-medias-de-publico-em-2022.ghtml>. Acesso em: 28 mar. 2023.

GLOBOESPORTE.COM, ABC líder com folga, Papão e Bahia na disputa pelo 50º título e briga acirrada no Clássico-Rei: veja os maiores campeões estaduais, *globoesporte.com*, Belém, 25 jan. 2023. Disponível em: <https://ge.globo.com/pa/futebol/noticia/2023/01/25/abc-lider-com-folga-papao-e-bahia-na-disputa-pelo-50o-titulo-e-briga-acirrada-no-classico-rei-veja-os-maiores-campeoes-estaduais.ghtml>. Acesso em: 15 abr. 2023.

GOFFMAN, Erving. *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. Tradução de Mathias Lambert. Rio de Janeiro: LTC, 1988.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes, 1998.

GOG. *Eu e Lenine (A Ponte)*. Álbum: Tarja Preta, 2004.

GOMES, João. Depoimento em: CAVALCANTE, Márcio. *Bahêa Minha Vida*. Salvador: Movimento Filmes, 2011.

GONÇALVES, João Marcos; SILVA, Alexsander. O futebol na geografia: a difusão socioespacial do futebol em Goiânia. *Boletim Goiano de Geografia*, v. 31, n. 1, p. 165-172, 2011.

GONZALEZ, Lélia; HASENBALG, Carlos. *Lugar de negro*. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1982.

GUAZZELLI, Cesar. 500 Anos de Brasil, 100 Anos de Futebol Gaúcho: Construção da 'Província de Chuteiras'. *Anos 90*. Porto Alegre, n. 13, p. 21-50, 2000.

GUEDES, Simoni. *O Brasil no campo de futebol: estudos antropológicos sobre os significados do futebol brasileiro*. Niterói: EDUFF, 1998.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Elogio da beleza atlética*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

HELAL, Ronaldo. *O que é sociologia do esporte*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1990.

HELAL, Ronaldo. *Passes e impasses: futebol e cultura de massa no Brasil*. Petrópolis: Vozes, 1997.

HELAL, Ronaldo. Mídia, Ídolos e Heróis do Futebol. *Comunicação, Movimento e Mídia na Educação Física*. Santa Maria, v. 2, p. 32-52, 1999.

HELAL, Ronaldo. A construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro. *ALCEU*. Rio de Janeiro, v. 4, n. 7, p.19-36, 2003.

HELAL, Ronaldo. Futebol e comunicação: a consolidação do campo acadêmico no Brasil. *Comunicação Mídia e Consumo*. São Paulo, v. 8, n. 21, p. 11-37, 2011.

HELAL, Ronaldo. Futebol, Comunicação e Nação: a trajetória do campo acadêmico. In: MARQUES, José Carlos; MORAIS, Osvando (Orgs.). *Esportes na Idade Mídia: diversão, informação e educação*. São Paulo: Intercom, 2012, v. 1, p. 139-168.

HELAL, Ronaldo; GORDON JR., Cesar. Sociologia, história e romance na construção da identidade nacional através do futebol. In: HELAL, Ronaldo; LOVISOLO, Hugo; SOARES, Antônio Jorge. *A invenção do país do futebol: mídia, raça e idolatria*. Rio de Janeiro: Maud, 2001.

HELAL, Ronaldo; SOARES, Antonio Jorge. O declínio da pátria de chuteiras: futebol e identidade nacional na Copa do Mundo de 2002. *Anais do XII Congresso da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. Recife, 2003.

HOBBSAWM, Eric; RANGER, Terence (Org.). *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.

HOLLAND, Carolina. Conheça a história da Ponte Hercílio Luz, em Florianópolis, *g1*, 30 dez. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2019/12/30/conheca-a-historia-da-ponte-hercilio-luz-em-florianopolis.ghtml>. Acesso em: 16 abr. 2023.

HUIZINGA, Johan. *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva, 1971.

JARY, Marcus. Futebol, sociabilidade e psicologia de massas: ritos, símbolos e violência nas ruas de Goiânia. *Pensar a Prática*. Goiânia, v. 10, n. 1, p. 99-115, 2007.

JUNIOR, Paulo. Charles, Fonte Nova, Bahia: há 30 anos, o bicho pegou na Copa América no Brasil, *Puntero Izquierdo*, 15 fev. 2019. Disponível em: <https://medium.com/puntero-izquierdo/charles-fonte-nova-bahia-h%C3%A1-30-anos-o-bicho-pegou-na-copa-am%C3%A9rica-no-brasil-ed0369fc80c4>. Acesso em: 26 mar. 2023.

KFOURI, Juca. Depoimento em: CAVALCANTE, Márcio. *Bahêa Minha Vida*. Salvador: Movimento Filmes, 2011.

KFOURI, Juca. Depoimento em: ASBEG, Pedro. *Democracia em Preto e Branco*. São Paulo: ESPN Brasil, 2014.

KFOURI, Juca. *Confesso que perdi: memórias*. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

KFOURI, Juca. Depoimento em: GIL, Gilberto. *Amigos, Sons e Palavras*. Rio de Janeiro, Canal Brasil, 2019.

KFOURI, Juca. *Entrevista concedida à Thalita Neves*. São Paulo, 8 set. 2022. [A entrevista encontra-se transcrita no Apêndice A desta tese].

KLEITON & KLEDIR. *Deu pra ti*. Álbum: Kleiton & Kledir, 1981.

KLÜSER, Adalberto; MATOS, Felipe; DIAMANTARAS, Apóstolo. *O time da raça: Almanaque de 90 anos do Avaí Futebol Clube*. Blumenau: Nova Letra, 2014.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *Os elementos do jornalismo*. Tradução de Wladir Dupont. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

KOWALSKI, Marizabel. *Por que Flamengo?*. 2001. 392 f. Tese (Doutorado em Educação Física), Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, 2001.

LAGE, Marcus. *“Era uma vez um grande”*: O mito da decadente aristocracia americana. 2020a. 306 f. Tese (Doutorado em História), Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2020a.

LAGE, Marcus. *Ludopédio em Casa #31: Clássicos de Belo Horizonte*. Portal Ludopédio, 2020b. Disponível em: <https://youtu.be/M6GZxMpr-RI>. Acesso em: 15 abr. 2023.

LAIBIDA, Luiz. *Raposas e outsiders no futebol paranaense: um estudo sobre relações de poder e genealogia*. 2016. 289 f. Tese (Doutorado em Sociologia), Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2016.

LEÃO, George. *Futebol em Goiânia: sociabilidades e espaços*. 2016. 110 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social), Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2016.

LEANDRO, Paulo. *Ba-Vi: da assistência à torcida. A metamorfose nas páginas esportivas*. 2011. 168 f. Tese (Doutorado em Comunicação), Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2011.

LEE, Rita. Depoimento em: ASBEG, Pedro. *Democracia em Preto e Branco*. São Paulo: ESPN Brasil, 2014.

LEIFERT, Tiago. Evento esportivo não é lugar de manifestação política, *GQ*, São Paulo, 26 fev. 2018. Disponível em: <https://gq.globo.com/Colunas/Tiago-Leifert/noticia/2018/02/evento-esportivo-nao-e-lugar-de-manifestacao-politica.html>. Acesso em: 28 mar. 2023.

LEONEL JÚNIOR, Gladstone. (Org.). *O Time do Povo Mineiro*. Rio de Janeiro: Foot Books, 2021.

LEVER, Janet. *A loucura do futebol*. Rio de Janeiro: Record, 1983.

LIMA, Glauco. Depoimento em: ANDRÉ, Marco. GODINHO, Gustavo. *Paysandu: 100 Anos de Payxão*. Rio de Janeiro: Urca Filmes, 2015.

LISBOA, Silvia; BENETTI, Marcia. O jornalismo como crença verdadeira justificada. *Brazilian Journalism Research*. Brasília, v. 11, n. 2, p. 10-29, 2016.

LOUZADA, Roberto. Identidade e rivalidade entre os torcedores de futebol da cidade de São Paulo. *Esporte e Sociedade*. Niterói, n. 17, 2011.

LYRA FILHO, João. *Introdução à psicologia dos desportos*. Rio de Janeiro: Record, 1983.

MACHADO, Alisson *et al.* Meio século de RBS TV: a construção de uma identidade gaúcha para si e seu público. *Anais do 9º Encontro Nacional de História da Mídia*. Ouro Preto, 2013.

MAFFESOLI, Michel. *O ritmo da vida: variações sobre o imaginário pós-moderno*. Tradução de Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Record, 2007.

MAGALHÃES, Alberto. Depoimento em: ANDRÉ, Marco. GODINHO, Gustavo. *Paysandu: 100 Anos de Payxão*. Rio de Janeiro: Urca Filmes, 2015.

MAGGIE, Yvonne. *Guerra de orixá: um estudo de ritual e conflito*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

MALAIÁ, João. JÚNIOR, Ary. Vantagem competitiva na construção e na manutenção da identidade de uma organização esportiva. *Estudios Históricas*. Rivera, año IX, n. 18, 2017.

MAAKAROUN, Bertha. Dante de Oliveira: quatro décadas da emenda que mudou a história do país, *Estado de Minas*, Belo Horizonte, 11 abr. 2023. Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2023/04/11/interna\\_politica,1479741/dante-de-oliveira-quatro-decadas-da-emenda-que-mudou-a-historia-do-pais.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2023/04/11/interna_politica,1479741/dante-de-oliveira-quatro-decadas-da-emenda-que-mudou-a-historia-do-pais.shtml). Acesso em: 15 abr. 2023.

MARCONI, Romero. Depoimento em: AMPARO, André; NOLASCO, Gustavo. *Em Busca da História do Cruzeiro*. Belo Horizonte: Instituto Palestra Itália, 2021.

MARQUES, José Carlos. O estigma de ser jornalista esportivo: a discriminação do profissional de esporte na imprensa brasileira. *Anais do XXVI Congresso Nacional de Ciências da Comunicação*. Belo Horizonte, 2003.

MARTINS, Fernando; VELOSO, Thiago. *A influência do futebol no processo eleitoral: o caso Túlio Maravilha*. 2010. 124f. Monografia (Graduação em Comunicação Social), Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2010.

MARTINS, Mariana; REIS, Heloisa. Significados de democracia para os sujeitos da Democracia Corintiana. *Movimento*. Porto Alegre, v. 20, n. 1, p. 81-101, 2014.

MASCARENHAS, Gilmar. Football, globalisation and local identity in Brazil. *Esporte e Sociedade*. Niterói, v. 3, p. 1-14, 2008.

MASCARENHAS, Gilmar. Um jogo decisivo, mas que não termina: a disputa pelo sentido da cidade nos estádios de futebol. *Cidades*. Rio Claro, v. 10, n. 17, p. 142-170, 2013.

MASCARENHAS, Gilmar. *Entradas e Bandeiras: a conquista do Brasil pelo futebol*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2014.

MATOS, Felipe. *Ludopédio em Casa #30: Rivalidades Catarinenses: Avaí x Figueirense*. Portal Ludopédio, 2020. Disponível em: [https://youtu.be/67OIBT8\\_r\\_E](https://youtu.be/67OIBT8_r_E). Acesso em: 21 jun. 2021.

MATTOS, Sílvia. *Memórias e cidade: lembranças do bairro da Vila Nova - 1930 ao presente*. 2008. 151 f. Dissertação (Mestrado em História), Universidade de Brasília, Brasília, 2008.

MELLO, Matheus Simões. *Complexidades identitárias em Santa Catarina: análise de narrativas de rivalidade entre times catarinenses na mídia esportiva impressa local (2009-2018)*. 2020. 344 f. Tese (Doutorado em Jornalismo), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2020.

MEWIS, Joe. The top 50 football derbies in the world 10-1: Who gets the top spot as we conclude our countdown?, *mirror.co*, London, 13 out. 2017. Disponível em: <https://www.mirror.co.uk/sport/football/news/top-50-football-derbies-world-11313880>. Acesso em: 20 out. 2021.

MONTEIRO, Adilson. Depoimento em: ASBEG, Pedro. *Democracia em Preto e Branco*. São Paulo: ESPN Brasil, 2014.

MONTEIRO, Danilo. Há 15 anos: o gol na Bombonera que valeu dois títulos mundiais a Iarley, *Placar*, São Paulo, 24 abr. 2018. Disponível em: <https://placar.abril.com.br/placar/ha-15-anos-o-gol-na-bombonera-que-valeu-dois-titulos-mundiais-a-iarley/>. Acesso em: 25 mar. 2023.

MONTEIRO, Sinei. *Futebol, ditadura e trabalho: uma análise das relações políticas e sociais no campo desportivo paraense (1964-1978)*. 2009. 163 f. Dissertação (Mestrado em História), Universidade Federal do Pará, Belém, 2009.

MURAD, Mauricio. *A violência no futebol*. São Paulo: Benvirá, 2012.

NARCIZO, Makchwell. *Ludopédio em Casa #26: especial Clássicos Goianos*. Portal Ludopédio, 2020. Disponível em: <https://youtu.be/BMJkX9EhTyQ>. Acesso em: 7 abr. 2023.

NICOLAI, Millo. Depoimento em: AMPARO, André; NOLASCO, Gustavo. *Em Busca da História do Cruzeiro*. Belo Horizonte: Instituto Palestra Itália, 2021.

NETO, Georgino. *A invenção do torcer em Bello Horizonte: Da assistência ao pertencimento clubístico (1904-1930)*. 2010. 130 f. Dissertação (Mestrado em Lazer), Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010.

NEVES, Thalita. *Jornalismo esportivo: narrativas e possibilidade de isenção na cobertura de Atlético e Cruzeiro pelo jornal Estado de Minas*. 2013. 116 f. Monografia (Graduação em Jornalismo), Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2013.

NEVES, Thalita. *Jornalismo esportivo: Jornalismo esportivo e a cobertura da rivalidade GreNal em 2016: o título do Grêmio e o rebaixamento do Inter*. 2018. 431 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2018.

NORONHA, Sérgio. Clube do Remo e Paysandu SC. *Clássico é clássico e vice-versa*. Museu do Futebol: São Paulo, 2018.

OLIVEIRA, Vandik. Depoimento em: ANDRÉ, Marco. GODINHO, Gustavo. *Paysandu: 100 Anos de Payxão*. Rio de Janeiro: Urca Filmes, 2015.

OLIVETTO, Washington. Depoimento em: ASBEG, Pedro. *Democracia em Preto e Branco*. São Paulo: ESPN Brasil, 2014.

ORLANDI, Eni. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 2001.

PAIVA, Fred. Sempre Um Papo com Fred Melo Paiva, *Sempre Um Papo*, Belo Horizonte, 18 mar. 2020. Disponível em: <https://youtu.be/c6deqMu0Fk8>. Acesso em: 20 abr. 2023.

PAIVA, Fred. *O atleticano vai ao paraíso: do quase rebaixamento à conquista do título impossível*. Belo Horizonte: Clube Atlético Mineiro, 2013.

PARKINSON, Gary. FourFourTwo's 50 Biggest Derbies in the World, *fourfourtwo.com*, London, 25 abr. 2016. Disponível em: <https://www.fourfourtwo.com/features/fourfourtwos-50-biggest-derbies-world>. Acesso em: 20 out. 2021.

PELÁ, Márcia. *Goiânia: o mito da cidade planejada*. 2009. 165 f. Dissertação (Mestrado em Geografia), Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2009.

PELÁ, Márcia. Deslizamento de sentidos no processo de construção e ocupação da primeira cidade planejada do Brasil no século XX: Goiânia-GO. *Anais do XIII Encuentro de Geógrafos de América Latina*. San José, 2011.

PEREIRA, Camila. Bom Senso F. C.. *Ludopédio*, São Paulo, v. 53, n. 1, 2013.

PEREIRA, Demétrio. Perigo vermelho, *Puntero Izquierdo*, Rio Grande do Sul, 25 set. 2017. Disponível em: <https://medium.com/puntero-izquierdo/meurival-perigo-vermelho-f0784eb84485>. Acesso em: 26 mar. 2023.

PEREIRA, Jovino. *Futebol, de esporte amador a negócio de entretenimento e lazer em uma sociedade midiaticizada*. 2003. 283 f. Dissertação (Mestrado em Administração), Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

PESAVENTO, Sandra. A invenção da sociedade gaúcha. *Ensaio FEE*. Porto Alegre, n. 14, v. 3, p. 383-396, 1993.

PIERI, Osetta. Depoimento em: AMPARO, André; NOLASCO, Gustavo. *Em Busca da História do Cruzeiro*. Belo Horizonte: Instituto Palestra Itália, 2021.

PLACAR, Renato se consolida como ídolo máximo dos gremistas, *Placar*, São Paulo, 29 nov. 2017. Disponível em: <https://placar.abril.com.br/placar/renato-se-consolida-como-ido-lo-maximo-dos-gremistas/#:~:text=O%20tricampeonato%20do%20Gr%C3%AAmio%20na,de%20uma%20est%C3%A1tua%20na%20Arena>. Acesso em: 25 mar. 2023.

POMBO, Bernardo *et al.* Ranking: com mesmo número de votos por estado, elegemos os 30 maiores clássicos do Brasil, *globoesporte.com*, Rio de Janeiro, 18 out. 2016. Disponível em: <https://glo.bo/2ehQIOa>. Acesso em: 18 out. 2021.

PONTE, Cristina. *Para entender as notícias: linhas de análise do discurso jornalístico*. Florianópolis: Insular, 2005.

PROCÓPIO, Vincenzo. Depoimento em: ANDRÉ, Marco. GODINHO, Gustavo. *Paysandu: 100 Anos de Payxão*. Rio de Janeiro: Urca Filmes, 2015.

QUEIROZ, João. *Vocabulário do futebol na mídia impressa: O glossário da bola*. 2005. 948 f. Tese (Doutorado em Letras), Universidade Estadual Paulista, Assis, 2005.

RÁDIO CLUBE, Torcida do Clube do Remo é a 6ª em ranking com 200 clubes, *Rádio Clube*, Belém, 1 fev. 2023. Disponível em: <https://radioclube.dol.com.br/torcida-do-clube-do-remo-e-a-6a-em-ranking-com-200-clubes/>. Acesso em: 28 mar. 2023.

REDE GLOBO, Globo Repórter especial conta os 50 anos de história da RBS TV, *Rede Globo*, Rio de Janeiro, 14 dez. 2012. Disponível em:



<http://redeglobo.globo.com/rs/rbstvrs/rbstv50anos/noticia/2012/12/globo-reporter-especial-conta-os-50-anos-de-historia-da-rbs-tv.html>. Acesso em: 20 out. 2021.

RELLSTAB, Clara. Bobô relembra título do Brasileirão de 1988: 'Não esperava uma festa tão grande', *O Estado de S. Paulo*, São Paulo, 11 dez. 2018. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/esportes/futebol/bobo-relembra-titulo-do-brasileirao-de-88-nao-esperava-uma-festa-ao-grande/>. Acesso em: 26 mar. 2023.

REZENDE, Claudia; COELHO, Maria Cláudia. *Antropologia das Emoções*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 2010.

REZENDE, Claudia; COELHO, Maria Cláudia (Org.). *Cultura e sentimentos: ensaios em antropologia das emoções*. Rio de Janeiro: Contra Capa/Faperj, 2011.

RIBEIRO, Djamila. *Pequeno Manual Antirracista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

RIBEIRO, Fred. Ferida aberta: há 40 anos, Atlético-MG era eliminado na Libertadores em jogo manchado de expulsões, *globoesporte.com*, Belo Horizonte, 21 ago. 2021. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/atletico-mg/noticia/ferida-aberta-ha-40-anos-atletico-mg-era-eliminado-na-libertadores-em-jogo-manchado-de-expulsoes.ghtml>. Acesso em: 20 abr. 2023.

RODA VIVA. Casagrande comenta declaração de amor a Sócrates, *TV Cultura*, São Paulo, 9 mai. 2022. Disponível em: <https://youtu.be/tmR3WkW4okY>. Acesso em: 5 abr. 2023.

SÁ, Xico. Depoimento em: ANDRÉ, Marco. GODINHO, Gustavo. *Paysandu: 100 Anos de Payxão*. Rio de Janeiro: Urca Filmes, 2015.

SÁ, Xico. *A pátria em sandálias da humildade*. Santos: Realejo, 2016.

SALLES, Rui. Depoimento em: ANDRÉ, Marco. GODINHO, Gustavo. *Paysandu: 100 Anos de Payxão*. Rio de Janeiro: Urca Filmes, 2015.

SANTANA, Rafael; PEREIRA, Thiago. "Abriu um clarão": 10 anos depois, tragédia da Fonte Nova contada por quem estava lá, *globoesporte.com*, Salvador, 24 nov. 2017. Disponível em: <https://ge.globo.com/ba/noticia/abriu-um-clarao-10-anos-depois-tragedia-da-fonte-nova-contada-por-quem-estava-la.ghtml>. Acesso em: 17 nov. 2022.

SANTOS, Felipe. Como Pelé e Romário, Túlio marca 'milésimo gol' de pênalti, em Minas, *globoesporte.com*, Belo Horizonte, 8 fev. 2014. Disponível em: <https://glo.bo/1lf4EE7>. Acesso em: 26 mar. 2023.

