

# A MAGIA DA SELEÇÃO

Dr. ARLEI SANDER DAMO

Antropologia Social – UFRGS  
E-mail: arleidamo@uol.com.br

## RESUMO

*Este artigo responde, com uma perspectiva antropológica, algumas questões relativas ao interesse do público pelas Copas do Mundo. Objetiva-se explicitar os sistemas simbólicos que dão suporte às emoções futebolísticas, seja nos confrontos entre clubes ou entre Estados-Nação. Será dada ênfase, sobretudo, ao processo de investimento simbólico a partir do qual uma equipe de onze competidores, organizada por uma entidade laica, no caso a Confederação Brasileira de Futebol (CBF), passa a representar a nação brasileira.*

*PALAVRAS-CHAVE: Copa do Mundo; futebol; Brasil; nação; simbolismo.*

Em um clássico da literatura antropológica escrito a mais de um século, Marcel Mauss e Henry Hubert definiram a magia como um fenômeno social, um evento que transcende o feiticeiro, as técnicas que ele manipula e o público que crê na sua eficácia (MAUSS; HUBERT, 2003). Para que os atos mágicos tenham eficácia é preciso que esses elementos estejam em sintonia, de modo que o público acredite no poder do feiticeiro e ambos no sistema de crenças que manipulam. Segundo Mauss e Hubert, é a sociedade que leva os indivíduos a crer na magia e sua eficácia depende do suporte coletivo dado às crenças individuais. Os estados afetivos alterados, geradores de ilusões, resultam da trama entre o indivíduo e a coletividade, uma experiência que Mauss e Hubert reputaram como sagrada, sujeita a um estatuto diferenciado da vida ordinária.

Não é justificável recorrer à teoria da magia para explicar a Copa apenas pelo fato de que antes, durante e depois dela ouve-se cronistas e torcedores falando sobre a “magia da seleção”, “do futebol”, dos “dribles” e assim por diante. Também não se justifica aqui o uso da noção de magia pelo fato de que ela seja seguidamente empregada na explicação de certos eventos supostamente refratários à inteligibilidade. Embora nos referimos, seguidamente, à “magia do amor”, da “vida” e da “natureza”, entre outras, sabemos que tais usos da noção de magia não possuem uma finalidade explicativa. Ao associar um fato ou sentimento à magia estamos, antes de mais nada, sugerindo que tais elementos são intangíveis à razão convencional. Nesta perspectiva, o encantamento com as copas e com a seleção não se explica pela magia. Cabe à antropologia, em contrapartida, explicar porque tais eventos são cercados de mistério nas representações cotidianas. Ou seja: por que as pessoas acreditam que exista algo de mágico no espectro do futebol? Parece haver algo de intangível à razão convencional em relação às Copas e, particularmente, à participação da seleção que nos representa.

Se as sugestões de Mauss e Hubert permanecem atuais em alguns aspectos, e estou convicto disso, então deveríamos olhar para a Copa como um evento complexo que põe em relação uma série de agentes e agências, com atribuições e interesses distintos, porém complementares. Um dos aspectos centrais da teoria geral da magia é a importância dada à dimensão simbólica, não-instrumental ou não-utilitária, dos procedimentos técnicos. Sem compreender a natureza simbólica da magia é impossível explicar a sua eficácia, razão pela qual muitos povos a temem e a praticam. A propósito, o campo de jogo não é o local mais recomendável para olhar se quisermos entender as razões pelas quais as Copas despertam tanto interesse de público, pois lá se encontram apenas feiticeiros. É preciso, pois, uma visão de conjunto, identificando os nexos entre aqueles que jogam, os que assistem e os que mediam a relação entre eles.

Se há algo de evidente, inclusive para o senso comum, é que as Copas geram dividendos econômicos, e que estes permanecem nas mãos de uma parcela restrita de agências e agentes, normalmente os promotores do evento, nesse caso a Federação Internacional de Futebol (Fédération Internationale de Football Association – Fifa), os mídias, os anunciantes e os profissionais (atletas, treinadores, agentes etc.). De qualquer forma, os promotores do evento precisam fazer o público acreditar que as Copas são algo mais do que eventos lucrativos, afinal o público que sustenta a audiência e, portanto, o evento do ponto de vista econômico, o faz sem a expectativa de obter vantagens diretas. É fato também que as pessoas são envolvidas emocionalmente, e isso levou muita gente considerada esclarecida a suspeitar que esses eventos pudessem ser invenções macabras das elites para alienar as massas. Sem recorrer a esse tipo de subterfúgio que explica tudo e nada ao mesmo tempo, como entender a excitação do público por ocasião das Copas? Como compreender a extensão e a intensidade dessa excitação sem menosprezá-la? É possível aprender algo sobre a cultura e a sociedade brasileira a partir das Copas e, particularmente, dos sentimentos empenhados no time de futebol que representa a nação? Não se trata de mais um evento midiático, ao alcance de políticos ávidos por manipular as massas?

#### ACERCA DAS EMOÇÕES ESPORTIVAS

Tenho trabalhado, há algum tempo, com a possibilidade de desenvolver teoricamente a compreensão das emoções esportivas e, particularmente, daquelas atinentes ao espaço do futebol de espetáculo (DAMO, 2001, 2002, 2005a, 2005b). Estamos em condições de superar um dado estágio marcado pela tentativa de explicar, de fora para dentro, a excitação produzida pelos esportes. As teses de Elias e Dunning (1992) tiveram impacto significativo, mas prestam-se melhor para explicar a sociogênese da esportivização, cujo ápice ocorreu na metade do século XIX, do que os desdobramentos subseqüentes.

