

NA
VOLTA AO
BRASILEIRÃO,
PESQUISADORES FALAM
SOBRE OS **HINOS** QUE EMBALAM
OS CLUBES DE FUTEBOL. NO RIO
DE JANEIRO, A MAIORIA DELES
FOI COMPOSTA POR
LAMARTINE BABO

» JOÃO PEDRO ALVES*

Lamartine Babo e Lupicínio Rodrigues deixaram legado que extrapola os domínios da música popular. A paixão pelo futebol se transformou em hinos memoráveis que celebram os times do coração dos torcedores há décadas. Neste mês de janeiro, com o início do Campeonato Brasileiro, o **Correio** relembra histórias dos hinos de times de futebol e a função que exerceram para moldar a identidade dos clubes.

Os gritos de guerra foram as primeiras manifestações sonoras que surgiram nas arquibancadas. Rimas, onomatopeias e palavras inventadas ou de línguas estrangeiras eram estratégias de torcedores para demonstrar apoio. O Sport Recife usa, até os dias de hoje, canto que remonta a esse período: “Cazá, cazá, cazá! A turma é mesmo boa! É mesmo da fuzarca! Sport! Sport! Sport!”. No início do século 20, com a institucionalização do futebol, surgem os primeiros hinos, que herdam modelos europeus.

“Os primeiros hinos oficiais dos clubes brasileiros são marciais, próximos da linguagem dos hinos cívicos e militares, com melodias solenes, compassos regulares e tom épico, marcado por um léxico bélico: glória, luta, vitória, bravura e honra”, explica Gustavo Cerqueira, que desenvolve a pesquisa *A tabelinha entre o futebol e outras práticas poéticas no Brasil*.

Autor da tese de doutorado *João Lógico e a Gramática do Rádio*, pela Universidade de São Paulo (USP), Rafael Duarte Oliveira Venâncio explica que o avanço de transmissões no rádio, na década de 1940, levou os times a redefinirem as canções oficiais. “Os hinos de futebol se popularizaram no período conhecido como Era de Ouro do Rádio no Brasil, momento em que as marchinhas de carnaval se misturavam com as bandas e fanfarras de rua.”

Compostos por Lamartine Babo, os hinos atuais de Botafogo, Fluminense, Flamengo e Vasco surgiram a partir de desafio feito por Ary Barroso no programa Trem da Alegria, da Rádio Mayrink Veiga. “Os demais clubes do país seguiram a mesma tendência, alguns deles inspirados em ritmos locais, outros em músicas tradicionais das fanfarras e marchas, também comuns nos anos 1930, 1940 e 1950”, completa o também escritor e psicanalista Venâncio. Nesse período, características da música popular brasileira, como melodias mais cantáveis, ritmos próximos da marcha-rancho e do samba, linguagem coloquial e refrões facilmente memorizáveis, são incorporadas.

Roupagens modernas pela interpretação de outros artistas, como no CD dos hinos, da revista *Placar*, lançado em 1996 e em 2004, revitalizaram os hinos. Para o professor da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) Marcelino Rodrigues da Silva, essas canções são “parte viva da música popular brasileira”. Silva também aponta que, nos estádios, as músicas oficiais convivem com outras canções populares, recriadas pelos torcedores. “Talvez, o elo mais forte entre futebol e música não sejam mais os hinos oficiais, mas os cânticos de torcida, criados coletivamente e, em sua maioria, em diálogo direto com a música popular brasileira”, acrescenta Gustavo Cerqueira.

so hinos DA...



Os primeiros hinos oficiais dos clubes brasileiros são marciais, próximos da linguagem dos hinos cívicos e militares, com melodias solenes, compassos regulares e tom épico, marcado por um léxico bélico: glória, luta, vitória, bravura e honra”

Gustavo Cerqueira,
pesquisador



Talvez, o elo mais forte entre futebol e música não sejam mais os hinos oficiais, mas os cânticos de torcida, criados coletivamente ”

Gustavo Cerqueira,
pesquisador

Construções simbólicas

O hino exerce funções essenciais para o clube, de acordo com os pesquisadores Mateus Filipe Guimarães e Rebeca Cardoso, da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), que publicaram o artigo *O discurso presente nos hinos de times de futebol com as maiores torcidas de Minas Gerais*. A análise dos hinos de Cruzeiro, Atlético Mineiro e Flamengo permitiu identificar estratégias discursivas muito semelhantes, diz Cardoso. “Em todos eles, há uma forte presença da chamada ‘visada incitativa’, que busca fazer o torcedor acreditar na grandeza, na força e na importância histórica do time.”

Esses elementos permitem o reconhecimento simbólico entre adeptos do mesmo time, por exaltar “valores, conquistas e diferenças do clube para seus rivais”, explica Guimarães. “É uma estratégia retórica que foca em um determinado fator, que pode ser o local, a torcida, algum título importante ou um fato isolado, porém único. Eles criam um lugar imaginário onde o clube pode se fundar, se enraizar”, acrescenta Rafael Duarte Oliveira Venâncio.

Ao destacar valores como raça, amor, invencibilidade, glória e tradição, o hino ajuda a criar e reforçar um imaginário social compartilhado. “Como essas canções são repetidas constantemente em jogos e eventos, elas acabam por moldar a forma como o torcedor se percebe e se relaciona com o clube”, ressalta Mateus Guimarães.

“O som do hino é como se fosse o ar que o clube se funda ideologicamente, algo que, ao ser cantado na arquibancada ou transmitido nos meios audiovisuais, traz o imaginário do clube à tona”, completa Venâncio. Epítetos como “O imortal”, do Grêmio, “Alviverde imponente”, do Palmeiras, “O glorioso”, do Botafogo, e “Campeão dos campeões”, do Corinthians, são exemplos de imagens construídas a partir dos hinos.

Ademir Takara, bibliotecário do Museu do Futebol, em São Paulo, e responsável pela gestão do acervo do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) compara, em termos históricos, os hinos dos clubes de futebol com os hinos nacionais: “Ambos fazem parte da lista de simbologias identitárias que são criadas para reforçar a ideia de pertencimento e unidade”. Prova disso, continua Takara, é que ambos são “como uma espécie de coroamento definitivo da conquista e sinal para o início das comemorações”. O professor Marcelino Rodrigues da Silva concorda com a associação e cita o conceito de “comunidade imaginada”, de Benedict Anderson:

“Essa comunidade é ‘imaginada’ no sentido de que ela não é um fenômeno espontâneo. Para existir, ela tem que ser construída a partir de representações, que são os símbolos, lembranças e referências que se tornam comuns às pessoas que compõem a comunidade e funcionam como cimento da sua coesão social. É aí, certamente, que entram os hinos, tanto os nacionais quanto os dos clubes de futebol.”

*Estagiário sob supervisão de Severino Francisco