SANTOS, Irlan. *Clientes versus Rebeldes: novas culturas torcedoras nas arenas do futebol moderno*. Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2017.

SANTOS, Ronaldo. Conheça o Seu Raimundo, o torcedor mais antigo do Paysandu, *Paysandu Sport Club*, Belém, 30 jan. 2014. Disponível em: <http://paysandu.com.br/noticias/674/conheca-o-seu-raimundo-o-torcedor-mais-antigo-do-paysandu#:~:text=No%20final%20da%20entrevista%2C%20Seu,somente%20do%20amor%20pelo%20clube>. Acesso em 28 mar. 2023.

SÃO PAULO F.C. 1930 e 1935: conheça e entenda a história do Tricolor, São Paulo F.C., São Paulo, 25 jan. 2014. Disponível em: <http://www.saopaulofc.net/noticias/noticias/historia/2014/1/25/1930-e-1935-conheca-e-entenda-a-historia-do-tricolor>. Acesso em: 6 jun. 2022.

SAVORETTI, Stanley. Depoimento em: AMPARO, André; NOLASCO, Gustavo. *Em Busca da História do Cruzeiro*. Belo Horizonte: Instituto Palestra Itália, 2021.

SCHWARCZ, Lilia. *Retrato em branco e negro: jornais, escravos e cidadãos em São Paulo no final do século XIX*. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

SENA, João. Dois títulos mundiais, façanhas e dores: Iarley dá adeus aos gramados, *globoesporte.com*, Fortaleza, 22 ago. 2014. Disponível em: <https://glo.bo/1AE8jCX>. Acesso em: 25 mar. 2023.

SENNETT, Richard. *Construir e Habitar: ética para uma cidade aberta*. Rio de Janeiro: Record, 2018.

SILVA, Cristiano. *Vila, uma paixão*. Goiânia: Contato Comunicação, 2001.

SILVA, Gislene; SILVA, Marcos; FERNANDES, Mario (Orgs.). *Critérios de noticiabilidade: Problemas conceituais e aplicações*. Florianópolis: Insular, 2014.

SILVA, Luiz Inácio. Depoimento em: ASBEG, Pedro. *Democracia em Preto e Branco*. São Paulo: ESPN Brasil, 2014.

SILVA, Marcelino. O povo contra o povo no imaginário esportivo mineiro. *Anais do IX Congresso Nacional de Linguística e Filologia*. Rio de Janeiro, 2005.

SILVA, Marcelino. A massa faz 100 anos: futebol e sociedade em BH hoje. *Recorte*. Três Corações, v. 5, n. 2, 2008.

SILVA, Marcelino. *A construção discursiva da rivalidade entre Atlético e Cruzeiro*. 2009. Pós-doutorado (Programa Avançado de Cultura Contemporânea), Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2009.

SILVA, Marcelino. Picadinho de Raposa com sopa de Galo. In: SILVA, Silvío; DEBORTOLI, José Alfredo; SILVA, Tiago (Org.). *O futebol nas Gerais*. Belo Horizonte: UFMG, 2012.

SILVA, Murilo. *Razões econômicas para o desempenho dos clubes: o caso do E.C. Vitória e do E. C. Bahia*. 2007. 71 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Econômicas), Universidade Federal da Bahia, 2007.

SILVA, Raimundo. Depoimento em: CAVALCANTE, Márcio. *Bahêa Minha Vida*. Salvador: Movimento Filmes, 2011.

SILVA, Silvío; DEBORTOLI, José Alfredo; SILVA, Tiago (Org.). *O futebol nas Gerais*. Belo Horizonte: UFMG, 2012.

SILVA, Vanderson. Depoimento em: ANDRÉ, Marco. GODINHO, Gustavo. *Paysandu: 100 Anos de Payxão*. Rio de Janeiro: Urca Filmes, 2015.

SIMMEL, Georg. Faithfulness and gratitude. In: WOLFF, K. H. (ed.). *The sociology of Georg Simmel*. New York: Free Press, 1964, p. 379-395.

SIMMEL, Georg. A natureza sociológica do conflito. In: MORAES, Evaristo (Org.). *Simmel: sociologia*. São Paulo: Editora Ática, 1983.

SOARES, Antônio Jorge. *Futebol, raça e nacionalidade no Brasil: releitura da história oficial*. 1998. 336 f. Tese (Doutorado em Educação Física), Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro, 1998.

SOARES, Fred. Os 50 anos do incêndio que dizimou a favela que entrou para a história do Fla, *medium.com*, Rio de Janeiro, 11 mai. 2019. Disponível em: <https://medium.com/fredsoares/os-50-anos-do-inc%C3%AAndio-que-dizimou-a-favela-que-entrou-para-a-hist%C3%B3ria-do-fla-2ebba9c1250a>. Acesso em: 30 mar. 2023.

SODRÉ, Muniz. *O fascismo da cor: uma radiografia do racismo nacional*. Petrópolis: Vozes, 2023.

SOUZA, Marcelo. Depoimento em: ASBEG, Pedro. *Democracia em Preto e Branco*. São Paulo: ESPN Brasil, 2014.

TEIXEIRA, Carlos. Da infância pobre aos campos: a ascensão social de jogadores de futebol profissional. *Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte*. São Paulo, v. 15, n. 1, p. 23-40, 2016.

TEIXEIRA, Paulo. *Ludopédio em Casa #26: especial Clássicos Goianos*. Portal Ludopédio, 2020. Disponível em: <https://youtu.be/BMJkX9EhTyQ>. Acesso em: 7 abr. 2023.

TEIXEIRINHA. *Desafio do GreNal*. Álbum: Dorme Angelita, 1967.

TEIXEIRINHA. *Azul e Vermelho*. Álbum: O rei, 1969.

TEIXEIRINHA. *Isso que é desafio*. Álbum: 20 anos de glória, 1979.

TERRA, Renato. *Fla x Flu: 40 Minutos Antes do Nada*. São Paulo: Sentimental Filme, 2013. Disponível em: <https://youtu.be/tynoRS4OfqM>. Acesso em: 6 jun. 2022.

THÉRY, Hervé. Futebol e hierarquias urbanas no Brasil. *Mercator*. Fortaleza, v. 5, n. 9, p. 7-16, 2006.

TOLEDO, Luiz Henrique de. *Lógicas no futebol: dimensões simbólicas de um esporte nacional*. 2000. 322f. Tese (Doutorado em Antropologia Social), Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

TORRI, Danielle. *Ludopédio em Casa #30: Rivalidades Catarinenses: Avaí x Figueirense*. Portal Ludopédio, 2020. Disponível em: [https://youtu.be/67OIBT8\\_r\\_E](https://youtu.be/67OIBT8_r_E). Acesso em: 21 jun. 2021.

TRINDADE, Andrea. IBGE-BA: Salvador é a capital mais negra do Brasil e com a maior desigualdade salarial entre brancos e pretos, *Acorda Cidade*, Salvador, 19 nov. 2018. Disponível em: <https://www.acordacidade.com.br/noticias/ibge-ba-salvador-e-a-capital-mais-negra-do-brasil-e-com-a-maior-desigualdade-salarial-entre-brancos-e-pretos/>. Acesso em: 29 mar. 2023.

TUAN, Yi-Fu. *Espaço e lugar: a perspectiva da experiência*. São Paulo: Difel, 1983.

UOL ESPORTE. Corinthians apresenta campanha de sua religião, o 'Corinthianismo', *Uol Esporte*, São Paulo, 18 fev. 2019. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2019/02/18/corinthians-apresenta-campanha-de-sua-religiao-o-corinthianismo.htm>. Acesso em: 9 mar. 2023.

UNIVERSIDADE DO FUTEBOL. O caminho é difícil, *Universidade do Futebol*, São Paulo, 24 jan. 2018. Disponível em: <https://universidadedofutebol.com.br/2018/01/24/o-caminho-e-dificil/>. Acesso em: 28 mar. 2023.

VAZ, Alexandre. *Ludopédio em Casa #30: Rivalidades Catarinenses: Avaí x Figueirense*. Portal Ludopédio, 2020. Disponível em: [https://youtu.be/67OIBT8\\_r\\_E](https://youtu.be/67OIBT8_r_E). Acesso em: 25 jun. 2021.

VERNANT, Jean-Pierre. *Mito e pensamento entre os gregos*. São Paulo: Paz e Terra, 1990.

VERISSIMO, Érico. Um romancista apresenta sua terra. In: KREMER, Alda Cardozo *et al.* *Rio Grande do Sul: terra e povo*. 2. ed. Porto Alegre: Editora Globo, 1969. p. 3-13.

VERISSIMO, Érico. *O tempo e o vento*, parte I – O continente. 3. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2004. v. 1.

VERMINOSOS POR FUTEBOL, Em Buenos Aires, cada esquina tem um time, *Verminosos por Futebol*, Fortaleza, 25 abr. 2016. Disponível em: <https://www.verminososporfutebol.com.br/papo-serio/em-buenos-aires-cada-esquina-tem-um-time/>. Acesso em: 21 abr. 2023.

VICO, Marcello; RODRIGUES, Rodolfo. O primeiro campeão do Brasil, *Uol Esporte*, São Paulo, 29 mar. 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/reportagens-especiais/taca-brasil-a-historia-do-bahia-campeao-brasileiro-de-1959/>. Acesso em: 15 abr. 2023.

VÍCTORA, Ceres; COELHO, Maria Cláudia. A antropologia das emoções: conceitos e perspectivas teóricas em revisão. *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, v. 25, p. 7-21, 2019.

VOZÃO TV, [Passado de Glórias] Pedro Iarley, *Vozão TV*. Fortaleza, 19 nov. 2021. Disponível em: <https://youtu.be/4F48Ofma48w&t=1s>. Acesso em: 25 abr. 2023.

XAVIER, Beto. *Futebol no país da música*. São Paulo: Panda Books, 2009.

WISNIK, José Miguel. *Veneno remédio: o futebol e o Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

ZIRPOLI, Cassio. Todos os jogadores cedidos por clubes do Nordeste à Seleção Brasileira, *Cassio Zirpoli*, Recife, 12 mai. 2018a. Disponível em: <http://cassiozirpoli.com.br/todos-os-jogadores-cedidos-por-clubes-do-nordeste-a-selecao-brasileira/>. Acesso em: 26 mar. 2023.

ZIRPOLI, Cassio. 17 clubes do Nordeste no top 50 do ranking nacional de média de público, *Cassio Zirpoli*, Recife, 31 mai. 2018b. Disponível em: <https://cassiozirpoli.com.br/17-clubes-do-nordeste-no-top-50-do-ranking-nacional-de-publico-via-pluri/>. Acesso em: 15 abr. 2023.

## APÊNDICE A - Íntegra da entrevista com o jornalista Juca Kfourri

### Residência do jornalista Juca Kfourri, São Paulo, 8 set. 2022

**Thalita Neves (T.N.): Juca, lendo seu livro de memórias, o *Confesso que perdi*, me chama muita atenção quando você, corintiano, fala que tem o São Paulo como maior rival, e não o Palmeiras. E você diz isso se referindo a uma memória de infância, quando seu padrinho levava você e seus primos ao Morumbi e, na saída, se o Corinthians perdia, os tricolores gritavam pros torcedores corintianos: “Vão pegar o ônibus, seus pobres!” Como foi pra você tomar consciência dessa “disputa de classes” tão cedo? E você acha que hoje em dia essa disputa ainda é tão evidente?**

Juca Kfourri (J.K.): Thalita, veja uma coisa, isso é verdade, tá? Era uma outra realidade. Este meu padrinho tinha uma cadeira cativa no Morumbi – o Morumbi ainda em construção, mas ele já tinha uma cadeira cativa – então era a elite da elite da torcida do São Paulo. E os corintianos iam pra geral do Morumbi, né? O que mais me amargava era o fato de o Corinthians ter perdido e os torcedores que estavam saindo do estádio serem tratados desta maneira. Se você me perguntar sobre hoje, hoje eu te diria que o São Paulo tem uma torcida tão popular como a do Corinthians. O São Paulo, que era o time da elite, o time dos grã-finos, o pó de arroz – o equivalente ao Fluminense no Rio, né, chamado de pó de arroz – isso não existe mais. É tão popular como o Corinthians. É apenas menor, porque o Corinthians é maior. E ponto. A torcida do Corinthians é maior. Esse estereótipo... eu tô de pleno acordo com você, tá? Começo por aí. Eu acho que são estereótipos, mas que são estereótipos que têm alguma razão de ser, né? Por exemplo, em relação à torcida do Corinthians: o Corinthians tem uma porção de estereótipos, muito em função do fato de ser o time mais popular de São Paulo, das lutas pela democracia. É inegável que há uma franja corinthiana na história do Corinthians que tem tudo a ver com as lutas democráticas, exacerbada pela experiência da Democracia Corinthiana, que virou um caso mundial.

J.K.: Mas, veja bem: o Corinthians foi presidido por uma besta-fera chamada Wadih Helu, um deputado da Arena cujo discurso, ou um dos discursos, levou o Vladimir Herzog à prisão e à morte. E que tinha um sítio na periferia de São Paulo onde se torturava preso político. O Joaquim Câmara Ferreira – braço direito de Carlos Marighella – que eu conheci, pra quem eu dirigi, morreu sob tortura no sítio do Wadih Helu. Então, veja, que democratas são esses os corintianos? Nós, os corintianos, no caso? Agora, durante muito tempo, e principalmente durante o período de jejum de títulos do Corinthians, o sofrimento que de uma maneira surpreendente fez com que a torcida do Corinthians crescesse em vez de diminuir, era muito associado ao fato de ser o time dos nordestinos, o time dos negros, enfim, o time do povão, né? E a gente dizia, Thalita, que a gente ia a campo menos pra ver o time do Corinthians e mais pra nos vermos. Era uma comunhão. Eu, menino, adolescente, começo de vida adulta... eu ia pro meio da torcida do Corinthians... era um congressamento! E era uma forma de resistência.

J.K.: Desses vinte e três anos que o Corinthians passou sem ser campeão, de 54 a 77, a maior parte é sob a ditadura. Então tudo isso se misturava. E as pesquisas mostravam – Gallup, Ibope – que a maior parte da torcida do Corinthians votava no MDB, o que estimulava ainda mais o estereótipo, a rotulagem. O São Paulo é a elite, o Corinthians é o povão. O Flamengo é o povão. O Fluminense é o time pó de arroz, embora no Rio você tenha a coisa diferente que é o Vasco, que é tão povão como o Flamengo.

**T.N.: É. E o Flamengo em suas bases é elitista, né?**

J.K.: Então, então. Thalita, eu sempre digo isso. Houve um momento da história recente de São Paulo em que o governador de São Paulo eleito – Franco Montoro – o arcebispo de São Paulo – queridíssima figura, Dom Paulo Evaristo Arns – e o maior industrial do país – Antônio Ermírio de Moraes – os três eram corintianos. Os três eram corintianos! Ou seja, o Corinthians, a partir de um determinado momento da sua história, passou a ser maioria não apenas no povão. Ele era maioria. No povão, na classe média-média, na classe média-alta e na elite. E na elite! Só que o rótulo já tinha ficado: time do povo, né? Todos os times têm uma torcida. O Corinthians é o único que a torcida tem o time.

**T.N.: É um dos 10 mandamentos do Corinthianismo!**

J.K.: Sim. É uma frase de um jornalista, José Roberto de Aquino, que já morreu. E é claro que os corintianos estimulam isso, né: “Corintiano sofredor, da favela sim senhor”. Com orgulho.

**T.N.: É. Nós temos também o “ela ela ela, silêncio na favela” no FlaFlu. E hoje em dia a gente vê os departamentos de Marketing construindo muito fortemente essa marca de clubes do povo. Mas tem alguns poucos clubes, algumas raras exceções, que ainda acham legal ser elite – o América em Minas Gerais, por exemplo.**

J.K.: Só deixa eu fazer uma correção: “Corintiano, maloqueiro e sofredor, graças a Deus”. Isso é um grito da torcida do Corinthians: “Sou corintiano, maloqueiro e sofredor, graças a Deus”. E é isso. Isso é uma marca.

**T.N.: É, é. Sobre o FlaFlu tem um documentário... chama 40 Minutos Antes do Nada, em que o Francisco Bosco dá um depoimento dizendo que, quando ele escuta o “ela ela ela, silêncio na favela”, que ele acha isso de uma poesia enorme. Eu tendo a concordar com ele. Você acha que tem algo de poético nisso?**

J.K.: Então, veja bem, nós poetizamos a favela. “Ave Maria no Morro!” Cê quer uma coisa mais poética? Mais tocante? Agora, essa é uma maneira também, eu acho – e isso é complicado – de a gente normalizar uma situação que não poderia ser normal.

**T.N.: Claro. Tanto é que os torcedores da favela não estão nos estádios hoje, né? Corinthians e Flamengo têm as maiores torcidas do Brasil e, com o fenômeno da arenização, a gente não vê essas pessoas nas arquibancadas.**

J.K.: Exatamente. Thalita, eu tive dois choques assim, já bem maduro, que me abalaram. Eu fui fazer a final da Libertadores da América – Fluminense e LDU – no Maracanã. E a torcida do Fluminense deu um show naquela noite. Eu fui comentar pela CBN e eu me lembro de ter dito antes de o jogo começar que, se o Steven Spielberg estivesse no Maracanã, ele teria uma aula de efeitos especiais, porque o que a torcida do Fluminense estava fazendo era uma coisa, assim, espetacular! Em seguida começa o jogo, Thalita, e eu começo a prestar atenção: não tinha um negro. Não tinha um negro! Do meu campo de visão, da tribuna de imprensa, da cabine da rádio... não tinha um negro!

J.K.: E anos depois, Thalita, eu fui fazer um jogo da Copa das Confederações em Salvador, a cidade proporcionalmente mais negra do Brasil, e de negros só tinham o jardineiro cuidando da grama e alguns funcionários do bar. Na torcida, na Fonte Nova, era um jogo de uma seleção europeia contra uma seleção africana, e não tinha um negro. Em Salvador! A arenização, a

higienização que se deu nos estádios, é uma coisa de maluco. Quer dizer: nós expulsamos os excluídos até dos estádios de futebol. E a gente não pode achar que isso é normal. Aí as pessoas argumentam: “Ah! Mas o futebol tá muito caro, se não faz dinheiro, o torcedor reclama; também, se você vai ao Madison Square Garden você não vê torcida popular no ginásio...” Não é problema meu. É deles, né? Eu não sei se ainda hoje isso existe, mas houve uma época, pelo menos houve, que em Wembley, no mais glamuroso torneio de tênis do mundo – que serve morango com chantilly – tinha uma região popular, que provavelmente o cara mal via a bolinha, mas ele tinha o prazer de poder dizer: estive na final de Wimbledon e tá aqui meu ingresso, vou mostrar pro meu neto!

**T.N.: E é uma grande contradição no futebol. Porque a gente, na sociologia do futebol, e grandes nomes, como o antropólogo Roberto DaMatta, e o próprio Ronaldo Helal na sociologia, têm essa visão de que o futebol, por ser um fenômeno de massa, reflete os problemas da sociedade, entre eles essas questões de raça e classe. E, também por ser um fenômeno de massa, o futebol possibilita, de alguma maneira, uma pretensa quebra de hierarquias, nem que seja durante os noventa minutos do jogo enquanto tá todo mundo ali torcendo pelo mesmo time. Então, supostamente, não teriam essas diferenças de credo, ideologias, raça, seja lá o que for. Mas, pelo contrário, o que a gente vê é que o futebol é hoje um dos terrenos mais férteis pra se propagar certas discriminações – raciais, de orientação sexual, de gênero... Isso demorou muito a ser criminalizado no Brasil, né? O racismo no Brasil foi considerado crime somente em 89. Nós temos a Lei Maria da Penha que é recente, é de 2006. A homofobia foi criminalizada outro dia... foi somente em 2019 que o STF passou a criminalizá-la – e foi quando nós tivemos uma atitude marcante do árbitro Anderson Daronco, que paralisou uma partida, num jogo entre São Paulo e Vasco, porque a torcida do Vasco tava gritando “time de viado” pra torcida tricolor. Isso foi algo pioneiro, mas foi acontecer somente em 2019, então, é contraditório, né? Como você vê essa questão?**

J.K.: Então... uma coisa que eu sempre ouvi dizer – e que tem razão, tem fundamento – é que havia dois lugares muito democráticos no Brasil: os estádios de futebol, por esse fenômeno: ricos e pobres se abraçam na hora do gol do seu time; e a praia, porque está todo mundo de calção, as mulheres de maiô e não se faz diferença, junta tudo. Isso é a prova provada de que no Brasil não tem racismo, de que o Brasil é um país de interrelações absolutamente normalizadas e tal... e a gente sabe o quanto isso é hipocrisia, o quanto isso é autoengano, que nós adoramos fazer – nós, brasileiros – pra não olhar pras nossas mazelas. E é como você disse, todas essas mazelas começaram a ser criminalizadas muito recentemente. Então, você encontra gente boa que diz: “Não, esse negócio de coro de bicha no estádio, isso não é preconceito de gênero. Isso é uma maneira de provocar o adversário, de desestabilizar o adversário. Vocês querem o quê? Que as pessoas vão pro estádio e joguem flores umas nas outras?”