O século XX foi testemunha da diáspora esportiva e da transformação dessas atividades corporais em espetáculos de massa. A Copa do Mundo de Futebol, tal qual a Copa do Mundo de *rugby*, de atletismo ou de natação, são eventos indissociáveis do turismo, da publicidade e do consumo – de aparelhos eletrônicos e de bebidas alcoólicas, sobretudo. Poderiam, certamente, ser enquadradas no campo do lazer e do entretenimento, tal qual o cinema, o teatro e as performances musicais. Em todos esses casos é a perspectiva estética aquela que responde, de modo mais satisfatório, às questões atinentes ao interesse do público, quer dizer, aos seus juízos, emoções e adesões.

Diferentemente das perspectivas filosóficas ou literárias, sem, no entanto, desdenhá-las, o que tenho sugerido não é uma explicação que dê conta da beleza ou da torpeza dos espetáculos esportivos (DAMO, 2005b). O que precisa ser problematizado, fundamentalmente, é a constituição do gosto esportivo. Como os indivíduos aderem à dada prática esportiva? Como um cidadão se torna identificado com um clube? O que o conduz a um estádio? Como são forjadas as sensibilidades dos torcedores? E, uma vez que estamos tratando de Copa do Mundo, qual a diferença entre torcer por um clube como o Flamengo, o Náutico ou o Criciúma e torcer por uma seleção com a argentina, a brasileira ou qualquer outra?

Para ficar bem clara esta perspectiva convém lembrar que não basta uma equipe de onze se vestir com as cores de um clube ou de uma nação para representá-la, pois os cidadãos não se inclinam naturalmente à ela. Também não basta ser nascido no Brasil para se identificar com os símbolos na nação, e tal identificação não é sinônimo de adesão à seleção de futebol. É preciso, pois, um aparato engenhoso para encaixar a nação no time organizado pela Confederação Brasileira de Futebol (CBF), de maneira tal que isso pareça natural, que a seleção seja percebida como "Brasil". A magia da seleção é, pois, construída, arquitetada, manipulada, de forma que a equipe de onze venha a ser reconhecida como um símbolo laico do Estado-Nação.

O que está em jogo no caso das Copas, do ponto de vista antropológico, bem entendido, são as estratégias de manipulação dos símbolos nacionais e a circulação das emoções. Todavia, as Copas são eventos que ocorrem de quatro em quatro anos. Os jogadores que atuam pelas seleções, bem como o aparato midiático e a própria educação dos sentidos de boa parte dos torcedores é realizada no interstício desses eventos, por ocasião das competições entre os clubes. É importante, então, entender o clubismo, para depois pensar as diferenças em relação aos confrontos entre Estados-Nação. Talvez o leitor não tenha notado, mas o público que assiste aos jogos da Copa não é exatamente o mesmo dos jogos de quartas e domingos.

## O CLUBISMO BRASILEIRO

Os clubes de futebol podem ser pensados em pelo menos duas acepções distintas. Uma delas dá conta de que eles são instituições político-administrativas, cuja finalidade principal é gerir uma equipe de futebol que deverá representá-los em confrontos contra as representações de outras instituições. Se um clube deixar de gerir a equipe que o representa, perde completamente sua razão de existir, como um partido que não se organiza para as disputas eleitorais ou uma Igreja que

suspende a realização de celebrações e rituais. Outra dimensão dos clubes, de natureza simbólica, constitui a força motriz do futebol de espetáculo. Os torcedores identificam-se com os times porque eles representam os clubes e não o inverso, razão pela qual, inclusive, os torcedores xingam o time e, simultaneamente, cantam o hino do clube. O time pode mudar de uma temporada a outra, mas o clube permanece, protegido por suas tradições, mitologias, epopéias e assim por diante.

A paixão pelos clubes é, pois, a mola propulsora dos espetáculos, na medida em que o engajamento a uma das partes na disputa é condição para se vivenciar plenamente a excitação futebolística. Como escreveu Bromberger (1995), é a participação engajada que dá sentido, gosto e interesse aos confrontos. Quem não torce por nenhum clube dificilmente se interessa por jogos de futebol televisivos, não vai aos estádios e desdenha os periódicos especializados. As sensibilidades e os juízos estéticos engajados podem variar em intensidade e forma, mas não serão jamais neutros. Portanto, não se vai a um estádio para assistir a um jogo, antes para torcer por uma das partes engajada na disputa.

À maneira de um totemismo<sup>1</sup> os clubes existem na relação com outros clubes, sendo que os mais poderosos tendem a ser, justamente, aqueles envolvidos em rivalidades estruturais, predominando os dualismos. Assim como em outros países, no Brasil o pertencimento a um clube é imutável e, por vezes, único. Esse vínculo, tido pelos torcedores como sagrado, se reproduz no interior das redes de sociabilidade mais densas, com predileção para a família e, dentro dela, para as relações entre parentes agnáticos – consangüíneos do sexo masculino. O fato do parentesco por sangue, e outros pactos dessa natureza, ser considerado sagrado em nossa cultura, torna-o inquebrantável, e talvez por isso o pertencimento clubístico também o seja. Embora essa seja uma regra geral, com muitas adequações estratégicas ao ser operacionalizada na prática, o fato de os torcedores não poder romper com os vínculos clubísticos – pois estariam, por analogia, rompendo um pacto de sangue (SCHNEIDER, 1992) –, faz com que o sistema de pertencimentos tenha relativa estabilidade.

