

Ruy Castro

**O VERMELHO  
E O NEGRO**

PEQUENA GRANDE  
HISTÓRIA DO FLAMENGO

Edição revista,  
atualizada e ampliada

---

COMPANHIA DAS LETRAS

Copyright © 2012 by Ruy Castro

Grafia atualizada segundo o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990, que entrou em vigor no Brasil em 2009.

Capa e projeto gráfico  
Hélio de Almeida

Imagen de capa  
Ilustración de Lan. Colección Haroldo Costa

## Preparação Isabel Jorge Cury

## Índice remissivo Luciano Marchiori

Revisão  
Valquíria Della Pozza  
Camila Saraiva

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)  
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Castro, Ruy  
O vermelho e o negro : pequena grande história do Flamen-  
go / Ruy Castro. — 1<sup>a</sup> ed. — São Paulo : Companhia  
das Letras, 2012.

ISBN 978-85-359-2094-9

1. Clube de Regatas do Flamengo 2. Clube de Regatas do Flamengo - História 1. Título.

12-04122 CDD-796.3340608153

Índice para catálogo sistemático:  
1. Clube de Regatas do Flamengo : História  
796.3340608153

〔2012〕

Todos os direitos desta edição reservados à

EDITORIAL SCHWARCZ S. A.

Rua Bandeira Paulista 703 cj. 32

Rua Bandeira Paulista, 702, cj. 04533-003 — São Paulo — SP

04552 002 São Paulo  
Telefone (11) 3707 3500

Fax (11) 3707-3501

[www.companhiadasletras.com.br](http://www.companhiadasletras.com.br)

[www.blogdacompanhia.com.br](http://www.blogdacompanhia.com.br)

# SUMÁRIO

1. UMA NAÇÃO SONHANDO .....	11
2. HOMENS AO MAR .....	23
3. DOMINGO DE REGATAS .....	29
4. O TROPEL DAS CHUTEIRAS .....	39
5. FLAMENGO VINGADOR .....	51
6. A MÍSTICA DA CAMISA .....	59
7. FIM DO FUTEBOL TOTÓ .....	67
8. COMÍCIOS INFLAMADOS .....	81
9. A ERA ZIZINHO .....	95
10. FLAMENGO FEITICEIRO .....	107
11. GOLS COM ASSINATURA .....	127
12. A ERA ZICO .....	143
13. A CONQUISTA DO MUNDO .....	151
14. VIVER SEM ZICO .....	165
15. TEMPO DE VEXAME .....	177
16. A VOLTA DA FLAMA .....	185
BIBLIOGRAFIA .....	201
VIDEOGRAFIA .....	203
SITES E BLOGS .....	205
CRÉDITOS DAS IMAGENS .....	207
ÍNDICE REMISSIVO .....	209
SOBRE O AUTOR .....	219

1

UMA NAÇÃO  
SONHANDO

**A** oposição não se conforma, mas não pode fazer nada: o Flamengo é um caso de amor entre milhões e o Brasil. Um dia, quando se mergulhar de verdade nos fatores que, historicamente, ajudaram a consolidar a integração nacional, o Flamengo terá um papel importante. Durante todo o século xx, ele uniu gerações, cores de pele e sotaques em torno de sua bandeira. Ao inspirar um rubro-negro do Guaporé a reagir como um rubro-negro da Rocinha (com os mesmos gestos e expletivos, e no mesmo instante), o Flamengo ajudou a fazer do Brasil uma nação.

Mas o Flamengo não é uma abstração. É um complexo de carne, ossos, tendões, músculos. Quando se fala nele, veem à mente os heróis que, no decorrer das décadas, têm vestido sua camisa e formado times de sonho. Homens como Abelha; Bigu, Onça, Telefone e Tinteiro; Manteiga e Dendê; Sapatão, Foguete, Bujica e Beijoca.

Epa! Desculpem, peguei a lista errada! Esse é o time do pesadelo. A lista certa é: Julio Cesar; Leandro, Domingos da Guia, Aldair e Junior; Carlinhos e Zizinho; Joel, Leônidas, Zico e Dida.