J.K.: Pois veja, Thalita, em 69 o Brasil jogou contra o Paraguai pelas eliminatórias da Copa do Mundo e o jogo de lá nos Defensores Del Chaco foi uma guerra. No jogo da volta aqui no Brasil, no Maracanã – eu fui a esse jogo, eu ainda nem era jornalista, eu fui como torcedor – a palavra de ordem era: “Vamos receber os paraguaios com flores, vamos dar uma lição nesses bugres, vamos dar uma lição nesses índios... nesses não civilizados.” Opa, como é que é?! O Paraguai teve universidade muito antes do Brasil. O Solano López – que juntou Uruguai, Argentina e Brasil contra ele – era nesse campo quilômetros mais avançado, mais progressista, do que eram os nossos, né? Então, ao contrário, eu acho que o futebol tem sido um reprodutor de preconceitos. E de uns tempos pra cá, nesse clima de ódio, de antagonismo que o Brasil tá vivendo, isso se exacerbou.



**T.N.: Sim.**

J.K.: Isso se exacerbou.

**T.N.: É, tá legitimado, né?**

J.K.: Completamente.

**T.N.: Nos próprios cantos. Tem um recente que é: “Ô bicharada, toma cuidado! Bolsonaro vai matar viado!” E os torcedores cantando isso nos estádios.**

J.K.: Exatamente. E uma outra coisa, Thalita, você veja como certos artificialismos não param em pé. Essa lei que obriga que se execute o hino brasileiro antes de cada evento esportivo, ninguém dá a menor pelota! Cê sabe o que acontece no Allianz Parque quando começa a tocar o hino? Cê sabe o que a torcida do Palmeiras faz? [Cantando na melodia do hino]: “Palmeiras, Palmeiras, Palmeiras! Palmeiras, Palmeiras, Palmeiras!”

**T.N.: A do Cruzeiro espera só a parte do: “A imagem do Cruzeiro resplandece!”**

J.K.: Isso, entendeu? Então eu digo: pô, se é pra desrespeitar o hino, é melhor não tocar.

**T.N.: No Rio Grande do Sul, supostamente por questões bairristas, eles cantam o hino do estado, enfim...**

J.K.: Isso, isso. Em jogos contra times estrangeiros se comete a falta de educação de tocar o hino do Brasil e não tocar o hino do país que tá nos visitando. Então, na verdade, é uma coisa muito pouco civilizada. E quando você propõe uma atitude mais civilizada, o que você tem de retorno é: “Ah! Larga de ser chato. É muito mimimi. É o politicamente correto. Agora cês querem botar regra até no comportamento... sommelier de torcida.” É o que você mais ouve.

J.K.: Agora, retornando à minha experiência, eu sou um dos poucos corintianos que têm o São Paulo até hoje como o seu maior rival e não o Palmeiras, exatamente por causa dessa percepção que eu tive ali, criança ainda, no Morumbi, de que havia uma diferença de classe que era insuportável pra mim.

**T.N.: Sim, sim. Uma criança se dar conta disso muito cedo é ainda mais chocante, né?**

J.K.: Isso, exatamente.

**T.N.: Bom, vamos falar um pouquinho da Democracia Corinthiana... porque não tem como não falar, né? Inclusive, o trabalho que eu apresentei aqui terça-feira no Simpósio do Museu do Futebol foi sobre a Democracia Corinthiana. E eu me lembro de um depoimento que você deu – você deu depoimentos pra vários documentários sobre a Democracia Corinthiana, né? – e o que eu mais gosto é o *Democracia em Preto e Branco*, do Pedro Asbeg, em que você diz assim: “Antes mesmo de chocar a parte conservadora da sociedade brasileira e a estrutura carcomida do nosso futebol, a Democracia Corinthiana chocou a imprensa esportiva em geral. Conta-se nos dedos – de uma mão – quem apoiou o movimento.”**

J.K.: Sem dúvida.

**T.N.: Como você vê essa articulação do jornalismo esportivo com as pautas políticas? Porque vira e mexe surgem discussões polêmicas de que não se mistura futebol e política. Em 2018, a gente teve uma declaração do Tiago Leifert dizendo que “quando política e esporte se misturam dá ruim”. Dá ruim, Juca?**

J.K.: Mas ô Thalita, isso tudo é de uma estupidez... que eu até criei um neologismo: a “leifertização” da cobertura esportiva no Brasil. Significa que, para se eximir de qualquer responsabilidade maior, transforma-se a cobertura esportiva em mero entretenimento, com o que você evita eventuais ações na Justiça por denunciar malfeitos da cartolagem em geral e se mantém amiguinho das fontes. O Antônio Carlos Magalhães dizia que há duas maneiras de você comprar um jornalista: com dinheiro – que é o mais comum – e com informação: não mexa na minha fonte. Se é minha fonte, eu vou proteger, né? É muito difícil você perder fontes – que é a coisa que eu mais fiz na minha vida! Porque ia até um certo ponto, inclusive com o Rei Pelé. Eu ia fazer a biografia do Rei Pelé... parei ao perguntar pra ele: “Como é que eu escrevo esse capítulo: ‘O dia em que Edson traiu o Rei Pelé’”, né?

J.K.: Thalita, a maneira que a gente toma café da manhã é política. É você que prepara o seu café? É quem mora com você que prepara seu café? É uma funcionária que prepara seu café? É o mordomo que traz em baixela de prata? Então é indissociável a política do esporte. E os exemplos são tantos que eu não vou ficar citando pra você porque você conhece – da Olimpíada do Hitler até o Muhammad Ali e o diabo a quatro, né? Se dá ruim ou se não dá ruim, o fato objetivo é que se constata a presença permanente da política e o uso da política nas vitórias esportivas, em qualquer regime. Regimes ditatoriais fazem isso como se fez em 70 no Brasil, ou regimes democráticos fazem isso como se fez quando o Fernando Henrique, o professor, o sociólogo, obrigou a Seleção Brasileira – depois de uma viagem de 25 horas do Japão pra cá – em vez de ele ir ao aeroporto de Brasília condecorar cada um dos jogadores e mandar todos pra casa pra descansar, os colocou num caminhão de Bombeiros durante sete horas pra fazer o trajeto do aeroporto até o Palácio pra serem condecorados lá. E condecorou o Ricardo Teixeira na sala dele pra que ninguém fotografasse – porque ele sabia quem ele tava condecorando. A única pessoa que tava certa ali foi o Vampeta, que deu cambalhota, bêbado, na rampa do Planalto.

J.K.: Eu sempre digo isso, Thalita, se fosse um ditador que tivesse feito o que o FHC fez, nós até hoje estaríamos dizendo que os ditadores desrespeitavam os Direitos Humanos no Brasil a ponto de até a Seleção Brasileira ter sido maltratada pelo ditador. Mas, como era o Fernando Henrique, passou em brancas nuvens. Eu poderia dizer pra você que eu aprendi com o João Saldanha que futebol e política se misturam – seria uma boa terminação. Mas não, quando eu conheci o João Saldanha eu já sabia perfeitamente... Aí vão dizer: “Ah, sim, porque você fez Ciências Sociais”, mas não se discutia na minha escola o futebol, né? Eu conto no livro um episódio meu com o Gabriel Cohn... Então eu diria pra você, isso é tão mentiroso que é até estúpido que a gente discuta o quanto a política e o futebol se misturam. Como é que o Macri virou presidente da Argentina? Cê quer mais do que isso? Um país da importância da Argentina que elegeu um presidente que se deu bem no Boca Juniors, com todos os gangsterismos da cartolagem. Todos.

**T.N.: Sim.**

J.K.: Num é? Então como é que eu posso dizer que essas coisas não se misturam?

**T.N.: Exatamente.**

J.K.: Não tem como!

**T.N.: Juca, cê falou aí de ditadura e citou a Copa de 70. No seu livro de memórias, você fala do jogo de estreia do Brasil naquela Copa: Brasil 4 x 1 Tchecoslováquia. Você conta que tinha perdido pessoas queridas sob tortura pelo regime e que pra você foi muito difícil comemorar aquele resultado, né? Estamos em ano de Copa novamente, sediada em um país que viola os Direitos Humanos. Nossa democracia segue ameaçada. Somamos quase setecentas mil mortes por Covid. Cê acha que temos alguma coisa pra comemorar no Catar?**

J.K.: Então, veja, eu acho que vamos ter porque, tomara, dia dois de outubro resolveu: o Lula será o presidente que vai tomar posse dez dias depois do final da Copa do Mundo no Catar, né? Mas o que eu acho que tem que ficar claro é o seguinte: o fato de que política e esporte se misturam não significa dizer que o esporte determina a política. Nesse aspecto, vai lá atrás na história: durante a ditadura do Mussolini, a Itália ganhou duas Copas do Mundo. Nem por isso ele deixou de ser morto pelo povo italiano e pendurado de cabeça pra baixo. O Juscelino Kubitschek era presidente do Brasil em 58 quando o Brasil foi campeão. Ele morreu cassado pelo golpe. Em 62, o João Goulart era o presidente da República. Morreu cassado pelo golpe.

J.K.: Em 70 era um ditador, chamado Garrastazu Médici, que ia pro estádio de radinho de pilha. O quê que a história diz do Garrastazu Médici, Thalita? Que ele era o presidente torcedor ou o presidente torturador? A Copa é imputada a ele ou ao Pelé, ao Gérson, ao Tostão, ao Saldanha, ao Rivellino? Cê sabe que pouco antes da Copa de 70, a revista Realidade, que era então a grande revista brasileira mensal, que foi uma revolução na maneira de fazer reportagem – foi a revista que, digamos, representou no Brasil o que o New Journalism representou nos Estados Unidos... Gay Talese e o diabo a quatro – fez uma capa com Tostão, Gérson e Rivellino, cuja chamada era: “Nestas esquerdas o Brasil confia”. Isso em 70. Em 70.

J.K.: Nós voltamos a fazer essa confusão porque a extrema-direita foi pras ruas com a camisa da CBF. Eu mantenho aquilo que eu dizia em 70 pros meus colegas de faculdade, que, embora eu fosse de grupo clandestino – achavam que eu era da polícia porque “num é possível que esse cara torce pra Seleção Brasileira” – eu dizia pras pessoas: eu não permito que a ditadura me roube o que eu tenho de mais íntimo: a minha paixão pelo futebol. Eu não confundo a Seleção Brasileira com a ditadura como eu não confundo o hino do Brasil nem a bandeira do Brasil. Eu não permito que eles me tomem isso. Eu me emociono quando eu ouço o hino do Brasil. Não é o hino do Médici. É o hino do Brasil. E nós vamos recuperar isso.

J.K.: Thalita, não faz muito tempo, pouco antes do impeachment da Dilma, eu fui representando a ABI [Associação Brasileira de Imprensa] num ato aqui no Largo da Batata, em Pinheiros, em que estava o Boulos, a Erundina, a Letícia Sabatella... e tinha lá umas dez mil pessoas no Largo. Chegou a minha hora de falar e eu disse pras pessoas: “Aqui está um cidadão contra o impeachment, mas aqui está também um jornalista. A palavra de ordem é ‘não vai ter golpe’, mas eu tenho uma má notícia pra dar: não é que não vai ter golpe. Já teve golpe. E a Dilma vai ser impeachada.” Eu tomei uma vaia, Thalita, mas de uns três, quatro minutos. Quando acabou a vaia, eu falei assim: “Não é a primeira nem será a última vez que eu sou vaiado por dizer as coisas como as coisas são. Então eu vou repetir pra vocês: já se deu o golpe. E a nossa obrigação daqui por diante é não deixar essa gente dormir uma noite em paz até recuperarmos a

democracia no Brasil.” Aí fui aplaudido e coisa e tal. E ao terminar eu disse: “Eu gostaria muito que esse ato acabasse com todos nós cantando o hino do Brasil, pra não permitir que eles tomem o hino do Brasil da gente.”

J.K.: Houve propostas, de gente que eu gosto, de mudar as cores da camisa do Brasil de novo, voltar a ser branca, ou então usar o azul, não usar o amarelo... não! Nós não podemos é permitir que eles nos roubem isso. Não podemos! Então eu vou dizer pra você: eu não vou com grande expectativa pro Catar porque não acho que o Brasil seja favorito pra ganhar a Copa, mas vou ficar muito feliz se ganhar. E se você não viu, veja, o filme do Cao Hamburger, *O Ano em que Meus Pais Saíram de Férias*, porque ele conta toda a preparação de 70: “vamos torcer contra o Brasil...”, aí o Rivellino faz o gol e ninguém aguenta! A Dilma conta isso... lá na Torre das Donzelas, numa televisão com palha de aço na antena pra poder ver o jogo.

J.K.: Eu não sei se você já viu *O Futebol nos Tempos do Condor*, do Lúcio de Castro.

**T.N.: Sim.**

J.K.: Tem um depoimento de uma advogada argentina que tava presa na Escola de Mecânica da Armada, a quinhentos metros do Estádio Monumental de Núñez... e os carcereiros atiraram... cê lembra desse episódio?! Ela diz do sentimento ambíguo, de ambivalência, que ela teve vendo o povo cantando “Argentina, Argentina” [final da Copa de 78], saindo feliz da vida do estádio. Ela dizia: “Eu também tava feliz, só que ao mesmo tempo eu queria dizer pras pessoas: mas aqui estão torturando, estão matando patriotas.”

**T.N.: A quinhentos metros!**

J.K.: A quinhentos metros. Mas é assim. É assim! Porque se não fosse assim você não estaria fazendo uma tese sobre futebol. Porque o futebol tem essa importância na vida da gente, mexe com as emoções da gente a esse ponto, né? Mas a gente não pode fazer a ligação automática: “Ah, a Seleção de 70 ganhou”, como se dizia na minha classe: “Atrasa em dez anos a revolução brasileira”. Não! Esta era a palavra de ordem: “Cada gol do Brasil atrasa em dez anos a revolução brasileira.” Da mesma maneira, Thalita, que eu adoro a frase “ódio eterno ao futebol moderno”, mas eu acho que é só uma frase romântica. Porque não adianta você querer brigar contra a realidade apenas com uma frase de efeito. Você tem que entender: estamos diante de uma estrutura absolutamente enraizada no capitalismo. De que maneira nós podemos pelo menos torná-la menos selvagem?

**T.N.: Por isso a Democracia Corinthiana foi um movimento tão evidente.**

J.K.: Exatamente. Agora, Thalita, uma coisa que eu demorei muito tempo pra admitir pra mim mesmo, e que hoje eu falo – e obviamente eu vou falar para uma acadêmica, que está fazendo um trabalho desta importância – a Democracia Corinthiana tem um aspecto que não se pode esconder: ela foi permitida pela Direção do Corinthians. Ela foi estimulada pela Direção do Corinthians, tá? Isso faz toda a diferença do mundo. Eu não estou minimizando o papel do Magro, nem do Casão, nem do Wladimir...

**T.N.: ...mas se não fosse o Adilson...**

J.K.: Isso!

**T.N.: Inclusive, o Adilson palestrou no Simpósio que eu participei. E foi muito bonito tudo o que ele falou nesse sentido. Porque a gente vê que, sem o apoio de todos os setores do clube, a Democracia Corinthiana não teria ocorrido.**

J.K.: Exatamente. Mas a reação da imprensa foi a pior possível: “porque era democracia de três ou quatro...”, “estão falando de democracia só pra poder beber...” e cometiam-se, assim, barbaridades, equívocos. O Magro dizia isso sempre: esse pessoal é tão idiota que não conhece boleiro. Jogador de futebol gosta é de cachaça. Sai do treino, vai pra casa e toma meia garrafa. A gente tomar cerveja, no Bar da Torre, no Parque São Jorge, depois do treino, serve pra quê? Primeiro: ninguém manda descer dez engradados de cerveja. Cada um toma no máximo duas cervejas, se hidrata – ele dizia – e o teor alcoólico é desse tamaninho. E vai pra casa satisfeito. Se não tomar no bar na frente da torcida, do sócio, vai tomar em casa a cachaça, né?

**T.N.: Teor alcóolico elevadíssimo...**

J.K.: Exatamente. Houve um momento, Thalita, que a imprensa começou a criticar dizendo que, diferentemente dos jogadores europeus – que viajavam de terno e gravata, que chegavam nos treinos bem vestidos – que a Democracia Corinthiana era uma esculhambação, que chegavam de bermuda, de camiseta, de camisa regata... aí eles resolveram: então vamos nos apresentar bem vestidos. No terceiro dia, eu falava pro Magro: “Pelo amor de Deus, volta!” Porque você precisava ver o que era os mulambos querendo se fazer de elegantes, de gravata e tal. Um negócio horróroso! Não tinha nada a ver com a nossa realidade, entende? Agora, foi uma guerra. Foi uma guerra! Se você olhar, eu posso esquecer, mas, tirando ali a revista *Placar*, o Osmar Santos, dois ou três no *Jornal da Tarde*, em regra era porrada. Só que o Corinthians começou a ser campeão. E aí ficou difícil criticar.

**T.N.: Porque aí sai disso que você falou das frases de efeito. Não era apenas um “Dia 15 Vote”. Era o clube sendo bicampeão.**

J.K.: Isso, isso. E qual era o fundamento disso, que também o Sócrates dizia: “Ô Juca, cê sabe qual é a diferença? Nós vamos jogar com o São Paulo a decisão do campeonato. Cê sabe por que nós vamos ganhar?” O São Paulo era muito mais time que o Corinthians, Thalita. O São Paulo tinha seis jogadores na Seleção Brasileira, mais um na seleção uruguaia... tinha um belo time. O time do São Paulo era melhor. Ele dizia o seguinte: “Sabe por que nós vamos ganhar? Porque nós vamos passar a nossa semana normalmente, ir pra casa, dormir com a própria mulher...” – com a namorada, com o namorado, com quem quer que seja – “...vamos nos encontrar no domingo pra almoçar no hotel e vamos pro jogo, fazer aquilo que a gente mais gosta, que é jogar futebol.”

**T.N.: Não tem como dar errado!**

J.K.: “Cê sabe como vai ser a semana do São Paulo? Vão passar a semana inteira enclausurados na concentração, um olhando pra cara do outro, jogando baralho, jogando não sei o que... pensando: quando o jogo acabar, nós tamos livres.” O jogo era os últimos noventa minutos em que eles tavam obrigados a fazer alguma coisa. “Opa! Acabou o jogo, tamo livre, podemos ir pra casa.” É claro que isso faz toda a diferença do mundo. Toda a diferença. É isso.

**T.N.: E quanto à Copa de 82? ...que ficou conhecida como a Tragédia do Sarriá, que tinha o Sócrates como capitão... ali enterrou-se de vez o famoso futebol-arte brasileiro. Essa derrota enfraqueceu a Democracia Corinthiana de alguma forma?**

J.K.: Não, a derrota não enfraqueceu a Democracia Corinthiana. Eu te diria o seguinte: a Seleção de 82... essas coisas não acontecem por acaso! Elas só foram possíveis porque nós vivíamos em 82 já quase mais da metade do processo de distensão lenta e gradual.

**T.N.: Porque o clima tava bom, pela redemocratização... até a Emenda Dante de Oliveira perder.**

J.K.: Íamos ter eleição pra governador, coisa que não tínhamos desde 65, né? Curiosamente, tínhamos o único presidente de CBF com quem eu tive uma convivência pacífica, embora fosse um conservador, mas era um homem de bem: Giulite Coutinho. Não era um ladrão. Não usou a CBF pra ficar rico, como os outros. Então tinha um clima! E o Telê! Ali, a tristeza, principalmente pra quem acompanhou de perto, mas mesmo pra quem não acompanhou de perto... ali era o seguinte, Thalita: o Sócrates, o Zico, o Falcão, o Leandro... eram pessoas que cê queria levar pra casa, cê queria ser amigo. Eram pessoas adoráveis na convivência. E isso transparecia no jeito de jogar e no jeito de se comunicar com a torcida brasileira. Então foi uma derrota em que afetos foram magoados: “Ah essa gente merecia ser campeã! Essa gente tão simpática!” E o mundo olhou assim. Eu sempre conto isso: teve um jornal andaluz que deu como manchete: “Não se entende mais esse mundo. Brasil eliminado.” Era um choro...

**T.N.: Era a primeira Copa que você tava cobrindo, né?**

J.K.: *In loco* sim.

**T.N.: Eu me lembro desse capítulo do livro, em que você conta de Sevilha, que cê ficou amigo do cara lá do hotel e ele te liberou uma suíte presidencial pra você receber sua esposa!**

J.K.: Isso, isso.

**T.N.: Então são de fato muitos afetos.**

J.K.: Exato, entendeu? Tinha todo um clima que a derrota transformou num desastre, o “Desastre de Sarriá”, mas porque tinha um Brasil também pulsante. É o inverso de 94 nesse aspecto. Em 94 a Seleção Brasileira vai pra Copa depois da catástrofe do governo Collor, primeiro presidente eleito... em 90 na Itália é o governo Collor... Diretas Já. Primeiro presidente. Impeachment. Aí em maio morre o Ayrton Senna. Então o amor próprio do brasileiro tava lá embaixo. E o time ganha! O time ganha já sob os efeitos da política do Real, da bem-sucedida guerra contra a inflação. E elege o Fernando Henrique. Se o Brasil – aí sim cê tem uma relação direta entre uma vitória esportiva e um resultado eleitoral – eu tenho uma tese, que jamais poderá ser comprovada: se o Brasil não ganha a Copa de 94, o Lula seria eleito em seguida, porque nego ia falar: “Ah, quer saber? Já experimentamos de tudo, o escambau e tal, vamo pôr lá o operário pra ver o que acontece.” Entendeu?