A estabilidade permite que as jocosidades, que circulam entre torcedores rivais, estendam-se para além do espaço e do tempo convencionais do jogo. A

---

<sup>1</sup>. Totemismo é um termo usado para descrever determinados sistemas de representação nos quais uma dada coletividade elege um totem como símbolo, podendo ser um pássaro, uma planta, uma imagem ou uma bandeira. Os estudos clássicos sobre totemismo estavam voltados para as formas de representação das sociedades ditas primitivas, mas a noção tem sido usada também na compreensão das sociedades ditas complexas. Cf. Durkheim (2003), Lévi-Strauss (1975).

troca de insultos – quem perde tem o dever de receber e quem vence o direito a dar – aproxima os torcedores, ao invés de distanciá-los, como no parentesco por brincadeira, uma prática muito freqüente em sociedades ditas primitivas. E o que é mais importante, pelo menos no Brasil: essas trocas jocosas não respeitam as hierarquias convencionais, transformando-se num potente sistema de comunicação transversal. Nessas trocas transversais tolera-se, inclusive, gozações, subvertendo-se, ao menos simbolicamente, certas hierarquias sociais.

Existindo um sistema ordenado de disputas, não temos apenas jogos entre equipes, como nas peladas, mas jogos entre clubes e, portanto, o enfrentamento simbólico das respectivas comunidades afetivas. Como essas comunidades são identificadas com certas categorias sociais, pinçadas aqui e ali ao longo da história do clube, o clubismo adquire não apenas conteúdo, mas estabelece intersecções do campo esportivo com outros campos, tramando os pertencimentos futebolísticos às identidades de classe social, raça, cidade, região, religião, nação e assim por diante. Essas tramas identitárias não são necessariamente coerentes. São construções, por vezes ficcionais, para as quais os mitos são mais relevantes do que a história e a memória seletiva mais relevante do que as estatísticas. Nenhum banqueiro estará impedido de torcer pelo Flamengo ou pelo Corinthians, tidos como “clubes do povo”; e tampouco um proletário estará infringindo qualquer norma ao se declarar são-paulino, gremista ou cruzeirense, cuja mitologia os trata como “clubes da elite”.

O clube é uma entidade sagrada: por representar a coletividade; por ser o elo temporal entre passado, presente e futuro; por espelhar-se nos pertencimentos extrafutebolísticos e, sobretudo, por ser uma projeção, no indivíduo, dos afetos familiares. O clubismo sela a unidade da parentela masculina, solidária no êxito e no fracasso. Uma característica notável do pertencimento ao clubismo é o fato de ele fazer com que os torcedores se sintam comprometidos com seus clubes, por vezes à revelia da performance do time. Afinal, como afirma Lévi-Strauss, “os homens não agem, enquanto membros de um grupo, de acordo com aquilo que cada um sente como indivíduo: cada homem sente em função da maneira pela qual lhe é permitido ou prescrito comportar-se” (1975, p. 76).

O sofrimento é imanente à trajetória de qualquer torcedor dito fanático, pois ele se sente preso ao clube e, como tal, ao time que o representa, arcando com o bônus das vitórias e com o ônus das derrotas. E o que pode ser mais marcante do ponto de vista das identidades afetivas do que sofrer juntos?<sup>2</sup> Latentes na maior

---

<sup>2</sup> É óbvio que os ritos associados ao pertencimento, como freqüentar o estádio juntos, são fundamentais para a perpetuação dos mitos. Lamartine Babo compôs o hino do Flamengo dizendo:

parte do tempo, os afetos são manifestos em ocasiões rituais, sobretudo nos estádios. E o que é mais importante: os torcedores experimentam, nessas ocasiões, verdadeiros dramas pessoais, sendo dragados pela tensão e pela expectativa do jogo. Não é, certamente, a performance técnica dos jogadores que suscita o transe, mas as emoções primordiais drenadas para o pertencimento clubístico.

O clubismo é produto das operações simbólicas de demarcação de fronteiras, de classificações, divisões e segmentações diversas. O futebol de espetáculo no Brasil é um sistema no qual estão tramados elementos das mais diferentes matizes. Isso não é exclusividade nossa, mas ela revela as razões pelas quais o futebol é tão apreciado no Brasil: ele está tramado à economia, à sociedade, à cultura e, como não poderia deixar de ser, às identidades locais, regionais e nacionais. A trama revela que o futebol é um campo interessante para se pensar a maneira como operacionalizamos nossos pertencimentos mais alargados, como é o caso das categorias “região” e “nação”. As rivalidades entre os clubes, que estão na base da trama o campo futebolístico e a sociedade e a cultura brasileira, estão centradas nas categorias “raça” e “classe social”. Não há rivalidades de cunho religioso, o que está perfeitamente de acordo com as constatações de longa data, de que no Brasil se produziu um sincretismo exemplar nesse domínio.

#### A SELEÇÃO COMO SÍMBOLO LAICO DA NAÇÃO

A idéia de nação vem sendo empregada no espaço do futebol, tanto pelos pesquisadores, interessados na compreensão desse universo, quanto pelos agentes sociais, que manipulam essa categoria com fins de auto-identificação. No primeiro caso, incorporou-se a definição de Anderson (1989), de nação como comunidade de sentimento imaginada, uma espécie de atualização da clássica definição weberiana, ou seja, como comunidade de pertencimento que tende a constituir um Estado (WEBER, 1974)<sup>3</sup>. No segundo caso, é bem mais difícil de precisar como foi que os torcedores passaram a se pensar como nação – nação colorada, palmeirense, botafoguense etc. Parece evidente, nesse caso, que nação é um termo mais condizente com a realidade atual do que a noção de família, muito usada à época em que

---

“Uma vez Flamengo, sempre Flamengo [...] Flamengo até morrer”. E Lupicínio Rodrigues não deixou por menos: “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”. É preciso destacar que alguém pode não se sentir tocado por nada disso, como é o caso de quem não foi socializado por inteiro, desconverteu-se ou, simplesmente, não se deixa tocar em profundidade pelo mundo do futebol.