Falando sério, poucas instituições serão tão abrangentemente nacionais como o Flamengo — a Igreja Católica, sem dúvida, e, talvez, o jogo do bicho. E olhe que o Flamengo não promete a vida eterna nem o enriquecimento fácil. Ao contrário, às vezes mata de enfarte e, quase sempre, só dá despesa. Mas uma coisa ele tem em comum com a religião e o bicho: a fé. Essa é a matéria-prima de que as três instituições se alimentam. A diferença é que a Igreja só paga dividendos depois da morte. Quanto ao bicho, tanto pode dar quanto não dar. Já o Flamengo costuma pagar seus dividendos espirituais quase toda quarta e domingo. Além disso, o padre e o bicheiro são personagens locais. Já os jogadores do Flamengo, via rádio,

tevê ou internet, cobrem todo o território e são heróis (ou vilões) nacionais.

Daí ele ser onipresente. O Rio foi seu berço, mas sua casa é o Brasil. Sua camisa vermelha e preta viaja de canoa pelos igarapés; galopa pelas coxilhas; caminha pelos sertões; colore todas as praias; está nas favelas, nos conjuntos habitacionais e nas coberturas triplex. Suas cores vestem famosos e anônimos, bandidos e vítimas, corruptos e honestos, pobres e grã-finos, idosos e crianças, os muito feios e as muito bonitas. De repente, materializam-se nos lugares mais inesperados: já estiveram nas mãos de Frank Sinatra, no papamóvel de João Paulo II, nos peitos de Madonna. Mas, principalmente, tomam os estádios, em tantas tardes e noites quantas o Flamengo entrar em campo, não importa onde.

Tomam outras arenas, também. Em 2008, na Guerra do Iraque, a camisa rubro-negra foi fotografada sob a farda do soldado Bruno Bonaldi, natural do Paraná, mas servindo no Exército americano em Bagdá, no 2º Batalhão de Infantaria — outra diversão de Bruno era escrever o nome do Flamengo na areia do deserto. Detalhe: exceto pela televisão, ele nunca viu o Flamengo jogar.

Donde talvez não seja cientificamente exata a frase que, de tão usada, logo se tornaria um clichê: a de que “o Flamengo é uma nação” — frase essa, segundo o escritor Edigar de Alencar, criada pelo deputado federal cearense Walter Bezerra de Sá na década de 1970. Mais exato seria dizer que, ao contrário, a nação é que é Flamengo.

Segundo pesquisas veiculadas por órgãos insuspeitos, como a revista *Placar* e os jornais *Folha de S.Paulo* e *Lance!*, o Flamengo é o clube de maior torcida do Brasil por qualquer categoria que se queira estudar. Você escolhe: sexo, faixa de idade, nível de renda, teor de bronze, plumagem política, grau de escolaridade, quociente intelectual ou quantidade de dentes — é maioria tanto entre os desdentados quanto entre os que nunca tiveram uma cárie. Sua presença no Rio é

esmagadora: quase cinquenta por cento dos cariocas são Flamengo. Os restantes são os que se repartem entre os outros clubes e os que, por esnobismo ou *ennui*, não se interessam por futebol.

Mas sua torcida não se espreme entre a montanha e o mar. Ao transbordar para todos os estados do Brasil, muitas vezes supera a dos próprios times locais. No Norte e no Nordeste, é esmagadora. Em Brasília, é proporcionalmente até maior do que no Rio. Em São Paulo, rivaliza com a do Santos e é mais numerosa do que a da Portuguesa de Desportos. É forte até mesmo no Sul, onde os times de fora não costumam ter vez. E existem quase cem clubes, profissionais ou amadores, de todos os estados do Brasil, chamados Flamengo (sem contar os que, com outros nomes, adotam a camisa rubro-negra e mudam o seu design de acordo com a do Flamengo). Os mais de cem sites e blogs sobre o clube, sediados em todo o país, são outra prova disso.

