

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO  
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO JORNALISMO

MITOLOGIAS NO JORNALISMO ESPORTIVO:

O mito da ‘imortalidade’ gremista

Vinícius Henrique Fontana

Porto Alegre

2011

VINÍCIUS HENRIQUE FONTANA

MITOLOGIAS NO JORNALISMO ESPORTIVO:

O mito da 'imortalidade' gremista

Vinícius Henrique Fontana

Monografia apresentada à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção de título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Alexandre Rocha da Silva

Co-Orientador: Mestrando Marcio Telles da Silveira

Porto Alegre

2011

VINÍCIUS HENRIQUE FONTANA

MITOLOGIAS NO JORNALISMO ESPORTIVO:

O mito da 'imortalidade' gremista

Monografia apresentada à Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção de título de Bacharel em Comunicação Social, habilitação Jornalismo.

Aprovado em \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Alexandre Rocha da Silva – UFRGS

---

Profª. Dr. Sandra de Deus – UFRGS

---

Mestre Gustavo Andrada Bandeira - UFRGS

---

*"Esportes não formam o caráter. Revelam-no."*

*Heywood Braun*

## AGRADECIMENTOS

Os agradecimentos longos não são por mero acaso. Este trabalho é um esforço basicamente meu e de meus orientadores, porém *eu* sou o conjunto do esforço, dedicação e paciência de muitas pessoas, que me ajudaram indiretamente a escrever estas páginas.

Agradeço primeiramente aos meus orientadores, Alexandre Rocha e Márcio Telles, por toda a atenção e apoio técnico dado a este trabalho. As recomendações de bibliografia e o debate sobre os autores expandiram a minha visão e foram cruciais para a execução desta monografia.

Agradeço muito aos meus amigos que sempre me deram ânimo e tiveram a compreensão de entender as minhas ausências em eventos sociais, principalmente os que residem em Porto Alegre. Em especial agradeço ao Jean Melo, por todos os grandes debates sobre Gre-Nal e pelos jogos de futebol (nem que fossem partidas virtuais), e ao Julian Kober, pelo apoio dado em todos estes anos de amizade.

Sou grato a Sarita Reed, que me manteve motivado no período de produção deste trabalho e esteve sempre a postos para ouvir o que eu tinha para dizer.

O maior agradecimento vai para os meus familiares. Agradeço ao meu avô João Fornari por me ‘ensinar’ a gostar de futebol além de outros ensinamentos importantes na minha vida. Agradeço a minha irmã, Luana, pelos debates, passeios e momentos de companheirismo que vivemos. E um agradecimento especial aos meus pais, Mônica e Amilton, pelo incentivo, pelo apoio moral e financeiro, mas principalmente pela dedicação que tiveram comigo ao longo de toda a minha vida. Este trabalho é dedicado a vocês.

## RESUMO

Este trabalho tem como finalidade investigar o mito da ‘imortalidade’ que tange ao Grêmio Foot-ball Porto-Alegrense presente nas matérias do jornal Zero Hora. Analisando os exemplares referentes aos principais jogos da equipe de 26/11/2005 até final de 2010 sob a ótica de autores como Roland Barthes e Hilário Franco Júnior, percebe-se como o mito enraíza-se na imprensa. Com a sua difusão e naturalização, a mitologia distorce os sentidos, cria novas significações, e dá esta visão do que seria a identidade do Grêmio: um time guerreiro, que não desiste nunca, e com um discurso amplamente mitificado.

**Palavras-chave:** Grêmio, Zero Hora, mito, futebol, jornalismo esportivo

## **ABSTRACT**

This work has the purpose investigate the myth of 'immortality' that concerns Grêmio Foot-ball Porto-Alegrense, a Brazilian football team, in the news of Zero Hora, a local newspaper. Analysing the papers concerning the main games of the team from 26/11/2005 until late 2010, under the view of authors like Roland Barthes and Hilário Franco Junior, it's possible realize how the myth enroot himself in the press. With his diffusion and naturalization, the mythology distorts the senses e gives this vision that would be the Grêmio's identity: a warrior team, that never give up, and with a spell highly mythologized.