<sup>3</sup> A este respeito cf. Souza (1996).

apenas os associados e, portanto, um número limitado de pessoas freqüentava os clubes. O termo nação, na maneira como é operacionalizado pelos torcedores, substitui vantajosamente o termo galera, designativo contemporâneo de agrupamentos juvenis de pequena escala, dentro e fora do espectro futebolístico.

Como os termos que definem as coletividades não são escolhidos ao acaso, sobretudo quando se prestam a autoclassificações, impõe-se pensar nas homologias, reais e imaginárias, entre o Estado-Nação e o Clube-Nação de futebol. Existe, inclusive, uma extensa bibliografia a respeito desses empréstimos, podendo-se trabalhar aqui com uma representação esquemática, como a exposta no quadro a seguir, traçando paralelos entre a organização social e política do Estado-Nação e do Clube-Torcida de futebol (DAMO, 2005a, p. 212).

#### NACIONALISMO E CLUBISMO

Estado-Nação	Clube-Torcida
Território geográfico bem demarcado.	Território imaginado – os torcedores do Internacional/RS, por exemplo, concentram-se no Rio Grande do Sul e nos demais estados onde há imigrantes sul-rio-grandenses, como no oeste catarinense e paranaense e nos estados de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul.
Capital, centro administrativo, local onde se concentra imaginariamente o poder.	Estádio Beira-Rio – a "casa do Inter", território de domínio colorado, onde a torcida exige que o time se imponha, vença, faça-se respeitar etc.
Monopólio do uso legítimo da violência.	Isto é, como se sabe, um privilégio que o Estado só delega em circunstâncias especiais. Embora os clubes contratem seguranças para proteger seus atletas e seu patrimônio, as forças repressivas do Estado são constantemente demandadas.
Chefe de Estado.	Presidente do clube.
Parlamento e partidos políticos.	Conselho deliberativo e facções internas – InterAção, Inter 2000, Inter Grande, entre outros.
Movimentos sociais.	Torcidas organizadas.
Cidadãos (indivíduos de direito).	Torcedores, sócios.
Nacionalismo (brasilidade, italianidade...); mitos e ritos.	Clubismo – coloradismo, seus ritos e mitos.
Língua oficial como código de comunicação.	Cores (código visual), cânticos e xingamentos (códigos acústicos).
Poder judiciário.	Justiça esportiva, nesse caso em escala regional, nacional e supranacional, conforme as agências gestoras das competições.
Entidades supranacionais – ONU, Otan, G8...	Associações de clubes e federações – Fifa, Conmebol, Clube dos Treze...

Na medida em que a formação dos Estados-Nação modernos data da baixa Idade Média (ELIAS, 1993; GENET, 1997), e a invenção dos esportes, na forma como os conhecemos, ocorreu a partir da segunda metade do século XIX, está claro que foram os clubes esportivos e os torcedores quem se espelharam no aparato estatal, e não o inverso. No Brasil e em quase todos os países ocidentais, a organização esportiva é um poder delegado pelo Estado, razão pela qual agências laicas como a Fifa, a CBF e suas subsidiárias, confundem-se com as agências governamentais sem contar que em dados períodos, como durante a Ditadura brasileira de 1964, os militares encamparam a então Confederação Brasileira de Desporto (CBD) (hoje CBF).

As Copas do Mundo são disputadas por equipes que representam comunidades nacionais, associadas aos Estados modernos e não aos clubes. As regras do jogo são as mesmas, a forma de organização das disputas muito parecidas e os profissionais conhecidos dos torcedores. Todavia, no lugar do clubismo temos o nacionalismo; em vez de adesão por sedução e coação parental, temos adesão por nascimento (também ela uma marca arbitrária aplicada aos indivíduos; e indissolúvel, segundo o Estado); a intensidade das hostilidades diminui, pois os adversários estão distantes e, quase sempre, falam outro idioma; em lugar de um público preponderantemente masculino e seu vocabulário agressivo, prevalece a harmonia e a descontração. Nas Copas é o Estado-Nação que está em campo, daí porque as mulheres e as crianças são integradas às discussões, aos ritos e às festividades. Muda o público, mudam os referenciais e, sendo assim, encontramos-nos diante de outro sistema simbólico a servir como referência.

A nação, "esta imaginária comunidade de milhões, parece mais real na forma de um time de onze pessoas com nome" (HOBBSBAWM, 1990, p. 171). O que faz um time ser convincente enquanto representação passa pelo fato de que ele é um agregado humano que se bate contra outro e, ao final, perde ou ganha. Ganhar e perder equivale, em termos esportivos, a matar e morrer simbolicamente, de modo que os times com as cores da nação simulam uma guerra. O Brasil pode ser deficitário em quase tudo, quando comparado aos EUA, por exemplo, mas se o time de futebol representando os brasileiros perder para os norte-americanos, será motivo para os brasileiros achincharem o técnico e os jogadores.