**T.N.: Falando desses movimentos e da conscientização política desses atletas – o Sócrates, o Wladimir, o Casagrande – que tomavam partido mesmo sabendo das retaliações vindas inclusive da própria imprensa esportiva... infelizmente hoje em dia a gente não vê tanto isso. Talvez um exemplo mais atual seja o Juninho Pernambucano, que é um crítico contumaz da CBF. Sempre lembro também do Reinaldo, opositor ferrenho da ditadura. O Reinaldo chegou a dizer em entrevistas polêmicas que ele foi retirado lá daquela final**

**de 77 pelos ditadores, ou seja, ele atrela os maiores infortúnios da história do Atlético Mineiro à ditadura. Enfim... hoje em dia a gente não vê tão claramente esses posicionamentos dos jogadores, sobretudo em relação à esquerda. Você acha que os atletas brasileiros poderiam, deveriam, se posicionar mais?**

J.K.: Então... o que a gente mais vê são atletas que reforçam o discurso autoritário, né? O discurso de direita. Primeiro, Thalita, vou deixar claro pra você: eu aprendi na minha vida a não exigir heroísmo com o pescoço alheio, tá? Eu vi o que aconteceu com o Paulo André. O Paulo André começou a liderar aquele movimento do Bom Senso Futebol Clube, e, por pressões, acabou sendo exportado pra China. Você poderá dizer: “Ah, mas que exílio dourado! Foi lá ganhar um dinheirão!” É verdade. Mas ele não queria ir. E quando ele volta, ele ouve do Vanderlei Luxemburgo, que era o técnico do Cruzeiro: “Olha aqui, Paulo André, se você quer ser titular – e você é meu titular – saiba que o presidente me disse que se você continuar falando não vai poder ser titular.” E aí o Paulo André se cala. Ele me disse aqui, sentado nesse sofá: “Juca, eu só tenho mais um ano e meio de carreira.” Eu o compreendo.

J.K.: O que acontece, Thalita, é que, em regra, os atletas brasileiros vêm de classes excluídas, principalmente no futebol. Têm carreira curta. A tendência é que eles se voltem para os próprios umbigos. No máximo, se preocupem com a família deles e com os “parça”. Mas, o entorno maior, que se lasque: “Eu não quero é que o trombadinha venha me roubar no meu carro e tomar aquilo que eu conquistei tão duramente. Se eu me fiz, ele também poderia se fazer.” A teoria do *self-made man*, entendeu? Eles reproduzem isso. Então o quê que eles querem? O carro blindado, o condomínio... segurança. E bala. Bala em bandido.

**T.N.: Eles vêm da favela, com o sonho de ser jogador de futebol... e aí o futebol é esse instrumento de ascensão, e quando se chega lá...**

J.K.: Isso, isso. Por isso que eu adoro o Adriano! Com todos os problemas do Adriano, né? A fidelidade que ele tem ao lugar onde ele nasceu, entendeu? Esse documentário sobre ele é magnífico!

**T.N.: Esse eu não assisti ainda.**

J.K.: É magnífico. E cê viu o do Casagrande?

**T.N.: Eu vi o do Casagrande.**

J.K.: Pois então vou te falar uma coisa, Thalita: veja depois o documentário do Adriano e me escreva. Porque eu já perguntei isso pro Casão e o Casão falou: “Você tem toda razão!” Eles têm tanta semelhança, tanta semelhança, que até o gestual é parecido. Até o gestual é parecido! Há sorrisos do Adriano que você identifica no sorriso do Casão. Alguns sorrisos inclusive que só a boca sorri e os olhos não, entendeu? A questão da briga contra a dependência química... é magnífico!

**T.N.: Eu nunca tinha pensado nessa relação. Acredito que assistindo eu perceba!**

J.K.: Veja! E não por acaso é dirigido pela mesma diretora.

**T.N.: A Susanna, né?**

J.K.: Isso. Que é uma craque.

J.K.: Mas, enfim, então tem isso. O atleta se preocupa é com o jogo no domingo... em bater o recorde. E o resto dane-se. E não é um fenômeno brasileiro, Thalita. Tanto não é que a gente conta nos dedos, né... cê sabe que eu tenho um episódio, acho que eu conto no livro, com o Daniel Cohn-Bendit – o Dany Le Rouge – que foi um dos líderes do Maio de 68 na França. Ele era estudante da Sorbonne – ele e mais um que agora me foge o nome são considerados os dois grandes líderes do Maio de 68, do “É Proibido Proibir”... Eu tava aqui em casa... mentira... eu tava no meu carro, tocou meu telefone, eu atendi e ouvi: monsieur Jucá?

J.K.: Pensei: é sacanagem de alguém. E falei: oui oui, monsieur Jucá.

J.K.: E aí ele disse: aqui é Dany.

J.K.: E eu disse, agora em português: Que Dani?

J.K.: Monsieur Jucá, je suis Dany.

J.K.: Que Dani? Eu conheço uma porção de Dani. Meu filho é Dani. E não é você!

J.K.: Monsieur Jucá, je suis Daniel Cohn-Bendit. Dany Le Rouge!

J.K.: Eu falei: porra, é mesmo! Parei o carro. Aí ele me contou que ele vinha vindo pro Brasil... isso foi um pouco antes da Copa de 2014... que ele vinha pro Brasil fazer um documentário marginal sobre a Copa do Mundo e que queria me entrevistar. Então primeiro ele veio aqui em casa terminar a pesquisa dele. Depois ele comprou uma Kombi, pintou a Kombi em homenagem ao Sócrates e fez a viagem... ouviu o Raí, falou comigo em Brasília, enfim... é um documentário que cê vê no *YouTube* – não me lembro o nome, mas é só pôr o nome dele que cê vê lá – ...e ele chegou aqui em casa e perguntou pra mim: “Por que os jogadores brasileiros são tão combativos, tão conscientes politicamente?”

J.K.: Eu falei: “Como é, Dani?”

J.K.: Ele falou: “Sim. É um fenômeno. Os jogadores brasileiros participam politicamente.”

J.K.: Eu falei: “Quantos, Dani? Quantos? Cê não enche duas mãos. Me diga!”

J.K.: Aí ele começou: “O Reinaldo, o Sócrates, o Wladimir, o Casagrande, o Tostão, o Juninho Pernambucano, o Paulo André.”

**T.N.: Parou aí.**

J.K.: Aí ele olhou pra mim e falou assim: “Tá bom, agora me faça essa mesma conta com os europeus.” E eu até não sabia fazer. Falei do Paul Breitner, que foi maoísta, que era um jogador da seleção alemã, importante e tal; o Cantona... bom, depois até teve o filme do Cantona, *Os Rebeldes do Futebol*, que tem lá o pessoal dos Balcãs – que tem três ou quatro que são militantes e tal – e mais o Caszely no Chile, que virou também um paradigma, né, o cara que deixou o Pinochet com a mão no ar! E aí tem o Muhammad Ali e os dois atletas olímpicos americanos que fizeram o gesto das Panteras Negras – Tommie Smith e John Carlos – enfim, são pouquíssimos.



**T.N.: É. Infelizmente, né?**

J.K.: É.

**T.N.: Bom, falando mais um pouquinho de jornalismo... tem uma chamada clássica sua na *Placar* em que você diz: “A Fiel Verde está feliz”, em alusão a uma boa campanha do Palmeiras e tal... e aí no dia seguinte no estádio a torcida corinthiana leva uma faixa e faz o canto: “Ê ê ê, o Juca vai morrer.” Na faixa tá escrito: “Juca Kfourri, só existe uma Fiel torcida.” Enfim. Terça-feira agora, que eu apresentei meu trabalho lá no Simpósio, sobre a Democracia Corinthiana e tal, o seu nome foi muito citado nos grupos de pesquisa, como eu te falei. Um dos debatedores, o professor Plínio Negreiros, que academicamente é um grande estudioso da história do Corinthians, ele fala: os corintianos em geral não gostam muito do Juca Kfourri. É verdade isso?**

J.K.: É verdade.

**T.N.: Por que?**

J.K.: Porque eu não confundo a minha paixão pelo Corinthians – e só tô seguro dela até porque passei vinte e três anos jejuando e não deixei de ser corintiano em nenhum momento – eu não confundo a minha paixão pelo Corinthians com as mazelas do Corinthians, que eu denuncio. Eu já cheguei no Pacaembu pra ver um jogo do Corinthians, em plena fase da MSI [Media Sports Investment] – que era dinheiro sujo da Rússia, da máfia russa, de contrabando de arma, daquele Berezovsky, que foi morto pelo Putin – e nego fez coro contra mim porque disse que eu era contra a contratação do Tévez. Por quê? Porque eu disse que a contratação do Tévez tava sendo feita com dinheiro sujo e que isso tinha um nome: doping financeiro. E aí, é claro, eu disse que o estádio do Corinthians seria não a solução da vida do Corinthians, mas provavelmente uma barreira para o futuro do clube, sendo construído como tava sendo. Cê já foi ao estádio do Corinthians, Thalita?

**T.N.: Não.**

J.K.: Então você vá ao estádio do “time do povo” e deslumbre-se com mármore, com banheiro com privada automática...

**T.N.: ...porcelanatos...**

J.K.: É um estupor de luxo. Do time do povo.

**T.N.: É aquilo que a gente tava falando, né: a quem serve esse discurso de time do povo?**

J.K.: Exatamente. Enriqueceu um bando de cartolas e o Corinthians tem uma dívida impagável, tá? E eu digo isso tudo. Então, se você me perguntar, hoje eu não vou a Itaquera, porque sou hostilizado se for. Curto aqui. E meu filho menor, que já tem trinta e tantos anos, vai em meu lugar e fica me contando como tão as coisas. Mas eu não posso ir. Ossos do ofício.

**T.N.: São pouquíssimos os jornalistas esportivos que agem dessa maneira, que denunciam. Porque paga-se o preço de não poder frequentar o estádio.**

J.K.: Exatamente. Exatamente.

**T.N.:** E outra coisa que eu admiro muito em você é essa questão de se dizer corintiano, abertamente. Não tô te chamando de clubista, até porque são coisas diferentes, né? Mas eu acho que isso exalta um dos fundamentos-base do jornalismo, que é o compromisso com a verdade.

J.K.: Isso. É sobre ser transparente.

**T.N.:** Eu tive um problema com isso no meu mestrado, em que eu estudei a rivalidade GreNal lá em Porto Alegre. Eu tava debatendo como o clubismo dos jornalistas da *Zero Hora* interferia nas matérias – e eu analisei um período muito específico, que foi em 2016, em que o Grêmio ganha a Copa do Brasil depois de um jejum de quinze anos, numa quarta-feira, e no domingo o Inter cai. Então, assim, Porto Alegre já é bastante polarizada – o Rio Grande do Sul inteiro – e nessa época os ânimos estavam muito exaltados na imprensa gaúcha... enfim, e aí eu fui analisar as matérias e... a gente que é jornalista, ao ler o texto da pessoa, a gente sabe onde tá pesando a tinta, a gente consegue perceber o time que o jornalista torce... e aí eu fui confirmar essa minha hipótese conversando com eles, assim como eu tô conversando com você e tal. Eu conversei com os jornalistas da *Zero Hora* e ali eu saquei que de fato a minha hipótese se comprovava, porque os setoristas do Grêmio são todos gremistas e os setoristas do Inter são todos colorados. Pra mim estava claro que era uma escolha editorial. E aí eu perguntei, ironicamente: isso é uma mera coincidência? Aí eles: é claro, isso é coincidência! Ninguém assumiu. Mas em algum momento na minha pesquisa eu divulguei os nomes e os times deles: escrevi numa dissertação de mestrado – o que eu ingenuamente pensei que não teria problema algum, porque ninguém vai ler uma pesquisa acadêmica pra descobrir time de jornalista! Porém eu fui ameaçada por eles, me chamaram de irresponsável, falaram que a minha carreira tinha acabado, falaram que eu jamais poderia ter divulgado os times porque ali existe uma questão de segurança muito forte, e que as famílias deles tavam correndo risco com uma publicação dessas... e aí imediatamente eu retirei os nomes da pesquisa. Entramos num acordo. Eu substituí os nomes por pseudônimos e tal...

J.K.: Que coisa louca!

**T.N.:** É! Porque, no Rio e em São Paulo, isso de o jornalista dizer pra que time torce me parece um pouco mais diluído.

J.K.: Isso, isso.

**T.N.:** Já no Rio Grande do Sul eu fiquei pensando: pô, mas será que não existe ali um certo bairrismo, algo sutil, do tipo: “Aqui a gente não fala os times. O Rio Grande do Sul é assim e pronto.” Mas depois eu repensei a situação e concluí que toda essa questão da segurança de fato existe, porque o torcedor às vezes sequer sabe diferenciar uma coluna de opinião de uma matéria.

J.K.: Thalita, o maior jornalista esportivo da história da imprensa esportiva gaúcha, chamado professor Ruy Ostermann – tá com Alzheimer, tadinho, faz muito tempo que ele tá fora de combate – a mulher dele diz que não sabe o time que ele torce. Aí as pessoas ficam tentando adivinhar: “Ah, mas ele ficou mais entusiasmado quando o Inter foi campeão brasileiro do que quando o Grêmio foi campeão brasileiro e tal”... mas ninguém sabe... ele nunca disse. Ele nunca

disse! Agora, o Rio de Janeiro nesse aspecto sempre foi pioneiro, né? A famosa mesa redonda Facit: Armando Nogueira era Botafogo assumido, Nelson Rodrigues era Fluminense assumido, o Scassa era Flamengo assumido, enfim...

**T.N.: Porque a crônica te permite isso, né!**

J.K.: É óbvio! É como diz o PVC: eu nunca digo o meu time, a não ser quando me perguntam.

**T.N.: Sim. Porque aí temos essa questão do compromisso com a verdade, que é uma das bases do jornalismo.**

J.K.: É isso.

**T.N.: Bom, falando um pouquinho de Nordeste – porque eu tenho a pretensa ideia de pesquisar essa disputa de povo e elite nas cinco regiões do Brasil – ...e no Nordeste a gente vê claramente essas questões das hierarquias urbanas... por estarem fora do eixo socioeconômico e tal... agora uma pergunta bem direta: como se explica o fato de clubes como o Santa Cruz, que joga série B, C, atualmente D, baterem recordes de público nos estádios, sempre?**

J.K.: Paixão é paixão. Santinha é um fenômeno, absolutamente! Tem dois clubes no Brasil que me chamam muita atenção nesse aspecto: o Santa Cruz e o Bahia.

**T.N.: Sim! Você dá um depoimento no documentário *Bahêa Minha Vida*, acho que falando do campeonato de 88, né? E aí você fala da dimensão do Bahia... que o Bahia é um dos maiores do Brasil no sentido de popularidade.**

J.K.: Thalita, a torcida do Bahia é a única torcida na história do futebol brasileiro que levou o clube a fazer uma revolução política e a democratizar suas estruturas. Foram 50 mil pessoas pra praça Castro Alves num belo sábado à tarde! E acabaram com uma dinastia que existia no Bahia – estimulada pelo ACM [Antônio Carlos Magalhães], com gente dele – e democratizaram as eleições no clube e tomaram o clube. Nenhuma outra torcida fez isso. A do Flamengo não fez. A do Corinthians não fez. Nenhuma fez. A torcida do Bahia fez. Então, é por aí que eu me apaixono pelo Bahia.

J.K.: E sobre o Santinha... vá ver um jogo do Santa Cruz no Mundão do Arruda. Você fica entre a vontade de abraçar um por um ou de cair no mais profundo dos prantos. Porque é uma paixão... É uma paixão de gente humilde! De gente pobre! De gente que paga lá o seu suado ingresso... de fazer lá um queijo coalho – que é uma delícia – mas não tem perspectiva, Thalita. Não vai desaparecer porque tem muita gente. Inclusive já foi o clube mais popular de Pernambuco. Hoje é o Sport, né? E você tem o Náutico...

**T.N.: O Náutico tem um estereótipo de elite bem grande.**

J.K.: Exatamente. Isso que eu ia dizer. O Náutico fez uma bobagem enorme, que foi, durante algum tempo, abandonar os Aflitos e ir jogar na Arena Pernambuco. Foi quando o Náutico caiu... porque nos Aflitos eles punham o número de torcedores meio limite deles: doze mil, treze mil e lotavam sempre os Aflitos. Doze mil, treze mil na Arena Pernambuco, desaparecem. E usavam de expedientes, digamos, pouco esportivos: o gramado era muito ruim e tal, tal, tal...

e assim o Náutico sobrevivia. A partir do momento que saíram dos Aflitos... agora reformaram e voltaram, mas estão com dificuldade de se recuperar.

J.K.: Porque também é muito difícil... a distribuição de riqueza no futebol brasileiro é o que a gente sabe, tanto é que tá dando essa briga toda. A Liga não sai porque os mais ricos não querem abrir mão de 5% do que ganham. E não vai ser assim que cê vai solucionar o futebol brasileiro. Os grandes têm que abrir mão de parte do que ganham porque ganharão mais a partir do momento em que essa coisa for estruturada de maneira mais competente, do ponto de vista do capitalismo. Essa é que a merda, Thalita. Eu digo isso pras pessoas e as pessoas às vezes não entendem.

J.K.: Enfim. O muro de Berlim caiu. Eu fiquei muito surpreso. Caiu. E aí você olhava: ninguém da Berlim Ocidental queria ir pra Berlim Oriental. E as pessoas da Berlim Oriental iam pra Berlim Ocidental. Eu nunca me esqueço do seguinte, Thalita, eu era da ALN [Ação Libertadora Nacional], fui cobrir um ponto na Avenida Paulista – Marighella já tinha sido morto, já tava uma desgraça – e tavam construindo... eu nunca sei, se eu confundo... se tavam construindo o Banco de Tokyo ou a FIESP – o Prédio da FIESP – eu com meus 22 anos de idade, eu olhei praquilo e falei: “Meu Deus, isso aqui nunca vai ser uma colônia de férias de operário! O Brasil não é Cuba. A gente não vai ganhar do Exército Brasileiro. Não tem a menor chance. A menor. O capitalismo tá arraigado no Brasil. Nós vamos ser massacrados. E assim mesmo você olhava e dizia: Bom, e aí? O quê que eu faço? Não cubro o ponto? Vou embora e deixo o cara com quem eu tenho que me encontrar achando que eu fui preso? Não. Cubro o ponto. Em bom português: foda-se. Já tamo aqui mesmo, vão bora.”

J.K.: Hoje, eu olho a minha retrospectiva e digo: por que que eu confesso que perdi? [em referência ao título do livro *Confesso que perdi*] Porra! Porque cinquenta anos atrás eu sonhava com um país e cinquenta anos depois eu continuo a sonhar com esse país, embora tenhamos tido um momento em que até a *The Economist* reconheceu que o Brasil decolava, com um operário que pôs o pobre no orçamento e tirou tanta gente da linha de pobreza, do mapa da fome e o escambau. E será com esses instrumentos. Não adianta. Seria muito fácil pra mim dizer que eu permaneço o mesmo, com os mesmos ideais de quando eu tinha vinte anos. Não! Os ideais, sim; as formas de luta, não. Nós perdemos porque nós estávamos errados. Porque romanticamente, por sensibilidade, por revolta, interromperam o processo democrático que elegeu o presidente em 65... – que não tinha nada de comunista, que era o Juscelino Kubitschek! – ...então, era justo, natural, que naquela idade, a gente pensasse: “Che Guevara, Vietnã... vamo que vamo, vamos fazer aqui também!” Só que não dava. Aqui não dava. E aqui não dará se a gente achar que vai fazer na porrada. A gente vai ter que comer pelas beiradas, olhando pra mesma coisa.

J.K.: Então hoje quando me perguntam: você é um cara de esquerda ou de direita? Pra não chocar ninguém eu digo: eu sou um humanista, que aposta na inclusão e que não acha a exclusão natural. A exclusão não é natural. A exclusão é o resultado de uma política maléfica, de um capitalismo selvagem. E isso eu combato. “Ah, mas então você é comunista!” Comunista é o ideal cristão: “De cada um, de acordo com suas habilidades; a cada um, de acordo com suas necessidades.” Isso é Marx ou é Jesus Cristo?! As pessoas não sabem nem responder. E assim a conversa toma um rumo civilizado. Mas é isso. E no futebol é assim também. Não é possível que o Flamengo, que o Corinthians, que esses que têm a multidão de torcedores que têm... e que acabam vampirizando os menores –porque precisa dos menores pra ter campeonato... não é o menor que vampiriza o grande, é o grande que vampiriza o menor... – ô Thalita, qualquer dirigente com o mínimo de competência, que tenha trinta milhões de clientes fiéis, faz disso um

império. E o que distingue o futebol brasileiro do futebol europeu, por exemplo, é o seguinte: Real Madrid e Barcelona dividem o bolo na Espanha porque o La Coruña, o Sevilla, não têm uma massa torcedora como tem o Grêmio, como tem o Inter, como tem o Atlético... em centros menores! Mas se você tem três milhões de clientes, você faz frente a quem tem trinta, se você for capaz de gerir bem. Mas tem que ter uma base igual pra todos. E não temos. Você tem que partir de uma base que é igual pros vinte que jogam o Campeonato Brasileiro. É a coisa da meritocracia brasileira...