Desde os anos 40, décadas antes que o merchandising se tornasse a grande força do futebol, o Flamengo já era marca ou estampa de dezenas de produtos: pentes (o famoso pente Flamengo, ainda vendido nos melhores camelôs), espelhinhos, abridores de garrafa, caixas de fósforos, cortadores de unhas, selins de bicicleta, cadernos, agendas, lápis, copos, canecas, toalhas, além de camisas, bandeiras e flâmulas — por muito tempo, sem que os fabricantes desse bricabaraque sequer dessem satisfações ao clube (era como se a marca Flamengo fosse de domínio público). Jornais, revistas e álbuns de figurinhas sempre venderam mais ao trazer o Flamengo em destaque. E o lendário cinejornal dos anos 60 e 70, *Canal 100*, tinha um especial chique pelo jogos dos dois times de seu proprietário, Carlos (Carlinhos) Niemeyer: o Flamengo e, em segundo, longe, a Seleção Brasileira.

Mas, ao ler isso, você dirá: E daí, qual é a novidade? Afinal, há décadas que o Flamengo é chamado de “o clube mais querido do Brasil”. E essa expressão não é um slogan

ou uma jogada de marketing. É apenas a verdade, que as estatísticas já cansaram de comprovar. Os adversários preferem dizer que, pelas mesmas estatísticas, o Flamengo seria, na verdade, o clube mais odiado do Brasil. É possível: as outras torcidas, juntas, empilhadas umas sobre as outras no Brasil inteiro, não suportam que a do Flamengo, sozinha, lhes faça frente.

Por que o Flamengo se tornou tão popular? Terá sido pela montanha de títulos? Pode ser uma das explicações. Desde 1912, quando a camisa rubro-negra passou a jogar futebol, o Flamengo foi mais vezes campeão carioca do que todos os seus concorrentes: até agora (1º semestre de 2012), foram 32 títulos, cinco deles invictos e com cinco tricampeonatos — o único time do Rio a ser pentatri. Com perdão pelo oba-oba, é também o maior campeão carioca da era do profissionalismo (desde 1933), com 25 títulos, e da era do Maracanã (desde 1950), com 22. Como se não bastasse, o Flamengo leva vantagem no confronto direto sobre todos os clubes do Rio — ou seja, já os derrotou mais vezes do que eles o derrotaram.

Se o Maracanã foi, durante mais de cinquenta anos, o maior estádio do Brasil e do mundo, seus recordes de público serão, em consequência, recordes mundiais. Pois, dos dez maiores públicos na história do Maracanã, sete envolveram jogos do Flamengo — os outros três, da Seleção Brasileira. Dos dez maiores públicos de partidas entre clubes no Maracanã, os dez foram em jogos do Flamengo. (Esses números nunca serão batidos, porque o Maracanã sofreu modificações que o fizeram “encolher” e não se cogita construir, em nenhuma parte do mundo, um estádio para 180 mil pessoas.) E, para os que ainda tinham a ilusão de que o rubro-negro só ganhava no Maracanã, o Flamengo foi, até agora, seis vezes campeão brasileiro, campeão da Taça Libertadores da América e campeão mundial em Tóquio, fora competições menores, como a Copa do Brasil

(duas vezes), a Copa Mercosul, a Copa dos Campeões e incontáveis torneios internacionais, tipo Tereza Herrera ou Ramón Carranza.

Mas, como eu ia dizendo: por que o Flamengo se tornou tão popular? Terá sido pelos craques que, digamos, a partir dos anos 30, brilharam com sua camisa? Muitos desses nomes podem ser desconhecidos dos torcedores de hoje, mas, acredite, todos foram grandes jogadores e todos foram lendas em seu tempo: Domingos da Guia, Leônidas da Silva, Fausto dos Santos, Alfredinho, Jarbas, Waldemar de Brito, Jurandir, Biguá, Bria, Jaime de Almeida, Zizinho, Perácio, Pirillo, Vevé, Jair da Rosa Pinto, Garcia, Dequinha, Joel, Rubens, Moacir, Índio, Evaristo, Henrique, Dida, Zagallo, Gerson, Carlinhos, Murilo, Paulo Henrique, Reyes, Almir, Silva, Doval, Cláudio Adão, Geraldo, Zico, Junior, Carpeggiani, Leandro, Mozer, Raul, Andrade, Adílio, Tita, Nunes, Julio Cesar (Uri Geller), Bebeto, Renato Gaúcho, Jorginho, Aldair, Leonardo, Djalminha, Zinho, Sávio, Romário, Athirson, Julio Cesar (goleiro), Gamarra, Juan (zagueiro), Edílson, Petkovic, Felipe (ex-Vasco), Luizão. Exceto Bria, Garcia, Reyes, Doval, Gamarra e Petkovic, que eram estrangeiros, todos foram também da Seleção Brasileira.