O processo de investimento da nação no time de futebol possui dupla face e pressupõe, entre outras coisas, um trabalho de mediação entre os brasileiros e os jogadores, comissão técnica, dirigentes, enfim, ao conjunto dos que integram "a seleção". É preciso fazer crer à comunidade de sentimento que aquele time a representa, bem ou mal, e isso implica um jogo de sedução. Os times de futebol foram, no seu conjunto, investidos desse poder simbólico ao longo de mais de um

século e, em razão disso, os mediadores especializados encontram, no presente, uma base considerável de investimentos já realizados, ao menos em países como o Brasil, a Argentina, a Itália, a Inglaterra e tantos outros. Uma coisa é mobilizar os brasileiros para uma Copa do Mundo de Futebol, outra coisa é seduzir os norteamericanos. Embora em ambos os casos temos times de onze vestindo as cores das respectivas bandeiras, no Brasil o clubismo futebolístico está arraigado, tornando-se mais fácil suscitar as sensibilidades para os jogos – nos EUA o clubismo está presente no basquete, no beisebol e no futebol-americano.

No trabalho de mediação – de afetação e sedução, para ser preciso –, concorrem, no presente, além da mídia esportiva especializada, as agências de publicidade, em parceria com grifes locais ou transnacionais, e a própria Fifa. Tais agências beneficiam-se de um longo investimento que, em outras épocas, foi patrocinado pelo próprio Estado, por intermédio de suas agências de propaganda. Muito do sucesso das Copas deve-se aos investimentos simbólicos realizados no período do entre-guerras, no qual o futebol de espetáculo foi estrategicamente usado como meio de propaganda totalitária. Não obstante essa apropriação inegável que deu significativo impulso ao futebol em alguns países, incluindo o Brasil, não se pode reduzi-lo a um dispositivo ao alcance dos ditadores. Em artigo recente, sobre a Copa de 1978, realizada na Argentina, num período de intensa repressão, Archetti (2003) mostra a ambigüidade em torno do significado dessa conquista, bem como das controvérsias na ocasião<sup>4</sup>.

Seja como for, a imbricação entre o time organizado pela CBF e a nação brasileira é algo que, no Brasil, está naturalizado, de tão convincente que foram os mediadores do passado e o são os do presente<sup>5</sup>. Há também um proselitismo laico, desencadeado pelos próprios torcedores, um processo de socialização das gerações mais jovens e dos segmentos menos susceptíveis às coisas do futebol. Igualmente importante são as performance das equipes que representam o Brasil. Ter participado de todas as edições de Copas do Mundo, sendo recordista em finais e em títulos, garante uma reputação invejável, sem contar o destaque individual dos

---

<sup>4</sup>. Sobre as Copas no entre-guerras, ver Vassort (1999, p. 176-180).

<sup>5</sup>. Como afirma Gastaldo, “chamar o time da CBF, a ‘seleção brasileira’, de ‘Brasil’ é uma metonímia que encobre o fato de a ‘seleção brasileira’ ser apenas um time de futebol, que é, entretanto, investido simbolicamente da própria essência da nacionalidade” (2002, p.71). Bem menos sutil, porém lapidar, é Nelson Rodrigues: “Não me venham dizer que o escrete é apenas um time. Não. Se uma equipe entra em campo com o nome do Brasil e tendo por fundo musical o hino pátrio, é como se fosse a pátria em calções e chuteiras, a dar botinadas e a receber botinadas” (citado em epígrafe por MOURA, 1998, p. 5).

atletas, seguidamente premiados como melhores do mundo. Essas conquistas são tidas seguidamente como a afirmação mais eloqüente do Brasil em escala planetária.

Muito embora a seleção brasileira tenha feito sua estréia diante dos uruguaio- em 1919, é a partir dos anos de 1930, quando começam a ser disputadas as Copas do Mundo e tem início a circulação de atletas em escala transnacional, que a reputação do Brasil começou a ser construída. É nesse momento, também, que passa a ser discutida a questão dos estilos de jogo, invariavelmente associados ao caráter nacional (LEITE LOPES, 1999).

Observando-se a maneira como os principais periódicos franceses descreveram a participação brasileira na Copa de 1938, realizada naquele país, fica claro que a especificidade do estilo brasileiro já é notada, mas o tratamento é ambivalente. A curiosidade decorre, em grande medida, pela presença de negros como Leônidas da Silva e Ademir da Guia na delegação. O interesse aumenta depois da estréia, em Strasbourg, quando o Brasil derrotou a Polônia por 5 a 4 – depois de estar vencendo por 4 a 0 na primeira metade –, para delírio da platéia local, segundo os periódicos da época. Não menos estupefato teria ficado o público de Bordeaux, cidade em que o Brasil derrotou a Tchecoslováquia por 2 a 1 no segundo jogo – o primeiro terminara empatado em 1 a 1. O Brasil foi desclassificado, nas semifinais, pela campeã Itália, em Marseille, perdendo por 2 a 1. À medida que sucediam os jogos, era a forma como os brasileiros jogavam, e não as vitórias apertadíssimas, que mais impressionava o público e os cronistas. Os jornais não mediam adjetivos para a técnica dos jogadores, a naturalidade com a bola, o controle exercido sobre ela, a cadência do jogo, os passes de primeira e certa predileção pelas soluções individuais num jogo de equipe. Essa última característica intrigava os europeus: o técnico da Itália, por exemplo, tratou-a como um indício de atraso, uma concepção primitiva do jogo; e o jornalista a quem coube um balanço da Copa, pelo jornal esportivo *L'Auto*, elogiou a técnica individual dos brasileiros, mas concluiu que eles não tinham nenhum senso de coletividade.