**T.N.: ...nunca partimos de bases iguais.**

J.K.: É isso. Eu parto na sua frente, cem metros. Que meritocracia é essa?

**T.N.: Bom, pra gente terminar num tom um pouco mais otimista: eu admiro muito a sua sensibilidade. Eu sempre fico muito tocada com os seus textos, as suas falas, os seus depoimentos... de vez em quando eu escuto o *Posse de Bola*, o *Cartão Vermelho*... eu gosto bastante. Enfim. Eu acho que a sensibilidade é uma das maiores virtudes do jornalista. Se eu tivesse que citar alguma, eu citaria a sensibilidade...**

J.K.: Sim, sim.

**T.N.: ...e você sempre me emociona muito. A gente falou aqui do documentário do Casão. Eu me emocionei recentemente assistindo a esse documentário, quando você conta da ida do Casagrande pro Flamengo... e daí teve um jogo em 93 entre Corinthians x Flamengo e a torcida gritava: “Volta, Casão! Seu lugar é no Timão!” ...e parecia que ele não entendia o que estava acontecendo no estádio. Você foi encontrá-lo no vestiário... ele chorando feito uma criança, sem se dar conta do tamanho da potência política que ele era pro futebol, sem se dar conta de que ele era um agente político muito importante. E aí você disse pra ele: “Casão, essa gente te ama!” Juca, aqui na nossa conversa falamos do quanto futebol e política se misturam e se discutem. Mas e futebol e amor? Pergunto isso porque a gente sabe que o Casão é um cara assim... ele meio que luta até hoje por amor a causas que muitas vezes nos parecem perdidas, né?**

J.K.: Thalita, você roubou daqui as palavras! O Casagrande protagonizou um momento raro na televisão brasileira, num Redação SporTV – não, não chamava Redação SporTV – num programa de tarde na SporTV, eu não me lembro o nome, que era apresentado pelo Cléber Machado. Foi uma das últimas aparições do Sócrates na televisão, já bem combatido. Sócrates, Casagrande, Cléber, mais dois ou três jornalistas. De repente, o Casão olha pro Sócrates e diz assim: “Magrão, eu sempre quis te dizer isso: Eu amo você. Eu te amo.” E o Magro, que era um azougue, ficou desconcertado. Thalita, ele não sabia o que responder. Eu tava lá em cima, vendo. Eu pensei: agora o Magro vai dizer pra ele: “Casão, eu também te amo.” E o Magro não conseguia dizer. Então, tirante nas novelas, eu nunca tinha visto – e nem era nas novelas uma coisa frequente... de um homem poder dizer pro outro ‘eu te amo’ – e o Casão disse, pro Magro.

**T.N.: E num cenário futebolístico, né?!**

J.K.: Isso. Thalita, você sabe por que que o Sócrates virou capitão da Seleção Brasileira?

**T.N.: Por quê?**

J.K.: Vou te contar: o Telê tinha uma dúvida de quem seria o capitão, o Zico ou o Falcão, que eram os dois melhores jogadores da Seleção Brasileira, né? O Falcão já Rei de Roma – tinha sido campeão pela Roma em 81-82... o título que a Roma disputava há 40 anos sem conseguir – e o Galo era o ídolo do Flamengo e tal. A Seleção Brasileira chega em Sevilha pra começar os preparativos dela na Espanha. No aeroporto de Sevilha vem a imprensa do mundo inteiro e tal. O Magro vem andando com o Telê. E um jornalista francês pergunta pro Magro na frente do Telê: “Quem é melhor: Zico ou Platini?” E o Magro olha pro cara e fala assim: “A pergunta tá errada. A pergunta é: ‘Quem é melhor, Zico ou Falcão? São os dois melhores do mundo.’” O Telê depois me contou: “Ali eu decidi...”

**T.N.: ...que o capitão seria o Sócrates.**

J.K.: “Ele põe os dois na frente dele! Eu não tenho que escolher entre um e outro. Não vou criar ciúmes e vou escolher o cara que põe os dois na frente. É esse cara que eu quero!” Era, antes de mais nada, uma relação amorosa que eles tinham. Então eu não consigo dissociar nada do afeto. Nada. Porque, se não for com afeto, as coisas não valem a pena. São coisas tão singelas e tão óbvias como o seguinte: cê sabe por que que a gente envelhece? Qual é a compensação pra gente envelhecer? É ter netas.

**T.N.: Sim! Cê sempre fala muito das suas netas, a Luiza e a Julia.**

J.K.: Mas é! Cê num é capaz de imaginar o que isso significa! As duas, desde que nasceram, todo fim de semana vêm pra cá. Uma tá com dezessete anos – uma petista desvairada! – a outra tá com quatorze e não quer nem saber de política! Mas elas continuam vindo todo fim de semana pra cá. Claro que agora tem as noites de balada, então vou levá-las e tal. Mas não tem o que pague. Não tem o que pague! E isso é pra tudo! E isso é dentro da Redação. Tem um ditado espanhol que diz o seguinte: “*Redacciones aburridas hacen periódicos aburridos*”. É isso. Se você não tocar uma Redação com amor, com alegria...

**T.N.: ...com entusiasmo.**

J.K.: ...com espírito de grupo. A gente passa mais da metade do tempo da vida da gente trabalhando. Cê tem que fazer as coisas de uma maneira que seja... por mais tensa que seja a profissão, por mais cobrança que haja na profissão, por mais prazos que haja na profissão...

**T.N.: ...talvez por haver tantos prazos e cobranças é que a gente tenha que aliviar por esse lado, né?**

J.K.: Isso. Sim! Você tem que ter confiança nas pessoas e cê tem que saber que um não larga a mão do outro. Thalita, eu digo uma coisa, sempre que eu faço palestra pra estudante, eu digo uma coisa que eu sei que pode soar pretensiosa, mas eu sou assim. Eu digo sempre o seguinte: eu não acredito em jornalista que não queira melhorar a esquina da rua onde mora, a cidade onde vive, o país em que nasceu e, com o perdão da pretensão, melhorar o mundo. Se não for isso...

**T.N.: ...tá no lugar errado.**

J.K.: ...aí vai ser publicitário! Pagam muito melhor. Cê fica rico, milionário, sendo publicitário! Mas não, se eu escolhi essa profissão foi de alguma maneira pra exercer aquela militância – que num determinado momento da minha vida me punha em risco de ser preso, de ser morto e tal –

na profissão de jornalista, dentro do meu nicho, que é o esporte, embora vira e mexe fora do esporte. Mas, enfim. Eu não acredito em Jornalismo que não seja assim. Tem muito jornalista que me diz: “Ah! Não me venha com missão. Jornalista é uma profissão como outra qualquer.” Pra mim não.

**T.N.: Eu acho extremamente missionário.**

J.K.: Eu também acho! Eu também acho! Então! Esse caráter de fazer as coisas com amor é o que, enfim, nos distingue. Veja, eu tenho um amigo que diz [em referência ao título do livro *Confesso que perdi*]: “Ah, confesso que perdi, não! Pelo menos deveria chamar ‘confesso que empatei’.” Ou ‘confesso que perdi, mas foi roubado’. Tem um outro da *Carta Capital* que na resenha do livro fez isso: ‘confesso que perdi, mas foi roubado’. O “confessar que perdi” não significa que eu tenha desistido. Eu tô correndo atrás de ganhar ainda.

**T.N.: No epílogo do livro você cita algumas frases. Tem uma do Evaristo Arns que é mais ou menos a esse respeito.**

J.K.: Isso! Exatamente. Se a festa não chegou é porque a luta continua. “Não há derrotas definitivas para o povo”, diz Dom Paulo Evaristo Arns. É isso. E tamo aí de novo, Thalita. Passamos todo esse período desgraçado de 2013 pra cá, né? Nove anos, Thalita, são nove anos que esse inferno começou no Brasil... que a gente descobriu que tem aí 20% de brasileiros que a gente viu ontem [feriado de sete de setembro], em Brasília, no Rio, em São Paulo... com quem nós vamo ter que lidar. Mas nós vamo ganhar! E se há alguém capaz de convencer 10% desses vinte, é esse pernambucano.

**T.N.: Sim, sem dúvida.**

J.K.: Ele tem uma capacidade de sedução e de juntar as pessoas que é admirável. É admirável! E cê conversa com ele... ele tá muito melhor do que ele era. Não se pode falar isso em público porque as pessoas são capazes de entender errado, mas a prisão fez bem pra ele, porque tudo que ele não tinha lido na vida ele leu na prisão.

**T.N.: Ele mesmo disse isso algumas vezes.**

J.K.: Thalita, ele dá aula. Aula! Thalita, eu fui visitá-lo – não como jornalista – quando morreu o neto dele – o Arthur, que era a paixão da vida dele, que era um menino lindo –por causa de uma história que... puta que o pariu, porra... de uma doença que consumiu o menino em 48 horas. Consegui autorização pra ir vê-lo. Aí chego em Curitiba. Os advogados dele vêm e falam assim: “Oh, é o seguinte Juca, faça muitas perguntas pra ele, porque senão ele vai te falar boa tarde e vai falar de política durante duas horas com você.” Eu falei: “Não, eu não vim aqui pra isso. Podem deixar comigo.” Entrei e disse assim pra ele: “Lula, aqui está um avô solidário.” Ele me deu um abraço. Eu perguntei: “Como é que cê tá?” Ele disse: “Eu tô bem, tô bem. Tô estudando muito. Juquinha – ele me chama de Juquinha – Juquinha, é o seguinte: quando eu sair daqui, cê nunca mais vai me ouvir falar em distribuição de renda. Eu vou passar a falar de distribuição de riqueza... porque o Brasil, Juquinha...”

J.K.: Thalita, ele falou duas horas de política. De Brasil. Deu aula: “O quê que eu vou fazer melhor? O quê que eu não fiz e que eu deveria ter feito?” Chegou num ponto... e eu queria saber a respeito dele, do avô Lula!... mas, a partir de um determinado momento, pra mim ficou claro o seguinte: ou ele não quer falar disso ou ele não me acha interlocutor com intimidade o

suficiente pra ele falar da dor íntima que ele tá sentindo. E eu vou respeitar. E eu não vou invadir. E eu vou ouvir o Lula. Thalita, se eu pudesse ter feito uma matéria – eu não podia escrever nada porque não era compromisso jornalístico – mas eu teria feito uma matéria pra ganhar prêmio! Porque era uma coisa... mas era uma enxurrada de ideias concatenadas [imitando a fala e os trejeitos de Lula]: “...a história do século XX é a história das guerras por causa de petróleo. Tem um americano – não sei o nome do americano não – que escreveu um livro de 800 páginas, acabei de ler... quando deixou de ser o petróleo, passou a ser o gás por causa disso e daquilo... cê pensa que o que estão fazendo na Venezuela... esse Maduro é um maluco, mas o que estão fazendo na Venezuela é por causa disso e daquilo... o que estão fazendo no Iraque é por causa disso e daquilo...” Bom, e daí cê fala: cacilda! Esse cara... esse cara que veio de Pernambuco, que passou fome...

**T.N.: ...torneiro mecânico.**

J.K.: Torneiro mecânico. Absolutamente brilhante.

**T.N.: E corintiano.**

J.K.: Corintiano! Vascaíno no Rio, cê sabe, né? Ele gosta do Vasco. Enfim.

**T.N.: Bom, dois clubes com ideais bem populares.**

J.K.: Exatamente.

**T.N.: Juca, muito obrigada.**

J.K.: Ah! Foi um prazer. Qualquer coisa a mais que você queira, cê aprendeu o caminho.



## APÊNDICE B - Íntegra da entrevista com o jornalista Marcelo Barreto

### Residência do jornalista Marcelo Barreto, Rio de Janeiro, 8 nov. 2022

**Thalita Neves (T.N.): Marcelo, em 2018 eu estive no Museu do Futebol apresentando um trabalho com os resultados da minha dissertação de mestrado e tinha um texto seu ilustrando o evento. Era um texto chamado “Clássico é Clássico”, onde você conta que na sua infância, lá na Zona da Mata mineira, lembrando a história...**

Marcelo Barreto (M.B.): ...de Esporte e Leopoldina, meu clássico!

**T.N.: Isso! E aí você fala que o seu pai jogou no juvenil do Leopoldina e depois ele foi pro Esporte... e me parece que ali você já se dá conta do que é a rivalidade entre clubes, né? Tem duas frases nesse texto que me chamaram atenção e que eu acho muito bonitas. Você diz assim: “Na arquibancada aprendemos a amar o que é nosso e a nos reconhecer no outro.” E depois você diz: “Por caminhos opostos chegamos ao mesmo lugar: a essência do futebol.” Bom, se a essência do futebol é a rivalidade entre os clubes, isso significa dizer que um time não existiria plenamente, por mais campeão que seja, sem o seu rival?**

M.B.: Claro, claro. Talvez hoje uma das coisas que a gente discuta – e que tá acontecendo de uma forma muito forte no futebol europeu e tem um certo medo de que aconteça no Brasil – é a tal da espanholização, que é quando um time, ou no máximo dois, dominam uma liga inteira. Por que qual é a graça de você ser o que ganha de todo mundo? Cê precisa de contraposição. Cê precisa do risco da derrota. O risco da derrota é inerente à emoção do futebol.

M.B.: O futebol é muito curioso porque o futebol tem uma história de mais de 150 anos – o futebol no Brasil, cento e poucos anos – e, mesmo que seja um período muito curto se você pensar em termos históricos, já aconteceu bastante coisa. O que era a afiliação a um clube de futebol no começo? Você era o fundador desse time, ou amigo de um fundador desse clube, ou você morava naquele bairro. A sua ligação com aquele clube era muito direta. O futebol foi crescendo de uma tal maneira que hoje você tem todos os tipos de ligação com um clube de futebol. Por que que um torcedor do Flamengo no Nordeste do Brasil é menos importante ou tem uma ligação menor com o clube do que um torcedor do Flamengo que nasce no bairro do clube, aqui na Zona Sul do Rio de Janeiro? Essa ligação pode ser igualmente apaixonada. Agora, eu costumo usar um termo que às vezes ofende as pessoas: essa é uma ligação aleatória, uma ligação construída. Por que que alguém que não nasceu no Rio de Janeiro, não viu o Flamengo de perto, não frequentou o bairro... por que que essa pessoa é Flamengo? E aí cê pode estender esse raciocínio a qualquer outro time. Peguei o Flamengo porque é a maior torcida do Brasil e, quando a gente fala de torcida, é sempre o primeiro que vem à mente. Por que que a gente constrói essa ligação? Porque faz parte do nosso processo de definição. Como o futebol tá muito entranhado na cultura brasileira, escolher a sua afiliação futebolística diz alguma coisa sobre você. Como é que você escolhe? Pode ser por causa da sua família – seu pai e sua mãe – , pode ser pela influência de um amigo, pode ser por algo que cê viu na televisão... mas, enfim, aquilo vai te construindo, vai virando parte da sua personalidade. Mas não se basta sozinho, né? Tem uma música do Flamengo que diz: “Isso aqui não é Vasco. Isso aqui é Flamengo.” O hino do Flamengo diz: “Nos FlaFlus é o Ai Jesus”. O adversário tá sempre presente. Você não só se realiza na afirmação do que você é. Você se realiza também na negação do que você não é. O quê que você não é? Você não é o seu adversário. Você não é aquele outro time.

**T.N.:** E é uma lógica de complementaridade, né? Pra mim, essa lógica também explica muito o que é ter um rival e por que isso é tão importante. Agora, quando você fala do Flamengo – do cara lá do Nordeste que torce pro Flamengo ou pro Corinthians – cê não acha que tem a ver também com essa questão dos estereótipos? De Flamengo e Corinthians serem times muito atrelados ao imaginário de popularidade? Muito embora o Flamengo tenha nascido como um time de origens elitistas, como a maioria dos clubes brasileiros – e depois, ali nos anos 30 com o projeto do Estado Nacional, acabou tomando contornos mais populares – e com o Corinthians tenha sido o contrário: já nasceu extremamente popular... tem até a história de que foi fundado por um alfaiate... lá no “Quem Somos” do site deles, eles fazem questão de dizer: “O Corinthians é o clube do povo”... então eu acho que talvez tenha aí em Flamengo e Corinthians esse imaginário popular muito fortemente arraigado.

**M.B.:** Então! Onde é que eu acho que entra o estereótipo como algo importante assim? Como essa relação não é mais uma relação imediata – ela é uma relação construída –, faz parte dela você buscar uma explicação praquilo. Se você é Flamengo no século 21... cê nasceu agora e daí virou Flamengo. Cê virou Flamengo por quê? Pelos títulos que o time tá conquistando agora? Porque seu pai ou sua mãe eram Flamengo? Só isso talvez não baste. Cê precisa se explicar: “Eu sou Flamengo porque eu me identifico com uma imagem do que é o Flamengo.” Então você se apega a essa imagem. Mas é curioso, porque no futebol a gente dá um jeito em tudo, né? A gente vai construindo o raciocínio pra chegar no ponto que nos interessa. Então, se você pega estereótipos dos clubes cariocas, você tem torcedores do Fluminense que são pobres e que se orgulham de torcer pra um time de elite.

**T.N.:** Sim. Eu acho que o Fluminense é um dos poucos que ainda preservam esse ar aristocrático. Porque, no geral, hoje a gente vê um esforço dos departamentos de Marketing em associar os clubes à marca de povo.

**M.B.:** Sim. O próprio Fluminense tem a campanha “Time de Todos”.

**T.N.:** Mas, por exemplo, o América lá em Minas também preserva uma certa soberania. Eles querem ser aquele reduto pequenininho e assim é que tá bom. Então eu vejo que alguns poucos ainda vão nessa direção contrária. Porque houve um tempo em que era legal ser elite no futebol, né, era uma ideia de soberania, algo assim. Tanto que o Fluminense tem um canto que até hoje acredito que apareça no Maracanã, que é o “Ela ela ela, silêncio na favela”. Eu me lembro do documentário *40 Minutos Antes do Nada* que...

**M.B.:** ...eu vi outro dia o Francisco Bosco dizer que adora esse grito!

**T.N.:** Sim, sim! Ele diz que adora. E ele fala uma frase tão bonita que diz assim: “Quando eu escuto isso no Maracanã, pra mim, é de uma poesia enorme.” O quê que cê acha que tem de poético nesse canto, Barreto?

**M.B.:** O que tem de poético é o seguinte: são várias pessoas de um lado se identificando com um sentimento que não necessariamente é o que permeia a vida delas, falando com outras também. São duas coletividades falando uma com a outra. E ali dentro de cada uma tem pessoas com histórias de vida absolutamente diferentes. O quê que une essas pessoas? O que te une é uma característica coletiva construída. Então, se eu sou Fluminense, eu sou de elite. Nesse mesmo documentário o Pedro Bial fala: “Ah, nós somos a elite?”...

**T.N.: ...é verdade! “A elite de Cartola, que lavava carros...”**

M.B.: Isso! “Então tá bom. Então somos essa elite artística...”, né?

**T.N.: A “elite cultural”, acho que é isso que ele fala!**

M.B.: Sim! Ao passo que você tem o Flamengo como povo, né? Eu não acredito em horóscopo. Pra mim, essa característica do torcedor de futebol é igual à característica dos signos: você divide a humanidade em doze, fatia a humanidade e, então, de cada doze pessoas do mundo, uma tem a característica de Escorpião, a outra tem a característica de Áries... aí tem a Lua também, porque cruza... enfim, acho que é a mesma tentativa de entender o ser humano numa classificação muito simples. Cê faz uma classificação aqui: “Ah, esse é o signo da água. Esse é o do fogo...” Enfim, eu não quero ser desrespeitoso com quem acredita em horóscopo.

**T.N.: Imagina! Eu entendo plenamente o que você tá falando, porque acaba ficando simplista, né?**

M.B.: Claro! E aí o Flamengo acaba virando de novo o melhor exemplo. É o clube de maior torcida no Brasil. Segundo o Ibope, seriam 40 milhões de pessoas. Claro que isso é uma projeção e, dentro dessas 40 milhões de pessoas, cê tem vários tipos de ligação com o Flamengo: tem o famoso torcedor lá que batizou o filho de Zicomengo, que a casa é toda pintada de vermelho e preto... e tem o cara que diz que é Flamengo porque tem que ter um time, né? Não tem nenhuma ligação.

**T.N.: Às vezes nem acompanha o campeonato...**

M.B.: Isso, não acompanha. É o que eu que costumo dizer dos meus pais: o meu pai tem um time, torce praquele time, compra o pay-per-view, compra a camisa, tem caneca, tem chaveiro... ele é o torcedor padrão. E a minha mãe diz que torce pelo time do meu pai. Mas o único interesse dela é o humor do meu pai. Se o time dele perder, ele vai tá de mau humor. Se o time dele ganhar, aí ela não liga pra futebol. Mas na pesquisa do Ibope os dois vão responder: esse é meu time!