E, com os títulos e vitórias recém-conquistados, já se pode falar de Bruno, Leo Moura, Fabio Luciano, Ronaldo Angelim, Juan (lateral), Ibson, Renato Augusto, Renato Abreu, Maldonado, Kleberson, Zé Roberto (meia), Vagner Love, Felipe (goleiro), Adriano (“Imperador”), Ronaldinho Gaúcho, até (de passagem) Thiago Neves.

Sim, eles fizeram com que milhões de brasileiros se abracassem à bandeira rubro-negra. Mas o Flamengo já era popular antes deles. Nos anos 10 e 20, antes de existir o rádio, quando o brasileiro usava colarinho duro e o mundo acabava ali na esquina, nomes como os dos goleiros Kuntz e Amado, os zagueiros Galo, Píndaro, Nery, Hélcio e Penaforte, os meio-campistas Candiota e Sidney Pullen, os atacantes Junqueira, Nonô, Mo-

derato e Riemer já eram famosos fora do Rio. Todos, igualmente, foram da Seleção Brasileira, inclusive Sidney Pullen, que era inglês — o único estrangeiro a jogar pelo Brasil.

Numa época em que alguns jogadores ainda entravam em campo de gorro, toalha e óculos, e os juízes apitavam de terno, gravata e chapéu, foi o Flamengo que tirou o colarinho duro do futebol e fez deste a paixão dos descamisados, dos banguelas, dos desvalidos. Nascido da elite carioca, ele logo caiu nos braços do povo. Em 1912, seus craques foram os primeiros que as pessoas simples das ruas puderam conhecer, cumprimentar e pedir autógrafo. Em 1914, o Flamengo já era convidado a jogar em capitais e grotões longe do Rio. E, em cada uma dessas cidades, plantava torcedores — para sempre. Donde se pode falar também da missão civilizadora do Flamengo, ao levar suas iniciativas e bossas pioneiras para os centros menores e vê-las adotadas pelos clubes e torcidas locais.

Dúvida? Eis algumas.

Do Flamengo nasceu, em 1942, a primeira torcida organizada: a Charanga, com bandinha, faixas e bandeiras. Foram também os torcedores rubro-negros que criaram o hábito de sair às ruas e de ir para os estádios e até para o trabalho, em dia de semana, com a camisa do clube. O Flamengo foi igualmente o primeiro clube a ter o seu nome abreviado pela torcida — *Mengo!* — e a fazer desse apelido um superlativo: *Mengão!* Suas galeras criaram os refrões que depois seriam copiados pelos torcedores dos outros clubes. E nenhum outro teve tantos sambas e marchas compostos em sua homenagem (hinos, tem dois). Bem cedo, o Flamengo foi sinônimo nacional de festa, alegria e Carnaval.

Os títulos, as vitórias e os craques podem explicar muita coisa. Mas não explicam tudo — porque, afinal, os outros clubes também têm o seu rico patrimônio de glórias. O Flamengo, queiram ou não, é que é diferente. E, isso, desde a sua fundação, em 1895 — o que faz com que a paixão por ele já se estenda por cinco gerações. Pense apenas no seguinte: os netos dos

primeiros torcedores do Flamengo são os avós dos pequenos torcedores de hoje.

Mas, enfim, por que tudo isso?

A resposta vem de longe. Na verdade, de muito antes que o primeiro flamengo chutasse uma bola.