Para compreender as razões pelas quais não foi difícil investir de brasilidade uma equipe de onze jogadores escolhidos por uma entidade laica, no caso a CBF, é preciso considerar também que os anos de 1930 correspondem ao ápice do nacionalismo. A ascensão do fascismo e do nazismo não se fizeram sentir apenas na Europa, tendo repercussões no Brasil. Não se trata apenas dos movimentos simpáticos aos regimes de exceção, como o Integralismo, fortemente reprimido pelo Estado brasileiro. As discussões em torno do caráter nacional eram tema corrente, e não faltaram ideólogos para ver no esporte e na educação física dispositivos estratégicos para inculcar nos cidadãos a idéia de pertencimento coletivo. O corpo indi-

vidual é solicitado pelo corpo da nação, uma entidade coletiva idealizada como homogênea, tanto mais preparada para a guerra quanto mais fortes, resistentes, sadios e perspicazes fossem os indivíduos.

Fora do âmbito estatal e esportivo as discussões sobre o caráter nacional eram igualmente intensas, tendo sido lançadas em contraposição à Semana da Arte Moderna, ocorrida em São Paulo, em 1922. Dois clássicos das ciências sociais brasileiras, tratando da formação da cultura e da sociedade local, foram publicados na década de 1930 – *Casa-grande e senzala*, de Gilberto Freyre (1933), e *Raízes do Brasil*, de Sérgio Buarque de Holanda (1936). Tanto pelas inovações teóricas e metodológicas quanto pelo otimismo, talvez seja Gilberto Freyre quem tenha traduzido melhor esse período de efervescência em torno do caráter nacional. Freyre inverteu as teses evolucionistas do passado recente, tornando-se um defensor ardoroso da miscigenação ocorrida entre europeus, africanos e nativos, algo que até então era tido como um obstáculo ao progresso. Freyre destaca, particularmente, a contribuição dos negros para a cultura brasileira, seja na alimentação, na religiosidade, nas festas, na música, na dança e até no futebol.

Freyre prefaciou *O negro no futebol brasileiro*, lançado pela primeira vez em 1947, um misto de história e memória escrito pelo jornalista Mário Filho, um dos principais defensores do profissionalismo e responsável, junto com seu irmão Nelson Rodrigues, por uma verdadeira revolução na crônica esportiva<sup>6</sup>. Esse livro tem um valor inestimável ainda hoje, mas é excessivamente tendencioso em muitos aspectos, não medindo esforços para afirmar a tese da democratização racial do futebol brasileiro, quando se sabe que os negros foram integrados de forma parcial, como visto anteriormente. Fazendo coro com a tese de Mário Filho, Freyre argumenta, a partir da comparação entre o negro Leônidas, dado a malabarismo com a bola, e o mulato Domingos da Guia, de gestos sóbrios, que é no estilo do primeiro que reside as principais virtudes da brasilidade (SOARES, 2001; GUEDES, 2002; ALABARCES, 2003).

Na medida em que não houve disputa de Copas desde 1938, a Copa de 1950, organizada no Brasil, foi vivida com grande expectativa. O país vivia um dos períodos mais prósperos do ponto de vista do desenvolvimento econômico e tudo foi meticulosamente orquestrado para fazer da Copa uma demonstração de grandiloquência ao mundo. Construiu-se o Maracanã, o maior estádio do mundo,

---

<sup>6</sup>. Entre outras iniciativas para popularizar os jornais, Mário Filho traduziu os termos futebolísticos que ainda eram usados em inglês, substituindo outros demasiadamente eruditos para o jargão popular (LEITE LOPES, 1994).

e investiu-se na preparação dos atletas, reclusos por dois meses num subúrbio da capital federal. O Brasil começou arrasador, imprimindo goleadas nos adversários, e tudo se encaminhava para uma festa, tanto é que se estima em 200 mil pessoas o público da partida final, contra a seleção do Uruguai. Conforme as expectativas, o Brasil começou melhor o jogo e acabou o primeiro tempo vencendo por um a zero. Não era propriamente um massacre, como anunciado, mas ninguém imaginava que os uruguaios pudessem reagir. E não é que eles inverteram o placar? O Maracanã silenciou, como um velório.

A derrota para os uruguaios gerou desconfiança em relação à competência futebolística e, sobretudo, acerca da hombridade dos brasileiros. O cronista Nelson Rodrigues, depois da Copa de 1954, quando o Brasil foi eliminado pelos húngaros, escreveu uma crônica denunciando o “complexo de vira-latas”. Era como se faltasse aos brasileiros a envergadura moral dos uruguaios ou, preferindo-se, dos europeus. Por isso as vitórias em 58, 62 e 70, com a participação de negros e mulatos, foram tão emblemáticas. Depois da Copa de 1958, Nelson Rodrigues voltou à cena para falar do significado da conquista, destacando a cena insólita do príncipe suíço curvando-se diante do menino Pelé. As conquistas subseqüentes, no Chile, em 1962, e no México, em 1970, consolidaram o futebol brasileiro no cenário esportivo. Além das intermináveis controvérsias acerca dos estilos de jogo, do caráter nacional e da eficácia técnica, o uso político da seleção também se tornou objeto de discussão.

## TIROS LIVRES

O uso político das conquistas esportivas atravessa épocas, fronteiras e ideologias. Liberais ou conservadores, democratas ou ditadores, capitalistas ou comunistas, não há governante que não queira receber uma delegação vitoriosa, e tanto mais interesse será quanto mais ela estiver identificada com a nação. É inegável, porém, que as ditaduras manipulam autoritariamente essa identificação. Uma vez que dispõem o controle sobre os fluxos de opinião, tentam fazer crer que a seleção é um símbolo do Estado, e não um símbolo laico da nação, como tenho argumentado.