**T.N.: Sim. E daí vai dar os 40 milhões.**

M.B.: Isso. Vão entrar no universo dos 40 milhões. Agora, como é que você vai aglutinar essa multidão de pessoas com interesses diferentes, com características socioeconômicas diferentes, com localizações geográficas diferentes, e dizer: “Esse cara aqui é Flamengo, então ele é assim!”? É como você dizer: “Esse cara é de Escorpião – eu só lembro de Escorpião porque é o meu –, ele é assim, ele é desse jeito, essa é a característica dele.” É absolutamente inviável. Mas isso não quer dizer que não seja uma construção coletiva válida dentro do universo do futebol. E bonita também. Tem uma poesia nela, né?

**T.N.: A quem interessa esse discurso de time do povo? Aos torcedores, aos dirigentes, à imprensa?**

M.B.: A quem interessa? É que eu acho que isso nasceu de uma forma um pouco mais espontâneo, não foi não? Não sei se isso é uma construção com um objetivo.

**T.N.:** Porque hoje, por exemplo, a gente vê Corinthians e Flamengo... imaginário popular que a gente tá falando aqui... mas se a gente vai num jogo na Arena Corinthians ou no Maracanã, a gente paga caríssimo pra assistir ao jogo. Eu peguei um Uber vindo do aeroporto pro bairro do Flamengo ontem e, conversando com o motorista, ele falou: “Nossa! Eu gastei mil e quinhentos reais pra ver a final da Copa do Brasil”. A gente tava falando de viagem e ele dizendo que ver futebol é mais caro do que viajar, considerando a lógica da arenização dos estádios. Então eu fiquei me perguntando sobre isso, pois essa lógica tira o povo dos estádios, né?

M.B.: É. O estádio hoje é o produto *premium*. O estádio é o lugar onde você vai pagar mais caro pra ter a experiência presencial. O lugar de ver futebol hoje é a televisão. Isso já é assim em outros lugares do mundo e tá virando isso aqui no Brasil também. Acho que até já virou, né? É que a gente confunde também um pouco o “popular” com o time que tem mais torcida. Quando você fala do estereótipo do Flamengo: o Flamengo é o time do povo, então ele é o time das pessoas pobres. O apelido do Flamengo é urubu. O apelido do Corinthians é gambá...

**T.N.:** ...o Flamengo é identificado com a favela, com a história da Praia do Pinto, enfim...

M.B.: Isso. São apelidos preconceituosos, voltados pra pessoas negras, da classe trabalhadora... são alusões a bichos que frequentam o lixo, que têm mal cheiro... então tem tudo isso. Associamos ao povo. Mas aí você associa ao povo porque tem mais torcida? Se você tem mais torcida, cê não pode ter torcida só nas classes populares, né?

**T.N.:** Sim.

M.B.: E aí eu volto pra pesquisa do *Lance!*. Eu trabalhava no *Lance!* quando foi feita essa pesquisa em parceria com o Ibope.

**T.N.:** Cê foi um dos fundadores do *Lance!*, né?

M.B.: Fui um dos fundadores do *Lance!*. A gente encomendou essa pesquisa atrelada à pesquisa presidencial. Então tinham ali muitas perguntas sobre classe social, sobre localização... e aí eu me lembro que a gente fez uma publicação muito extensa. Muito extensa! Com detalhes! Mas pras pessoas só interessava assim: “Meu time tem mais torcedor do que o seu.” O que repercutia era isso. Mas aí você pegava: no Rio de Janeiro, Classe A, quem tem mais torcedores? Flamengo. Classe B? Flamengo. Classe C? Flamengo. Classe D? Flamengo. Classe E? Flamengo... porque o Flamengo é o time com mais torcida.

**T.N.:** Então, naturalmente...

M.B.: ...tem mais torcida em todos os estratos! O Flamengo tem mais torcedores pobres, sim! Como o Fluminense tem mais torcedores pobres, mesmo sendo um time de “elite”, como o Botafogo tem, né? Você até consegue encontrar algumas características... alguns times com a torcida um pouquinho mais envelhecida porque não se renovou... mas o desvio é muito pequeno. Na verdade, o que você tem é assim: uma fração maior da sociedade brasileira, da sociedade carioca, é composta por torcedores do Flamengo. E uma fração pouco menor por torcedores do Vasco – o que não apaga a história desses clubes. O Vasco, por exemplo – e muita gente discute isso – tem torcedores do Vasco que ficam incomodados com isso. Eles dizem que o verdadeiro clube popular do Rio de Janeiro...

**T.N.: É o Vasco.**

M.B.: É o Vasco! Quem tem a história popular é o Vasco. O Vasco é o time que nasce no subúrbio, que traz os trabalhadores das padarias dos proprietários portugueses, das empresas de forma geral – padaria é até um jeito meio preconceituoso de dizer que português só tem padaria... mas tinha muita mesmo! –, tem a história dos jogadores negros, tem a “Resposta Histórica”... então a história do Vasco tá mais ligada a um contato com as classes populares do que a do Flamengo. Por isso que eu acho que tem muita mistura dessa questão do “ser popular” com o “ter popularidade”: ou seja, tem mais gente torcendo pelo seu clube.

**T.N.: É. Essa questão do Vasco foi até uma discussão entre mim e o Ronaldo porque a minha ideia era estudar o Vasco também. Porque, poxa, é o time do povo e eu tô falando de povo... Aí ele disse: “É, mas cê tá trabalhando com ‘luta de classes’, e na rivalidade FlaFlu a questão classista fica mais evidente.” Talvez, sei lá, Vasco x Fluminense... mas aí a gente foi pelo lado da popularidade no sentido de ter mais torcida. Assim como lá em São Paulo, também por esse motivo, a gente não pegou Corinthians e Palmeiras. A gente pegou Corinthians e São Paulo...**

M.B.: ...por representarem estratos diferentes. Interessante! Porque no FlaFlu cê pega também o fato de um clube ter nascido do outro, né?

**T.N.: Sim!**

M.B.: E aí um ficou com a característica elitista, enquanto o outro... até porque por um determinado momento não tinha lugar pra treinar... A história que se conta do Flamengo é esta: como não tinha lugar pra treinar, treinava na praia. Era um treino aberto, as pessoas viam e o interesse pelo Flamengo foi crescendo. Então o Flamengo foi um clube que se aproximou das camadas populares.

**T.N.: A crônica esportiva no Rio de Janeiro contribuiu muito também pra popularização do Flamengo, então...**

M.B.: ...e o rádio contribuiu pra expandir o Flamengo pro Brasil...

**T.N.: ...pra tornar nacional, né? E aí talvez por isso também no Nordeste ou no Norte tem pessoas que torcem pra um clube local e também pro Flamengo, por exemplo.**

M.B.: Bom, entendi que tá fora do escopo do seu trabalho, mas tem essa rivalidade muito legal entre Vasco e Flamengo sobre quem é o verdadeiro time popular.

**T.N.: Mas essa discussão tem que entrar no meu trabalho de alguma forma. Porque em algum momento vão me questionar sobre isso: “Ah, cadê o Vasco aqui?”, né?**

**T.N.: Bom, falando de Corinthians: a gente tem a Democracia Corinthiana que é talvez o principal movimento relacionando política e futebol no Brasil. E isso contribui muito pra esse imaginário de popularidade do Corinthians... e também pela conscientização política dos jogadores àquela época, enfim... No Brasil, a gente às vezes tenta separar essa questão de futebol e política. Mas eu vejo que o *Redação* [SporTV], por exemplo, é um dos programas que não fazem essa separação, que permitem que essa mistura apareça. Mas é difícil fazer isso no *Globo Esporte* da hora do almoço, na TV aberta, né? A pauta fica**

**muito ali no espectro do placar do jogo. A gente tem várias polêmicas nesse sentido, como o Tiago Leifert dizendo que quando futebol e política se misturam dá ruim. Dá ruim, Barreto?**

M.B.: Não. É até curioso porque, quando eu voltei pro *Redação*, tinha acabado de sair esse artigo do Tiago e foi uma das primeiras coisas que eu levei pra bancada pra gente debater. O que ele dizia era que praça esportiva não é lugar de manifestação política. Ele achava que ali não seria o lugar. Eu acho esse tema riquíssimo. Porque é o seguinte: quem é que o atleta representa quando está sendo premiado? Eu acabei de escrever uma coluna de domingo no *O Globo* dizendo que a Rebeca Andrade, quando ganhou a medalha de ouro no Mundial de Ginástica, em vez de falar de si mesma, que era um direito que ela tinha – porque é ela que rala pra chegar até ali, é ela que treina, é ela que se recupera de cirurgia – ela diz o seguinte: “Eu quero agradecer a quem me ajudou a chegar até aqui, quem me ajudou lá no começo, que me levava pra treino e que tomava conta de mim quando minha mãe não tava em casa. Essa vitória mostra do que o preto é capaz.” Ela conseguiu transcender, né? Ela conseguiu entender que aquilo ali é uma conquista dela, mas que representa outras pessoas.

M.B.: Às vezes o atleta faz uma manifestação, no momento em que ele tá sendo premiado, pra falar de coisas da sociedade. A gente tende a achar que essa manifestação é legítima quando ela é sobre algo que a gente concorda. Quando o Tommie Smith e o John Carlos levantam o punho cerrado com a luva – fazendo o gesto dos Panteras Negras – eles estão falando de uma questão social que às vezes até transcende a política, que é o racismo. Então muita gente tende a concordar e olhar para aquilo como um momento histórico. E muita gente não concorda e acha que ali não é o local. Eu acho que hoje em dia tem muito mais essa expectativa das pessoas de que o atleta se manifeste. Aí o atleta vai e se manifesta partidariamente...

**T.N.: ...como é o caso do Neymar que...**

M.B.: ...que faz campanha pro Bolsonaro. Aí o torcedor da Seleção Brasileira que é eleitor do Lula – que é maioria, né, porque o Lula afinal de contas foi eleito, teve mais votos que Bolsonaro – esse cara se sente incomodado. Mas não foi a gente que pediu pro cara se manifestar?! A gente não tá concordando que o atleta deve usar a sua posição de destaque, de visibilidade pra dizer o que ele pensa? O que ele pensa passa também pela questão eleitoral. Passa por preferir um candidato ao outro.

**T.N.: Eu acho que a gente ainda vê isso pouco no Brasil, no geral. A gente tem o Reinaldo, como um grande opositor da Ditadura... o João Saldanha, que supostamente saiu da Copa de 70 pela ligação com o Partido Comunista...**

M.B.: É. Eu me lembro que tinha – talvez não se fale mais tanto disso hoje – mas tinha uma cobrança muito grande em cima do Pelé, pra que o Pelé se posicionasse.

**T.N.: Sobretudo pela questão racial, né?**

M.B.: É. E também pela Ditadura: afinal de contas, o Pelé é contra ou a favor do governo militar? E aí quando ele dá aquela declaração do milésimo gol – de que o Brasil tem que cuidar das criancinhas – muita gente diz que o Pelé ali tava sendo demagogo, que ele não queria se posicionar politicamente, que ele falou uma coisa que ele achou que ia agradar todo mundo, entendeu? Essa não é uma discussão tão nova, não. Ela já existe há mais tempo.

**T.N.:** É. Conversando com o Juca Kfourri, a gente falou muito da Copa de 70, e ele me disse: “Olha, o fato de a gente achar que futebol e política se misturam, não quer dizer que um determine o outro.”

M.B.: Exatamente.

**T.N.:** Porque, por exemplo, na Copa de 70 todo mundo falou: “Ah, não vamo torcer... porque se a gente estiver torcendo é como se a gente estivesse apoiando o regime...”

M.B.: É. Acho que é o próprio Juca que conta uma história muito boa... que, quando a Tchecoslováquia faz 1 x 0, o pessoal da esquerda diz: “É uma seleção da Cortina de Ferro... isso vai ser bom!”... Aí o Jairzinho empata e já tá todo mundo se abraçando... preso político abraçando carcereiro...

**T.N.:** Sim! Ele conta isso no livro de memórias dele. A Dilma também. Tem um depoimento em que ela fala que tava assistindo da prisão... com uma palha de aço na antena e tal... e todo mundo comemorando os gols... Então essas coisas não se determinam, né?

M.B.: É. Acho que hoje tem uma característica, que talvez seja mais marcante do nosso tempo – e acho que isso tá muito associado à exposição das redes sociais – que é exigir uma fidelidade absoluta ao que você acredita. Eu me lembro sempre de uma frase do Seu Armando Nogueira. Ele dizia pra gente: “Sem um pouquinho de hipocrisia a gente não consegue levar essa vida”, né? Hoje, hipocrisia é uma palavra maldita nas redes sociais. Você tem que se apegar ao que você acredita e você não pode tolerar nada fora daquilo. Existe a questão do cancelamento e tal... pode ser um artista que você admira, mas se ele fez algo que você não concorda, você abandona a obra dele junto. São questões muito complexas. E às vezes o futebol deixa a gente nessa enrascada: “E agora? A Copa do Mundo vem aí. O Neymar fez campanha pro Bolsonaro. Mas eu votei no Lula, então eu torço pro Neymar porque eu gosto da Seleção Brasileira? Ou eu abandono a Seleção Brasileira porque a questão política é mais importante e o Neymar joga na Seleção?” Mas eu fico pensando assim também: como é que a Seleção vai nos representar como um coletivo? Se depender do resultado da eleição, a gente teria que ter cinco petistas, cinco bolsonaristas e um “isentão”, né? Aí com os onze talvez a gente representasse o universo político brasileiro, mas não dá. Não é assim. Não é assim que se monta um time.

**T.N.:** Sim. Quando eu tava conversando com o Juca sobre a Copa de 70, ele me disse que era um dos poucos que tava desde o início falando... – ele muito jovem ainda, tinha perdido pessoas queridas pelo regime... – e ele falando: “Vou comemorar a Copa sim, não vou deixar que me tirem a minha maior paixão que é o futebol.” Aí a gente entrou no assunto do sequestro dos símbolos nacionais pela extrema-direita e ele me disse: “Nossa! Teve um monte de gente, gente boa de serviço, que falou: ‘Vamo adotar a camisa azul, vamo usar só a branca...’, ele dizendo: “E eu nunca concordei com isso, eu queria a camisa amarela”, a nossa missão é não deixar que nos roubem isso.” E aí ele conta que em 2016 ele foi num ato político no Largo da Batata, discursar ao lado da Erundina, e falou: “Olha, a palavra de ordem é: não vai ter golpe...” – isso foi pouco antes do impeachment – “...mas como jornalista eu preciso dizer pra vocês que o golpe já se deu e que a Dilma vai ser impechada.” E aí ele me fala que recebeu uma vaia enorme de uns cinco minutos. E que em seguida, quando acalmaram-se os ânimos, ele disse assim pro público: “O que a gente tem que fazer agora é não deixar essa gente dormir em paz uma noite sequer, até a gente recuperar o nosso hino, a nossa democracia, os nossos símbolos...” e sugeriu que aquele

**ato se encerrasse com todos cantando o hino nacional. E cantaram, de fato. Então eu perguntei pra ele, tendo em vista todo esse resgate da nossa democracia – que nos últimos anos está totalmente sob ameaça – e considerando também as quase 700 mil mortes por Covid, se a gente tem alguma coisa pra comemorar no Catar, além da possibilidade do hexa.**

M.B.: Então! Não é curioso como esse questionamento quase não existe quando a gente fala de clube? Acho que vai muito na direção do tema da sua pesquisa. Porque a gente faz uma ligação com o clube que ela é mais abstrata. Na nossa ligação com a Seleção – talvez porque a Seleção tenha sido usada pra tentar interpretar o Brasil como país, como povo, como nação – talvez a gente se apegue mais a isso. Talvez a gente tente ver mais na Seleção um retrato do que a gente é. Por que como é que o Flamengo, o Corinthians, mesmo sendo os clubes mais populares do Brasil, vão representar a população brasileira? E, assim, se um jogador que eu não gosto joga pelo meu time, eu comemoro o gol dele do mesmo jeito, né?

**T.N.: Ou se ele jogava no rival antes e veio pro meu time...**

M.B.: ...se comemorava gol debochando de mim, me mandando calar a boca... e hoje ele faz um gol pra mim... O futebol de clubes ele é absolutamente pragmático! Ele bota essas coisas todas de lado e às vezes ele passa por cima de debates que deveriam ser tratados de outro ponto de vista. Tem um caso recente, que me parece muito emblemático nesse sentido, que é o incêndio no Ninho do Urubu. Ali muita gente entrou pra aquele debate sendo a favor do Flamengo ou contra o Flamengo, mas porque torcia pelo Flamengo ou porque torcia pelos rivais do Flamengo, e não devido ao fato em si. Eu acho que isso obscureceu a visão de muita gente sobre um caso muito grave, sobre a morte de dez adolescentes, sobre o que aconteceu com aquelas dez famílias. Isso pra mim é um exemplo do exagero a que a gente consegue levar a...

**T.N.: ...rivalidade.**

M.B.: A rivalidade e a afiliação a um clube.

**T.N.: Isso aconteceu lá em Porto Alegre no caso do goleiro Aranha... em vez de a causa racial ser a tônica do debate, a tônica eram os colorados e os gremistas contabilizando quem chamava mais o outro de macaco.**

M.B.: E “O Grêmio tem que ser punido porque eu sou torcedor do Inter” ou “O Grêmio não pode ser punido porque eu sou torcedor do Grêmio”, né? O futebol, sob o ponto de vista do clube, obscurece essas coisas de uma forma muito mais imediata.

M.B.: Hoje, e aí eu não sei, a gente tem que olhar um pouquinho pra história da Seleção pra tentar entender isso. Acho que o que aconteceu com a CBF tem um papel muito grande nisso aí. Talvez o Juca seja responsável, né, toda a cobertura que ele fez, tudo o que ele ajudou a mostrar dos bastidores da CBF, deixou muita gente descontente com a Seleção, paralelamente ao processo de saída dos jogadores brasileiros dos nossos clubes, indo jogar na Europa. A gente tá tão afastado disso... porque a relação com a Seleção passava pelo clube. Essa relação era alimentada pelo clube. Hoje, isso tá tão distante. A gente deu hoje no *Redação* uma lista de quem revelou os jogadores da Seleção... pra ter algum tipo de ligação, né? Eu me lembro de conversar com alguém esta semana que dizia assim: “Poxa vida, o Philippe Coutinho não vai pra Copa. A última ligação que tinha do Vasco com a Seleção foi embora.” ...e olha como essa ligação já é ancestral, né, mas a pessoa quer juntar Seleção e clube e não consegue mais. Além



disso, você tem a CBF, que é a representante oficial da Seleção Brasileira, se transformando nessa fábrica de escândalos. Eu acho que tudo isso pode estar causando, na verdade causou, um afastamento do torcedor da Seleção Brasileira. Eu não sei dimensionar o tamanho desse afastamento – e acho que muita gente incorre no risco de exagerar um pouco, de achar que esse afastamento é definitivo –, não sei, mas que tem esse fenômeno, tem.

**T.N.: Muitos torcedores, por exemplo, dizem: “Prefiro que meu time ganhe uma Libertadores, uma Copa do Brasil do que, sei lá, ser hexa.”**

M.B.: Exatamente. E aí talvez por isso também essas pessoas se tornaram mais críticas da Seleção Brasileira e fazem a ela críticas que não fariam ao seu próprio clube.

**T.N.: Sim. É a chamada hipocrisia que a gente comentou aqui.**

M.B.: Exatamente, exatamente: “Ah, mas o Neymar votou no Bolsonaro e eu sou petista.” Mas cê sabe em quem o Gabigol votou? Cê sabe em quem o Renato Augusto votou? Se cê faz essa pesquisa em todos os clubes do Brasil, cê vai se decepcionar. Se você é petista, se o seu ponto de vista é o ponto de vista da esquerda, e se você fizer essa pesquisa dentro do seu clube, o resultado não vai ser bom pra você. E aí? Cê vai deixar de amar o seu clube? É porque o clube tem esse negócio, não deixa de amar: “Ah, porque troca de mulher, troca de país, troca de nacionalidade, troca de não sei quê, mas não troca de clube...”, essas coisas todas que a gente incorporou à nossa cultura. Dentro desse processo de construção da afiliação, tem uma coisa muito fechada com o clube que a gente não consegue transferir pra Seleção Brasileira. Parece que com a Seleção Brasileira isso aí rachou. Isso que existia na Copa de 70 ainda, né, pelo o que o Juca conta, pelo o que cê disse aí da Dilma, tipo assim: “Caramba, é a Ditadura, é um momento super tenso da política brasileira, mas pô, é a Seleção jogando, é o Pelé, é o Tostão... eu vou é torcer pra eles.” Hoje as pessoas já hesitam mais. E se você for ponderar tudo, a fruição do esporte diminui muito. Se você pensa no país sede da Copa do Mundo, por exemplo...

**T.N.: ...um país autocrático.**

M.B.: Um país autocrático. Não respeita direitos individuais. Não respeita liberdades individuais. Você tem trabalhadores nos estádios da Copa que morreram em função da obra... aí você faz o que? Você abandona a Copa do Mundo? É uma pergunta profissionalmente importante pra quem trabalha no meu meio.