Os militares brasileiros souberam explorar muito bem a conquista de 1970, vinculando campanhas publicitárias para fazer crer que o êxito era um desdobramento do regime autoritário, autoproclamado responsável pelo restabelecimento da ordem, do progresso e do orgulho nacional. Eles não organizaram nenhuma competição internacional em solo brasileiro, mas intervieram nas disputas nacionais. Não por acaso o primeiro campeonato brasileiro de clubes foi disputado em 1971, nos chamados “anos de chumbo”, que correspondem ao período mais in-

tenso da repressão. Interessados em manipular as noções de “Brasil” e de “brasilidade”, os militares exigiram a participação de clubes de todos os estados brasileiros – incluindo o Acre, o Mato Grosso e o Amazonas, onde o profissionalismo era e ainda é precário – para que o campeonato pudesse, então, ser chamado de “nacional”.

Nos países com tradição democrática consolidada, e até mesmo no Brasil atual, o impacto das conquistas esportivas tende a ser diluído. Há o tempo da Copa – o que inclui, evidentemente, a preparação, a participação e a repercussão, sendo que esta última etapa pode ser estendida em caso de conquista –, assim como há o tempo das eleições, das festas de fim de ano, do Carnaval, da Semana Santa e assim por diante. A publicidade e o jornalismo contribuem, em grande medida, para marcar essas transições, de acordo com suas linhas editoriais e os interesses dos anunciantes, diferentemente do que tende a ocorrer em regimes de exceção. No caso do Brasil, por exemplo, em que as Copas coincidem com as eleições presidenciais – em junho/julho e outubro/novembro, respectivamente – acreditou-se, por muito tempo, que o êxito da seleção pudesse favorecer os candidatos da situação.

Em 1994 a seleção venceu a Copa nos EUA e o candidato da situação, Fernando Henrique Cardoso, saiu-se vitorioso em primeiro turno, três meses depois. Relacionar diretamente os dois eventos seria estapafúrdio, mas considerando-se que a agenda esportiva excedeu, significativamente, o tempo da Copa, e que o título foi muito comemorado pela população, é certo que parte do tempo das eleições foi solapado – com o consentimento da grande mídia, sem dúvida. Os defensores da candidatura Lula, principal adversário de Fernando Henrique, diziam que fugir do debate interessava a este último, de modo que a distensão do tempo da Copa lhe favoreceria. De mais a mais havia sido lançado, em maio daquele ano, um plano de controle da inflação, chamado de Plano Real, cujos resultados positivos eram alardeados pelo governo com o apoio da grande mídia. O clima de euforia com o Plano Real não foi generalizado, mas o governo aproveitou-se como pode do orgulho pela reconquista de um título mundial – 24 anos sem ganhar uma Copa do Mundo era inconcebível para quase todos os brasileiros! Todavia, é preciso considerar também a hipótese de que Fernando Henrique teria sido eleito qualquer que tivesse sido a performance brasileira nos EUA. Afinal, quatro anos depois a seleção brasileira foi goleada pela francesa na final e Fernando Henrique reeleito, outra vez em primeiro turno. Já em 2002, os brasileiros comemoraram a conquista obtida no Japão e Lula foi eleito, finalmente, presidente do Brasil, derrotando o candidato da situação em segundo turno.

Não há dúvidas acerca do poder simbólico da seleção e não se deve negligenciar a repercussão da performance futebolística em outros espaços, para além

do futebol de espetáculo. Todavia, não se deve subestimar a capacidade de discernimento dos eleitores. Ganha-se em compreensão quando se deixa de lado as teses da alienação, entre elas a hipotética contradição entre militância política e adesão esportiva. É preciso, pois, olhar para as estratégias a partir das quais não apenas os governantes, mas toda a sorte de agentes e agências, tiram proveito dos eventos e, particularmente, das conquistas esportivas. O que está em jogo é uma modalidade de poder simbólico investido pela nação na seleção, um poder de representação delegado, cujo volume, para usar os termos de Pierre Bourdieu, pode ser medido pela mobilização.

A magia da seleção não é natural, mas culturalmente constituída, exigindo um processo de mediação. No presente, esse papel compete, principalmente, aos profissionais da mídia, uma espécie de mediadores especializados. Eles são responsáveis por suscitar, nos cidadãos, o interesse pelas competições, no caso as copas, e dotar as equipes e/os atletas com um poder de representação. As estratégias para atingir tais fins são diversificadas e variam de um contexto a outro. Como a seleção brasileira tem uma reputação assegurada no cenário internacional, com um cartel de títulos invejável, uma das estratégias mais freqüentes é relembra essas conquistas, com imagens, entrevistas, depoimentos e publicações diversas.

Fazer crer na magia dos feiticeiros da bola, com seus "elásticos", "pedaladas" e tantos outros truques, ao mesmo tempo eficientes e encantadores, não é propriamente uma tarefa ingrata. Também não é difícil conectar esses truques com o samba, a capoeira e outros símbolos de brasilidade. Os jogadores e a seleção não são, afinal, símbolos quaisquer, inertes como a bandeira ou o hino, que precisam ser empunhados ou entoados. Eles são símbolos vivos, que enfrentam outras nações, outras comunidades de sentimento, algumas muito poderosas no plano econômico e político, mas que são forçadas a se curvarem diante da nossa magia.

Em que pese as profecias da pós-modernidade, os sistemas simbólicos que sustentam as emoções esportivas são prenes de valores modernos e tradicionais. O que é esperado dos futebolistas não é apenas arte. Nos esportes em geral e no futebol em particular, o público aprecia o suor, que é sinônimo de entrega, assim como se confere honrarias aos soldados que derramam o sangue pela nação.