**T.N.: Eu ouvi outro dia você dizendo – agora não me lembro, acho que foi pra uma entrevista pra *Corner* ou talvez até no *SporTV* – dizendo: “No momento da narração ou da cobertura eu não vou falar que o Catar é isso, aquilo, aquilo outro.”**

M.B.: Sim! Vai começar Portugal e Argentina pela Copa. Messi de um lado e Cristiano Ronaldo do outro. Aí você vai dizer assim: “Foi dado o apito inicial para o jogo no Catar, esse país que desrespeita as liberdades individuais, que ganha o seu dinheiro produzindo gás, que aumenta a temperatura global em...”, não né?!

**T.N.: Porque antes de tudo tem a lógica do entretenimento. Se a pessoa ligou a TV pra ver um jogo, ela quer se divertir de alguma forma.**

M.B.: Sim, sim. E tem também o lado lúdico da coisa. O futebol tá todo intrincado, todo ligado com a sociedade. Eu não gosto da expressão “futebol é espelho da sociedade”. Eu acho que o

futebol tá é dentro da sociedade, tá todo conectado com ela, mas ele tem um momento que é o momento da fruição, do espetáculo: o juiz apitou, começou o jogo, né?!

**T.N.: É porque é muito massivo. Então a gente tende a dizer que é um espelho que reflete os problemas sociais porque é muito amplo. O Ronaldo Helal é um grande pioneiro nesses estudos... o Roberto DaMatta na Antropologia, entre outros... no sentido de que o futebol quebraria essas certas hierarquias sociais pré-estabelecidas, porque, enquanto cê tá ali dentro da mesma torcida, não tem diferença de raça, de classe, de credo... tá todo mundo torcendo pelo mesmo time, todo mundo comemora quando faz o gol... mas o futebol ainda é um dos espaços onde as masculinidades tóxicas estão muito presentes, onde a discriminação racial é evidente, de orientação sexual também... e isso tá ligado com a sociedade porque, se a gente for pensar, essas práticas demoraram muito a ser criminalizadas no Brasil.**

M.B.: É. E mesmo essa visão do futebol rompendo barreiras da sociedade resiste até um olhar um pouquinho mais aprofundado. É isso que cê tá dizendo, né? “Ah, tá todo mundo junto torcendo pelo mesmo time.” Depende, tem um que tá na geral, tem outro que tá na arquibancada jogando copo de mijo lá embaixo e tem outro que tá no camarote.

**T.N.: E hoje a gente não tem nem a geral.**

M.B.: Pois é! Então não estão todos no mesmo lugar. Muitos estão fora do estádio, porque o ingresso é caro, não conseguiram entrar. Então se cê vai analisando mais friamente tudo o que tá acontecendo ali, cê vai ver que... “Ah, mas no futebol tem o confronto entre os clubes...”, mas cê vai ver que o poder econômico vai prevalecer. Por isso que o Palmeiras e o Flamengo ganham tudo hoje, porque eles têm mais dinheiro do que os outros e têm jogadores melhores.

**T.N.: Mas então como cê explica fenômenos no Nordeste como o Santa Cruz?! Que tem recordes de público no estádio mesmo jogando a Série D, que tem uma fidelidade do torcedor, um pertencimento clubístico tão grande... e o clube não tem dinheiro.**

M.B.: É. Pra começar: eu não explico. [risos] Tem coisas aí que a gente não consegue alcançar. Só fico pensando quanto tempo pode durar. Porque os clubes que desaparecem do cenário não vão renovar a sua torcida. A gente tem o caso do América aqui no Rio. O América era um dos grandes clubes do Rio de Janeiro. Ele sai do cenário competitivo de uma tal maneira... eu vejo o Alex Escobar, que é meu amigo, mais jovem que eu, que fica tentando torcer pelo América. Ele vai ver o América na segunda divisão do campeonato estadual do Rio. Ele vai ver jogo dos times de base do América... pra poder manter aquela relação, porque ele não quer mudar de time. Ele precisa ver o time dele jogar de alguma maneira. Bom, o Escobar tem quatro filhos, dois são novinhos e gostam de futebol – os dois mais velhos não têm ligação com futebol – e já tirou foto com eles de camisa vermelha... muito bonitinho, mas, assim, não vai acontecer.

**T.N.: Não vai. E torcedor quer título, né?**

M.B.: E mesmo que não seja o título em si, o torcedor quer o protagonismo, tem que participar da festa. A gente agora discutiu mais uma dessas pesquisas do Ibope e eu dizia isso. “Ah, mas o cara no interior de não sei onde torce pelo Flamengo, pelo Corinthians...”. Cara! Ele quer participar daquele produto. O produto que existe, o produto *premium* que tem ali, é o Campeonato Brasileiro. Da Série A! Então, se ele não tem uma ligação imediata com o time da cidade dele, como tem o torcedor do Santa Cruz... – ele é Santa Cruz porque ele nasceu no

Recife, ele conhece o Santa Cruz, ele escolheu entre os três grandes ali da capital e a preferência dele foi o Santa Cruz – ...o Santa Cruz sai desse cenário competitivo, mas a paixão ainda resiste por algum tempo. Não sei quanto. É isso que eu tô te dizendo.

**T.N.: Ali tem uma questão classista também, onde o Náutico é muito atrelado a uma suposta elite.**

M.B.: É, o Náutico seria a elite. E o Santa Cruz disputa com o Sport a popularidade.

**T.N.: Santa Cruz x Sport inclusive é chamado de Clássico das Multidões por esse motivo.**

M.B.: Isso. Como no Flamengo e Vasco, né? Também é o clássico das multidões. Enfim, eu não sei quanto tempo consegue resistir. Mas, se você tem uma afiliação local, então, claro, há o pertencimento. Agora, se você mora num lugar onde o futebol não é relevante regionalmente – e olha quantas cidades do Brasil... – eu me lembro que às vezes eu fiquei olhando algumas observações que as pessoas faziam e eu falava assim: “Cara, esse é um raciocínio muito...” ...é porque eu venho da Zona da Mata de Minas, que não é muito longe daqui, mas não tem futebol relevante. Eu nasci numa cidade de dez mil habitantes, onde tinha lá o Esporte e o Leopoldina, que é uma coisa absolutamente local. E mesmo em Juiz de Fora, pra onde eu me mudei depois, que é uma cidade maior, cê tem o Tupi, o Tupinambás, que uma hora estão na primeira, outra hora na segunda divisão do...

**T.N.: ...Campeonato Mineiro!**

M.B.: Mineiro! O Tupi chegou à Série B do Campeonato Brasileiro e depois disso quebrou. Disputar a Série B foi uma aventura financeira tão grande que o Tupi nunca mais se recuperou. Então, assim, você não tem um time pra torcer no principal produto. E aí a gente lá na Zona da Mata torce pros times daqui do Rio, né?

**T.N.: Eu sou mineira também.**

M.B.: De onde?

**T.N.: Sou de Conselheiro Lafaiete.**

M.B.: Ali já é mais perto de Belo Horizonte e...

**T.N.: É! Ali a gente é Cruzeiro e Atlético bem dividido.**

M.B.: Cruzeiro e Atlético. Eu parava naquela lanchonete ali... como é que é? Acho que era Globo o nome da lanchonete...

**T.N.: Sim!**

M.B.: O ônibus da Útil para ali, para em Lafaiete.

**T.N.: Esse caminho eu fiz muito também!**

M.B.: Eu estudei em Belo Horizonte! Enfim... em Lafaiete cê não tem um time pra torcer. Eu perdi pro time de vocês no campeonato mineiro de futebol de salão. Como é o nome do time lá?

**T.N.: Tem o Meridional...**

M.B.: Enfim, era um time do campeonato mineiro... Então, assim, ou você se junta a Cruzeiro e Atlético, que são os times da capital, ou cê vai torcer pros times que passam na televisão, que a *Globo* tá mostrando disputando o Campeonato Brasileiro. Normal.

**T.N.: É. Mas, por exemplo, lá no Pará... cê sabia que Remo e Paysandu é o clássico com mais jogos disputados na história do futebol?!**

M.B.: Eu tenho um ex-colega de equipe que é apaixonado pelo RePa. Ele nunca deixava a gente escapar do RePa no noticiário. Ele falava assim: “A gente tem que mostrar, porque esse clássico é impressionante, é uma coisa!” Enfim, são fenômenos regionais, né? Se você vai pra Manaus, por exemplo – eu ia dizer “se você vai ali do lado”, mas a Amazônia é tão grande que nada é exatamente ali do lado! –, mas, se você vai no estado vizinho, em Manaus, você não tem uma rivalidade como essa.

**T.N.: Não tem. Tem quem torce pro Nacional, mas vai torcer pro Flamengo em segundo lugar, né? Ou mesmo vai ter o Flamengo como primeiro time.**

M.B.: É. Em Manaus tem uma torcida gigante do Vasco. O Vasco quando vai lá jogar é super bem recebido. Enfim, é difícil explicar. De onde isso nasce? Aí cê tem que ir na história de cada lugar pra entender como é que aquelas afiliações foram construídas.

**T.N.: Sim. E a rivalidade do RePa é muito acirrada porque a diferença de títulos estaduais de um pra outro é talvez... tá ali nas principais do Brasil que têm a diferença pequeninha. Eu moro em Florianópolis. E lá a rivalidade Figueirense x Avaí também é assim, bem páreo. A diferença de taças estaduais de um pro outro deve ser, sei lá, duas taças de diferença. Então é um negócio muito equilibrado, mas muito regional. E lá tem também a questão da rivalidade de classes, porque o Figueirense é um time que foi fundado num bairro de origem africana – descendentes de africanos, que eram trabalhadores do mar, estivadores, enfim... – então tinha a questão popular, negros... e o Avaí seria a elite beiramar da cidade. E depois o Avaí ainda muda o seu estádio pra um ponto geográfico muito estratégico na cidade, caminho pro aeroporto...**

M.B.: Então! Mas são essas histórias que eu acho fascinantes! É absolutamente impossível hoje que todos os torcedores do Avaí sejam dessa classe social, desse estrato social, e que todos os torcedores do Figueirense...

**T.N.: Não são! Até porque o entorno do estádio do Avaí é de bairros humildes, porque ali é só uma rota estratégica pro aeroporto, mas são bairros humildes, são pessoas que trabalham ali vendendo coisas em volta do estádio no dia do jogo pra fazer um dinheiro. E essas pessoas ficaram privadas de ver o Avaí no estádio novo porque ficou caro, sabe?**

M.B.: É um processo fascinante porque ocorre assim: o estereótipo nasce de um fato histórico. O Avaí foi um time fundado na região mais elitista da cidade e o Figueirense foi um clube fundado na região mais popular. Então, de fato, a história do Avaí é elitista e a história do

Figueirense é popular. Agora, esses times vão crescendo, vão agregando torcedores em toda a região metropolitana, e a partir daí tem uma mistura.

**T.N.: É. E o Figueirense ainda muda a sede pro continente, né? Então também sai um pouco mais: “Olha, realmente, não somos a elite beira-mar, a gente vai pro continente.”**

M.B.: Exatamente. Só que aí, ao longo desse processo, você tem gente de vários cantos da cidade torcendo pra um ou pra outro. Gente de vários estratos sociais torcendo pra um ou pra outro. Mas aquele clube conta a sua história e o torcedor se identifica com aquela história que tá sendo contada. Então não é necessariamente um reflexo do que é o torcedor. É um reflexo da relação que ele criou com aquele clube.

**T.N.: E ninguém gosta de ser elite, né?**

M.B.: É. Esses clubes têm quantos anos? Avaí e Figueirense?

**T.N.: Hmmm, acho que são de 1921.**

M.B.: É... devem tá na beira dos cem anos ou com um pouco mais de cem como todos os times no Brasil, né? Cê já tem aí três gerações de torcedores, então quem nasceu neste século e torce pra Avaí ou torce pro Figueirense tá totalmente alheio a tudo isso.

**T.N.: ...a toda essa história de fundação dos clubes! Em Minas o fenômeno também é diferente porque o Atlético Mineiro tem uma fundação elitista – formado por jovens, dos bairros nobres de BH – e o Cruzeiro era um time operário, um time que cresceu pelo trabalho da colônia italiana. E isso se inverte de tal maneira quando o Cruzeiro começa a ganhar tudo e a virar um clube com uma visão muito empresarial, né, com uma pegada forte de contratação e título. Então hoje o que se diz é que o Atlético Mineiro é o “Galão da Massa”... inclusive até me fizeram uma pergunta: se tem diferença entre ser o time do povo ou o time da massa.**

M.B.: Boa pergunta! Bem provocativa.

**T.N.: Boa, né? Foi feita pela professora Leda Costa, na qualificação do meu doutorado. E eu não soube responder. Talvez você saiba!**

M.B.: Não. Eu acho que são duas formas diferentes de dizer a mesma coisa, talvez?

**T.N.: Eu não sei. Eu fiquei pensando que “massa” talvez saia um pouco desse espectro classista e entre naquela amplitude...**

M.B.: Talvez, talvez!

**T.N.: ...naquela amplitude que a gente tava falando... sobre ter 40 milhões de torcedores.**

M.B.: No começo da entrevista, né: o clube é popular porque ele tem muitos torcedores ou porque ele é um clube mais presente nas classes mais baixas e populares? Talvez “massa” tenha a ver com essa questão de quantidade e “povo” tenha a ver com essa questão de classe social.

**T.N.: Sim, sim. Acho que chegamos numa resposta bastante aceitável.**

M.B.: Pode ser. Mas nada científico, né? Tudo forjado no jeito de falar.

**T.N.: É por isso que é difícil fazer trabalho científico sobre futebol!**

M.B.: É difícil.

**T.N.: Bom, vamos falar um pouquinho do Bahia, porque eu me lembro de um documentário muito bonito que tem um depoimento seu, o *Bahêa Minha Vida...* acho que é num dos últimos takes, em que você lê um texto que você escreveu do Acesso do Bahia, em 2010. Inclusive eu gosto muito da maneira como você escreve, porque eu acho seus textos extremamente sensíveis – e a sensibilidade é pra mim a maior virtude do jornalista.**

M.B.: Poxa, obrigado!

**T.N.: A humildade também! E essas duas características são muito suas. E aí quando se encerra aquele documentário com você lendo o texto... poxa! ...e passa por toda a trajetória do Bahia, né? A Taça de 59, depois o Brasileiro de 88, o Bobô, a queda do Bahia, que foi parar na Série C, ficou um tempão... e aí o acidente na Fonte Nova, enfim... E quando o Bahia volta é uma explosão de felicidade do povo baiano! Eu tendo a considerar o Bahia como um “clube do povo” nesse sentido. Como é pra você?**

M.B.: Todo lugar que tem essa rivalidade binária... você citou aí Atlético e Cruzeiro, mas a gente pode pensar em Grêmio e Inter, Bahia e Vitória... tem essa disputa pra saber quem é o do povo e quem é o da elite. E aí fica aquela coisa assim: “Quem tem mais torcida?”, “O meu time é que tem mais torcida!”... e parece que a disputa é sempre por ser o do povo, né? “Eu quero ser o do povo. Você é que é o da elite. Eu não!”

**T.N.: É por isso que os departamentos de Marketing estão criando esses slogans: “time de todos”, “time do povo”, enfim.**

M.B.: É curioso isso!

**T.N.: E até as categorias de sócio-torcedor – as mais baratas, né? – têm lá o nome “povo”, geralmente.**

M.B.: Isso é bem interessante. Tem sempre essa disputa pra saber qual é o do povo, qual é o da elite.

M.B.: Mas esse texto do Bahia tem uma história curiosa porque ele tem uma identificação, teve uma identificação com a torcida do Bahia que eu absolutamente não previa. Ele não foi feito pensando nisso. Na verdade, a história dele é bem banal: eu tinha um blog naquela época. E tinha um jornalista que trabalhava comigo no *SporTV*, que me ajudava a fazer o blog, e ele falou assim: “Olha, você tem que escrever no sábado... sábado tem medições de audiência...” – essas coisas da internet que eu não sei como é que funciona, mas ele é que era o jovem lá da história, que dizia: “Olha, no sábado tem o engajamento, as pessoas veem, não sei o que, tem que escrever no sábado...” – eu falei: “Mas sábado é o dia da Série B.”; “Então escreva alguma coisa sobre a Série B!”; “Tá bom.” Aí eu olhei como tava a Série B, vi que o Bahia tava pra subir e me lembrei do episódio do time sendo recebido com festa depois de ganhar um jogo, sei lá, muito antes do fim do campeonato. Não era o jogo da classificação, mas, assim, a torcida já

tava tão no espírito de que o time vai subir, que eu falei: “É, aquela festa foi impressionante!” Vamos escrever isso. Vou escrever sobre o Bahia. E aí comecei a falar de identificações que eu tinha com o Bahia, com memórias e tal, e aquilo foi... não sei se foi o texto que eu escrevi que mais repercutiu até hoje, mas certamente foi um deles. Eu fiquei muito surpreso com aquilo. E quando vieram na minha casa gravar o documentário eu falei: “Gente, mas é pra tanto?!”, né? Eu já participei de evento na Bahia, convidado por uma torcida do Bahia, e o motivo de me levarem era ser o autor desse texto.

**T.N.: Esse texto tá no site oficial do Bahia!**

M.B.: Tá no site oficial! Eu vi. Chegaram a esboçar um convite pra eu ir no trio-elétrico que ia comemorar o acesso do Bahia... mas aí não dá, aí passa da relação de jornalista. Mas também o convite não se oficializou. Eu acho que o que aconteceu ali foi que o torcedor do Bahia viu alguém de fora interpretar o sentimento dele.

**T.N.: Enxergar o Nordeste.**

M.B.: É, eu acho que tem a questão de os meios de comunicação estarem concentrados no Rio e em São Paulo, né? Eu me lembro uma vez, também, que eu escrevi um texto dizendo assim: “Vivemos numa época em que é muito bom ser colorado”, porque o Grêmio não estava ganhando e a balança tava pendendo pro lado do Inter – conquistando o título mundial... – e aí teve uma repercussão como essa. Eu tava lendo lá os comentários e aí entrou um que disse assim: “Oh, esse aí é do centro do país. Não me serve pra nada o que ele pensa ou deixa de pensar.”

**T.N.: Ainda mais lá que o bairrismo é totalmente evidente, né?**

M.B.: Essa eu achei uma ponderação boa! Mas no caso do Bahia parece que teve um pouco disso, sabe? Alguém, de lá do centro, de onde eles só falam deles mesmos, resolveu olhar pra cá com um olhar de empatia. Mas acho que mais do que isso, assim, de alguma forma, parece que eu consegui traduzir o sentimento do torcedor do Bahia. E foi uma coisa instintiva, porque foi sem conversar com eles. Eu não chamei um amigo torcedor do Bahia e disse: “Olha, me conta aqui como é.”

**T.N.: Por isso eu falei de sensibilidade, porque é uma maneira talvez de sentir como se você tivesse recebido a missão de escrever sobre o Acesso do Bahia, porque foi assim que eles leram, né?**

M.B.: É, acho que foi um exercício de empatia e deu certo. Atingiu um nervo ali. Realmente teve uma repercussão muito grande.

**T.N.: Eu acho que é você também que fala nesse documentário sobre pertencimento. É uma frase bem curta, sobre a identificação do Bahia com a localidade, pois o clube se chama “Bahia”, que é o nome do estado. Então, quando o torcedor diz “Eu sou Bahia”, essa já é uma maneira de dizer: “Pertencço a essa localidade, me localizo assim no Brasil.” O Nordeste sempre me chama muita atenção nesse ponto, por não ter essa visibilidade hegemônica nas coberturas e mesmo assim os caras estarem fazendo festa em aeroporto pra receber o time, com o clube na Série B, como você contou nesse episódio do Bahia em 2010, que não era nem o jogo do título... acho que é por isso que o torcedor se identificou**

**tanto com o seu texto que até te chamaram pro trio elétrico... mas aí, calma, a gente tá misturando jornalismo e torcida!**

M.B.: É. Se a gente pensar agora, no Ceará tem outra característica que é o duelo de mosaicos: a torcida do Fortaleza faz um, a do Ceará faz outro... A do Fortaleza fez um mosaico agora com o Vojvoda – o técnico – e a família dele. E a aí o Vojvoda viu aquela imagem e começou a chorar, ficou todo emocionado... são coisas que o torcedor quando se mobiliza...

**T.N.: ...o torcedor se mobilizou bastante nesses últimos dias, por exemplo, fazendo o trabalho da PRF, né? O pessoal da Gaviões e da Galoucura.**

M.B.: [Risos] “Eu vou passar!”

**T.N.: E de fato eles passaram pelo bloqueio dos bolsonaristas! Barreto, cê acha que o futebol, em todas essas suas instâncias – torcida, jogadores, dirigentes, jornalistas, imprensa em geral – essas instâncias sabem da força que têm ou a questão do “pão e circo” ainda é soberana?**

M.B.: É que o futebol já tem tanta capacidade de se gerir assim no Brasil, né, de se entender. Eu acho que o futebol ainda não conseguiu olhar nem pra dentro da melhor maneira, quanto mais olhar pra fora. Eu acho que – e eu vou falar como se o futebol brasileiro fosse um coletivo – mas eu tô dizendo de todos os atores do futebol – dirigentes, jogadores, torcedores... – eles gostam de dizer que o futebol tem força. A gente ouviu algumas frases meio batidas: “O futebol é um negócio milionário”, “O futebol é a paixão do povo”... mas eu acho que falta habilidade pra lidar com essa força, sabe?

**T.N.: Os próprios dirigentes às vezes são muito apaixonados e pouco administradores.**

M.B.: É... a gente teve no Brasil um torneio chamado Copa União que terminou num processo judicial de mais de trinta anos, né? Terminou na pior desunião possível – uma desunião que chegou ao STF. Foi um projeto de Liga que terminou em 88... na verdade de 87 pra 88 já tinha desandado, em 88 ainda manteve ali o nome, mas depois o Clube dos 13 virou um negociador de direitos de TV. O Juca é que gosta de dizer isso, que o Brasil tinha a chance de ter uma Liga cinco anos mais velha do que a Premier League, a famosa Premier League inglesa. Cinco anos antes tinha uma Liga aqui no Brasil, só que ela terminou no confronto entre clubes porque a gente não soube fazer direito no Brasil a separação entre a paixão pelo clube – por aquela organização esportiva – e o tratamento desapassionado que cê precisa dar a uma Liga, à união desses clubes, à organização do campeonato...

**T.N.: ...questões administrativas, né? Não se pode botar paixão.**

M.B.: É. A gente tratou tudo sob a ótica do torcedor! Cê não pode tratar uma tabela de campeonato pela ótica do torcedor. Alguém tem que descolar daquilo e fazer aquilo desapassionadamente. Cê não pode cuidar de arbitragem sob a ótica do torcedor, senão cê vai ter essa instituição brasileira que é: “Esse árbitro não pode apitar mais jogo do meu time. Dos outros, pode. Ele é um árbitro ruim, mas se ele apitar jogo dos outros, problema dos outros. Do meu é que ele não pode.” Então tudo no Brasil é muito voltado pra isso.

**T.N.: O Juca também fala: “Os corintianos não gostam de mim.” E ele é um dos poucos que se assumem corintiano assim abertamente na imprensa, né? E ele diz: “Não gostam**



de mim porque eu tô sempre olhando os bastidores e as questões polêmicas do clube. Eu não tô falando o que o corintiano quer ouvir como torcedor.”

M.B.: É que no Brasil tem um pouco isso: se você se declara torcedor daquele time, cê passa a ser um representante dele.

**T.N.: É, quando cê falou do trio elétrico do Bahia... e olha que cê num é nem baiano, mas talvez a reação seria: um jornalista que está aqui torcendo pro Bahia.**

M.B.: Eu me lembro de uma entrada ao vivo na *Rádio Globo* antes de um jogo... negócio de entrevistar torcedor... e aí tinha o Luiz Mendes, que era um comentarista que se identificava como botafoguense. E aí o torcedor disse: “O Luiz Mendes, esse falso botafoguense!” Ou seja, ele é “falso botafoguense” porque ele é neutro. Ele não é o tempo todo a favor do Botafogo. Então tudo no futebol brasileiro a gente vê pela ótica da torcida, entendeu?

**T.N.: E isso é muito complicado, porque, por exemplo, na minha dissertação de mestrado, eu estudei clubismo no Rio Grande do Sul. Era a cobertura dos jornalistas da *Zero Hora* no momento em que o Grêmio ganhou a Copa do Brasil numa quarta e o Inter foi rebaixado no domingo seguinte, então Porto Alegre estava o caos. E a minha hipótese na pesquisa era a de que os jornalistas da *Zero Hora* escrevem de uma maneira que você consegue – ali nas entrelinhas – perceber que os caras têm um time – afinal, no jornalismo esportivo todo mundo tem um time –, mas que isso não comprometia os princípios do jornalismo. A matéria tava sempre bem apurada... cê via que tinha ali uma construção totalmente legítima, oficial. Então eu entrevistei alguns jornalistas lá da *Zero Hora* e, em dado momento da minha dissertação do mestrado, eu coloco o time que os caras torcem porque fazia parte da minha pesquisa, era o que eu tava provando: “Olha, fulano é colorado, mas...” E aí tinha uma suposta linha editorial de que os setoristas do Inter são colorados e os setoristas do Grêmio são tricolores... e eu botei isso na pesquisa, porque foi o que eu identifiquei durante as entrevistas, né? E, assim que eu mostrei o trabalho pra eles, na minha inocência de início de carreira, me ameaçaram de processo, me chamaram de irresponsável... e eu ali prestes a defender o trabalho mais importante da minha vida, pensando: “Putz!” Falei com meu orientador na época e ele me disse: “Calma! Essa aí é a grande sacada da sua pesquisa. Olha como a rivalidade em Porto Alegre é um negócio tão soberano que nem na sua dissertação de mestrado – onde ninguém vai ler trabalho científico pra procurar time de jornalista – nem lá cê pode botar!”**

**T.N.: E aí a gente resolveu que ia retirar os nomes da pesquisa, botar pseudônimos e tal. Depois eu fiquei pensando se essa rivalidade tão forte não seria também uma espécie de bairrismo inconsciente, como se o jornalista pensasse: “Aqui no Rio Grande do Sul a gente não fala mesmo os times que a gente torce e pronto e acabou. E se a gente falou aqui pra você informalmente, tá claro que é um *off*, então você não deveria ter colocado na sua pesquisa.” Só que eu não pensei assim, sabe? Não me pediram um *off* hora nenhuma, do tipo: “Não fale nossos times!” E, poxa, era a minha pesquisa! Eu falei os times, mas eu falei também que tava tudo dentro dos princípios do jornalismo... os caras fizeram baitas matérias sobre a queda do Inter, analisando a gestão do Vitorio Piffero, que foi totalmente cheia de falcatruas, enfim, as matérias tavam ótimas! O de menos era o cara torcer pro Inter – o cara que escreveu. Só que o torcedor não lê assim. E foi isso que eles me falaram: “Pô, nossa família tá correndo risco quando cê coloca isso no seu trabalho.” E aí, claro, eu pedi desculpas pela minha falha e retirei os nomes.**

M.B.: Eu acho um pouco exagerado dizer que a família tá correndo risco.

**T.N.: Eu achei desproporcional, até porque eles reagiram com ameaça de processo, me chamando de irresponsável e tal. Mas depois eles também viram que a reação deles foi um pouco desproporcional e a gente chegou num acordo. Mas isso foi, de fato, o que eu levei pra minha banca da defesa, né: “Olha como a questão é irracional a esse ponto lá em Porto Alegre.” Tem uma coluna sua no *O Globo* em que cê fala sobre isso, sobre clubismo. Cê diz: “Toda vez que alguém que não é apenas torcedor resolve torcer, acaba correndo um risco muito grande de distorcer.” Barreto, cê acha que em algum lugar no jornalismo esportivo é aceitável correr esse risco?**

M.B.: Tem um acordo entre nós de que pra Seleção Brasileira vale, né? Quando a gente fala de Seleção, a gente pode se posicionar como torcedor. Eu até me lembro do contexto em que eu escrevi isso aí na coluna. Eu começava citando o Oldemário Touguinhó, em que alguém perguntava assim: “Qual é o papel do repórter?” Ele dizia: “Reportar.” “Qual é o papel do editor?” Editar...”

**T.N.: ...“Do torcedor? É torcer!”**

M.B.: Do torcedor é torcer! Se você seguir essa lógica, né? O que eu dizia era o seguinte: quando você faz as coisas pela ótica do torcedor – e era isso que a gente tava debatendo aqui – quando cê faz as coisas pela ótica do torcedor, elas não vão funcionar num ambiente que pede a neutralidade. A cobertura jornalística é uma delas. Mas, também, se você pensar, cuidar da arbitragem no campeonato é uma coisa que tem que ser feita fora da ótica do torcedor, senão cê vai achar que o roubo é sempre contra o seu time, que aquele árbitro não pode apitar contra você. Na hora de se juntar politicamente pra fazer uma liga, cê vai ter que ver os interesses do campeonato e não os interesses de cada clube. São coisas que cê tem que fazer sem a ótica do torcedor. O momento de torcer é o momento do jogo: começou o jogo, eu quero que o meu time ganhe do seu. E aí o resto se torna desimportante. Mas, fora do ambiente do jogo, raramente funciona agir como torcedor.

**T.N.: Sim, sobretudo na imprensa, né? Bom, já chegando no finalzinho, eu queria falar um pouco sobre o futebol como um instrumento de ascensão social, porque no Brasil é comum qualquer cantinho ter um campo de futebol com dois chinelos marcando as traves e os meninos sonhando em jogar bola. Por outro lado, faltam muitas políticas públicas, enfim... até que ponto o futebol pode ser considerado um instrumento de ascensão social no Brasil?**

M.B.: Eu acho que o futebol se vale muito da procura. O futebol não tá tão preocupado assim com a oferta. Os clubes foram desenvolvendo ao longo do tempo uma profissionalização do processo de captação. Tem uma tese muito interessante do Arlei Damo sobre isso: o que são as peneiras, o que são as categorias de base... Eu acho que é difícil você botar na conta do futebol uma responsabilidade social porque os clubes são captadores de talento, né? O objetivo deles no fim das contas não é desenvolver o cidadão, não é a preocupação com a sociedade brasileira. O clube quer desenvolver jogador ou pra jogar no time principal ou pra vender pra Europa e captar recurso. Mas eu acredito que, no geral, o futebol promove uma mobilidade social que poucas outras áreas da sociedade conseguem. Agora, como é que se prepara esse profissional ou esse cidadão, isso eu acho que é uma coisa que tá mais aberta. Eu reluto um pouco na hora de botar isso na conta dos clubes, sabe? É um negócio muito diferente mesmo, porque em nenhuma outra profissão a empresa vai lá desenvolver o talento se esse futuro profissional for

uma criança, né? Cê não vê outras empresas fazendo isso. Cê espera passar o processo formal, educacional... o cara vai pra faculdade e na faculdade cê vai captar o seu talento. E o futebol começa a procurar talentos com que idade? Sei lá, hoje em dia tem sub 8... existem essas categorias aí no futebol.

**T.N.: Sim, a exemplo do menino lá do Palmeiras.**

M.B.: É! O Endrick com dezesseis anos já é um profissional do futebol. Então eu não acho que seja uma questão assim muito fácil não.

**T.N.: É porque o esporte em si, ele é uma prática cidadã, né? No meu ponto de vista ele forma caráter.**

M.B.: É. No mundo ideal, como seria? O futebol, como qualquer outro esporte, seria praticado de forma educacional até que se chegasse a um nível competitivo. Na vida real não é nada disso, né? E mesmo a gente que admira aqui o sistema americano – “Ah, porque nos Estados Unidos a formação é toda por dentro da escola...” – é por dentro da escola, mas é cheia de defeitos também: qualquer criança, adolescente, que começa a se destacar como atleta, tem as responsabilidades acadêmicas deixadas de lado pra dar certo como atleta e pra jogar pelo time daquela escola, daquela faculdade. Então é um sistema todo cheio de falhas, mas, enfim, força a pessoa a passar pelo sistema educacional. No Brasil, e especialmente no futebol, a gente já atropela. Tem uma brincadeira recorrente no *Redação* [SporTV], que é quando a Rayssa Leal, a fadinha, aparece ganhando um campeonato, o Mansur pergunta assim: “Mas hoje ela vai pra aula?” Ele sempre faz essa brincadeira no bastidor. E eu falo: “Mansur, acabou a aula pra essa menina já há muito tempo!” O esporte profissional atropela a educação, né? É que às vezes a gente também é muito cruel com os clubes e acha que tudo é culpa deles, que tudo é responsabilidade deles. Isso aí é uma questão que a gente precisaria debater de uma forma muito ampla, porque, é lógico, você se preocupa sempre com o rejeito. Ao pensar no que foi a vida do Neymar pra ele virar o que ele é, já tem algumas preocupações: o quê que o Neymar deixou pra trás pra ser o que ele é hoje?

**T.N.: Então, mas isso justifica o fato de ele ser bolsonarista hoje.**

M.B.: Talvez! [Risos]

**T.N.: Mas aí, por outro lado, tem o Adriano, que faz questão de voltar e se identificar com a favela.**

M.B.: Isso! Aí são histórias que vão ficar incompletas em algum momento, né? Faltou alguma coisa na formação do Neymar, mas sobrou um monte de coisa: sobrou dinheiro, sobrou fama, sobrou conquista... Mas esses são os que deram certo. E o rejeito? E quem vai ficando pelo caminho? A gente fala sempre do futebol como um funil. E o que não passou pelo funil?

**T.N.: Que é maioria.**

M.B.: Que é a imensa maioria! A *Universidade do Futebol* tem um cálculo aí que é um cálculo assustador. Eu não consigo guardar de cabeça, mas eu acho que é tipo um em mil: de cada mil crianças que tentam de alguma maneira se transformar em jogador de futebol, um vai virar jogador de elite. E os outros novecentos e noventa e nove? O quê que a gente faz com eles? Cuidar deles é responsabilidade do clube? Não sei.

**T.N.: Eu acho que é do Estado. Isso é política pública.**

M.B.: Eu não saberia dizer. Agora, assim... também cê vai botar a culpa nos pais da criança, que veem naquilo ali uma das únicas formas que existem de furar, de superar as barreiras que a sociedade já impõe?!

**T.N.: Difícil. Complexo.**

M.B.: Complexo.

**T.N.: Bom, pra gente ir encerrando... De novo, eu queria falar sobre a sua sensibilidade narrativa. Acompanhando o jornalismo esportivo, no geral, eu me lembro de um momento muito sensível no futebol, que não é comum, que aconteceu justamente no SporTV. Acho que foi em 2011, tem muito tempo, no Arena SporTV, que foi quando teve uma mesa redonda com o Casagrande e o Sócrates – acho que era um momento de reconciliação dos dois – e em dado momento o Casagrande fala ao vivo pro Sócrates: “Magrão, eu te amo.” E isso, dentro do futebol, numa lógica de masculinidade hegemônica, um cara num programa de TV dizer pro outro homem “eu te amo”, isso pra mim é sugestivo do quanto o futebol ainda pode avançar nessas pautas. Cê acha que a gente tá no caminho?**

M.B.: Ah! É um caminho cheio de obstáculos. Difícil pensar se essa cultura já mudou muito. Eu vejo hoje um fenômeno acontecendo que me parece positivo: o jogador de futebol hoje tá conseguindo se esconder menos do papel dele na sociedade. Então, por mais que a gente discuta assim: “Será que o Neymar fez certo ou fez errado em participar da campanha política do Bolsonaro?” Ele fez, né? Ele se expôs à crítica. O futebol acabou criando um sistema de proteger o jogador, de esconder o jogador. E talvez a mudança na comunicação, a presença cada vez maior nas redes sociais, a exposição maior... talvez tenha funcionado pra furar um pouquinho essa bolha. Eu acho que o jogador cada vez menos consegue se esconder atrás da estrutura do futebol. Ele hoje é obrigado a encarar a realidade. Não só o jogador. Se você pensar no que aconteceu com o Cuca, por exemplo, quando um caso de violência sexual foi resgatado – um caso que já era conhecido –, se você pensar no que aconteceu com o Robinho depois que ele foi condenado por estupro... Houve um tempo em que os jogadores seriam isolados, blindados, não iam aceitar falar disso. E hoje não é possível. Eu acho que os jogadores têm cada vez mais que enfrentar a opinião pública pra falar de coisas que não são só as coisas do esporte. Enfrentar a opinião pública eles sempre precisaram pra falar de seu desempenho esportivo. Mas acho que hoje, quando isso vai acontecendo, talvez cada geração chegue um pouquinho mais preparada.

**T.N.: Dentro das próprias torcidas! O que a gente vê são as torcidas antifascistas e vários movimentos que não deixam mais que essas coisas fiquem debaixo do tapete.**

M.B.: Sim. Embora aí já estamos entrando em outro mundo: o mundo das torcidas organizadas... aquela lógica própria que elas têm. Mas, enfim, quando as torcidas organizadas em algum momento discutem política, mesmo que seja na questão dos bloqueios de estrada ou em outros manifestos, eu acho que de alguma forma a bolha vai sendo furada, cê vai fazendo furinhos na bolha. Eu não quero ser muito cético, mas, também... dizer que está mudando?! Tá mudando. Lentamente. Eu acho que tem alguns sinais. Pra cada geração de jogadores que passa, alguns tabus vão sendo quebrados. Talvez pra toda uma geração de jogadores hoje, um jogador

dizer pro outro “eu te amo” seja uma coisa mais natural. Não era natural pra geração do Sócrates e do Casagrande.

**T.N.: Sim. E foram grandes ícones em termos políticos também, porque na época da Democracia Corinthiana esses caras se posicionavam mesmos sendo retaliados pela própria imprensa.**

M.B.: Exatamente. Eu acredito em pequenos avanços, sabe? Eu acho que a gente faz pequenos avanços. Agora, cê consertar todo um quadro em que você olha e que tem tanta coisa errada...

**T.N.: Estrutural, né? É muito difícil.**

M.B.: Sim. Não é um “eu te amo” que vai resolver tudo isso. Mas dá a sua ajuda.

**T.N.: A última pergunta: pra você, qual é a maior virtude do jornalista esportivo? Ou do jornalista em geral. Te pergunto isso porque falei algumas vezes sobre sensibilidade e me chama muita atenção um depoimento seu, no *SporTV* também, não me lembro o ano, em que você fala das Olimpíadas de Londres. Você fala com tamanha humildade da...**

M.B.: ...da minha grande cagada olímpica!

**T.N.: ...agradecendo a chance de ainda estar ali no *SporTV*... porque você ficou assistindo um pedacinho do show do Paul McCartney na abertura do evento, se atrasou e não chegou a tempo pra apresentar o programa, né?**

M.B.: Isso.

**T.N.: Às vezes a gente faz umas dessas! E aí você reconheceu o seu erro e teve uma nova chance... enfim, nesse depoimento você fala disso com humildade muitos anos depois, mesmo sendo um profissional do seu gabarito. Às vezes naquele momento cê nem precisaria estar ali se justificando em nada, mas eu achei tão bonito!**

M.B.: Ah! Uma das minhas frases preferidas é do Groucho Marx: “Eu não consigo levar a sério um clube que me aceita como sócio.” Eu não sei se é a maior virtude, eu vou escolher uma, tá? Eu acho que uma virtude importante pro jornalista – e pro jornalista esportivo – é ele entender que ele é uma parte pequenininha do processo. Talvez seja mais importante a gente falar disso hoje, porque foi-se construindo ao longo do tempo – isso não foi uma coisa que surgiu assim do nada – foi-se construindo ao longo do tempo um papel público do jornalista muito voltado pra primeira pessoa, pra sua exposição pessoal. Eu acho que hoje, com as redes sociais, isso explodiu. Então o risco maior do jornalista é ele se considerar mais importante do que a notícia. Se a gente focar no universo do futebol, todo momento de deslumbramento de um jornalista – e aí eu tô falando de deslumbramento num sentido positivo –, quando você vai cobrir os Jogos Olímpicos pela primeira vez ou vai cobrir a Copa do Mundo pela primeira vez... e olha em volta e fala: “Caramba, eu tô aqui!”

**T.N.: ...saído lá da zona da mata mineira...**

M.B.: Isso! ...“a minha trajetória...” Seja ela qual for. Tem várias outras aí. Mas, cara! Veio até aqui, né? É lógico que tem merecimento. É lógico que é o seu momento de curtir. É exatamente como eu falei da Rebeca Andrade. Claro, foi você que ralou pra chegar até ali, mas é importante

você entender que você é só uma partezinha muito pequenininha daquilo, que o que é grande é o evento em si, o que é grande é a paixão das pessoas pelo esporte. Cê só tá participando daquilo. O jornalista não é protagonista. Eu sou da velha guarda. Eu ainda acredito que jornalista não é notícia. Então talvez essa seja uma característica importante, de a gente tentar entender qual é o nosso papel. Eu me lembro de uma entrevista do Barack Obama, quando deixou a presidência dos Estados Unidos, que talvez seja o cargo mais importante que uma pessoa possa ocupar no mundo de hoje, dependendo do seu parâmetro – se não é o mais importante, é um dos mais. Ele tinha acabado de ser presidente dois mandatos seguidos, tava dando uma entrevista e aí perguntaram pra ele: “O quê que você leva desse período?” Ele disse o seguinte: “Olha, ser presidente dos Estados Unidos é como nadar numa corrida de revezamento, num rio, contra a correnteza. Você tem um papel importante ali, o bastão tá com você, mas não adianta você se iludir e achar que você vai resolver aquela parada. O desafio é muito grande.” Então, assim, se o presidente dos Estados Unidos, depois de passar por dois mandatos, entendeu que o papel dele é um papel pequenininho... cê imagina o que é um jornalista numa cobertura...?!

**T.N.: ...quem somos nós!**

M.B.: Acho que entender o nosso tamanho é uma qualidade importante.

**T.N.: Aliás, quem sou eu, né?! Porque você já é grandiosíssimo!**

M.B.: Imagina! Tudo é trajetória.

**T.N.: Obrigada pela entrevista, Marcelo. Muito bom conversar com você.**

M.B.: Foi um prazer!