## The magic of selection

*ABSTRACT: This article attempts to respond, from an anthropological perspective, to some of the questions related to spectators' interests in World Cups. It aims at explaining the symbolic systems that provide the basis for the intense emotions that soccer stirs up, whether related to the confrontations between teams or between national states. Particular emphasis is placed on the process of symbolic investment through which a team that is composed of eleven competitors and organized by a secular entity – the CBF, in this case – comes to represent the Brazilian nation.*

*KEY-WORDS: World Cup; soccer; Brazil; nation; symbolism.*

## La magia de la selección

*RESUMEN: Este artículo responde, desde una perspectiva antropológica, a algunas de las cuestiones relacionadas a los intereses del público sobre los campeonatos mundiales de football. El objetivo es tornar explícitos los sistemas simbólicos que sirven de sustento a las emociones futbolísticas, ya sea en los enfrentamientos entre equipos o entre estados nacionales. El énfasis se encuentra, específicamente, en el proceso de inversión simbólica a partir de los cuales un equipo de once jugadores, organizados por una entidad laica, en este caso la CBF, representa a la nación brasileira.*

*PALABRAS CLAVES: Campeonato mundial; football; Brasil; nación; simbolismo.*

## REFERÊNCIAS

ALABARCES, P. Tropicalismos y europeísmos: la narración de la diferencia entre Argentina y Brasil a través del fútbol. In: REUNIÃO DA ABA, 24., 2003, Olinda. *Anais...* Olinda: s.ed., 2003. 12 a 15 jun. 2004. (mimeo)

ANDERSON, B. *Nação e consciência nacional*. São Paulo: Ática, 1989.

ARCHETTI, E. Argentina 1978 and after: military nationalism, football essentialism, and moral ambivalence. ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 27., 2003, Caxambu. *Anais...* Caxambu: s.ed., 2003. 22 a 26 out. 2003. (mimeo)

BROMBERGER, C. *Le match de football*. ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turim. Paris: Éditions de la Maison des sciences de l'home, 1995.

DAMO, A. Futebol e estética. *Perspectiva*, São Paulo, v. 15, n. 3, p. 82-91, jul./set. 2001.

\_\_\_\_\_. *Futebol e identidade social*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2002.

\_\_\_\_\_. *Do dom à profissão: uma etnografia do futebol de espetáculo a partir da formação de jogadores no Brasil e na França*. Tese (Doutorado em Educação Física) – Uni-

versidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005a. Disponível em: <<http://www.biblioteca.ufrgs.br/Bibliotecadigital>>.

\_\_\_\_\_. Senso de jogo. *Esporte e Sociedade*, ano 1, n. 1, 2005b. Disponível em: <<http://www.lazer.eefd.ufrj.br/espoc>>.

DURKHEIM, E. *As formas elementares da vida religiosa*. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

DUNNING, E.; SHEARD, K. La separation des deux Rugby. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Paris, n. 79, 1992.

ELIAS, N. *O processo civilizador*. Rio de Janeiro: Zahar, 1993. v. 2.

ELIAS, N.; DUNNING, E. *A busca da excitação*. Lisboa: Difel, 1992.

FREYRE, G. *Casa-grande & senzala*. 18. ed. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1977 [1933].

GASTALDO, É. Notas Etnográficas Sobre um País em Transe. *Verso & Reverso*, São Leopoldo: Editora Unisinos, ano XVI, n. 34, p. 69-78, 2002.

GENET, J.-P. La Genèse de l'État Moderne. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, Paris, n. 118, jun. 1997.

GUEDES, S. De criollos e capoeiras: notas sobre futebol e identidade nacional na Argentina e no Brasil. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 26., Caxambu, 2002. *Anais...* Caxambu: s.ed., 2003. 22 a 26 out. 2002.

HOBBSAWM, E. *Nações e nacionalismo desde 1780*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

HOLANDA, S. *Raízes do Brasil*. 26. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1997 [1936].

LEITE LOPES, J. S. A vitória do futebol que incorporou a "pelada". *Revista USP*, São Paulo, n. 22, 1994.

\_\_\_\_\_. Les origines du jeu à la Brésilienne. In: HÉLAL, H.; MIGNON, P. (Orgs.). *Football, jeu et société*. Les cahiers de L'INSEP, n. 25, p. 65-84, 1999.

LÉVI-STRAUSS, C. *Totemismo hoje*. Petrópolis: Vozes, 1975.

MAUSS, M.; HUBERT, H. Esquisse d'une Théorie Générale de la Magie. In: MAUSS, M. *Sociologie et Anthropologie*. Paris: PUF, 2003, p. 1-141.

MOURA, G. *O Rio corre para o Maracanã*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1998.

PEREIRA, L. *Footballmania: uma história social do futebol*. Rio de Janeiro: Nova, 2000.

RODRIGUES FILHO, M. *O negro no futebol brasileiro*. 2. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1964.

SCHNEIDER, D. M. Conclusion. *A critique of the study of Kinship*. The University of Michigan Press, 1992.

SOARES, A. J. História e a invenção de tradições no futebol brasileiro. In: HELAL, R.; SOARES, A.; LOVISOLO, H. *A invenção do país do futebol*. Rio de Janeiro: Mauad, 2001. p. 77-99.

SOUZA, M. *A "Nação em Chuteiras": raça e masculinidade no futebol brasileiro*. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Universidade de Brasília, Brasília, 1996.

VASSORT, P. *Football et politique*. Paris: Les Éditions de la Passion, 1999.

WEBER, M. A Nação. In: GERTH, H. H.; MILLS, W. (Org.). *Ensaio de sociologia*. Rio de Janeiro: Zahar, 1974.

Recebido: 10 fev. 2006

Aprovado: 10 maio 2006

Endereço para correspondência

Arlei Sander Damo

Rua Leão XIII, 97/22 – Cidade Baixa

Porto Alegre-RS

CEP 90050-130