**Key words:** Grêmio, Zero Hora, myth, football, sports journalism

## SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO .....	11
2. AS MITOLOGIAS E O JORNALISMO .....	16
2.1. IDÉIAS BÁSICAS DE MITOLOGIA .....	16
2.1.1. A cadeia metalinguística .....	17
2.1.2. Os termos da mitologia linguística .....	18
2.1.3. O conceito e a distorção da história.....	20
2.1.4. O termo final: a significação.....	21
2.2. A LEITURA BARTHESIANA DOS MITOS .....	23
2.2.1. Uma linguagem roubada .....	24
2.3. UM NOVO OLHAR SOBRE “MITOLOGIAS” .....	25
2.3.1. Revisões teóricas .....	25
3. O FUTEBOL COMO METÁFORA DO MUNDO .....	30
3.1. IDENTIDADE E REPRESENTATIVIDADE NO FUTEBOL .....	32
3.2. AS VISÕES METAFÓRICAS DO FUTEBOL .....	34
3.2.1. O futebol e a solidariedade social.....	34
3.2.2. Futebol e violência .....	36
3.2.3. A rivalidade futebolística.....	38



3.2.4. Uma guerra simbólica .....	41
3.3. O FUTEBOL E SUAS DIVINDADES .....	42
3.3.1 As entidades religiosas e futebolísticas .....	43
3.3.2. O espaço ritual: o estádio .....	44
3.3.3. O fiel.....	45
3.4. A LINGUAGEM NO FUTEBOL.....	46
4. O MITO DA ‘IMORTALIDADE TRICOLOR’ .....	48
4.1. A HISTÓRIA DO GRÊMIO.....	49
4.2. AS ORIGENS DO ‘IMORTAL TRICOLOR’ .....	51
4.2.1. Uma virada no jogo e no conceito .....	53
4.3. ELEMENTOS DE UM JOGO MÍTICO .....	56
4.3.1. O drama inicial .....	57
4.3.2. O significado histórico .....	59
4.3.3. As figuras do mito no esporte.....	60
4.3.4. A mítica da batalha.....	66
4.3.5. O impossível acontece.....	70
4.3.6. O Grêmio e sua metáfora religiosa .....	71
4.3.7. A imortalidade quebra a lógica.....	74
4.3.8. O mito e a memória .....	75
4.4. OS OUTROS E A MÍTICA .....	77
4.4.1. A mítica do imortal no online do jornal <i>O Estado de São Paulo</i> .....	77
4.4.2. A mítica do imortal no online do jornal Folha de São Paulo.....	80
4.5. A PROPAGANDA INSTITUCIONAL .....	81

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	84
6. BIBLIOGRAFIA.....	88
7. ANEXOS .....	91

## 1. INTRODUÇÃO

No Brasil, assim como em boa parte do mundo, um dos mais importantes *locus* culturais é o estádio de futebol. Em uma partida, confluem vários elementos que estão além do jogo em si – há um sentido religioso, ideológico, mítico – que instigam todos no ambiente e geram o espetáculo (FRANCO JÚNIOR, 2007). O torcedor não é mero espectador – ele sente-se parte do clube e, ao mesmo tempo, cria no time e em seus ídolos o mito<sup>1</sup>. Sinteticamente, um jogo pode ser visto como

um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácita ou abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica automaticamente uma continuidade em relação ao passado. Aliás, sempre que possível, tenta-se estabelecer continuidade com o passado histórico apropriado (HOBSBAWM e RANGER, apud LORENZ, 2009, p.11)

Analisar a mitologia não é uma tarefa cotidiana, mas ela está presente em diversos aspectos da vida e, por conseguinte, do esporte. O que é o mito em uma partida de futebol? Como podemos identificá-lo e desmontá-lo? Um ponto fundamental para começar a compreender como o mito opera nas diversas modalidades do discurso está nos escritos do crítico francês Roland Barthes, especialmente em sua obra *Mitologias* (1980). Ele descreve minuciosamente a maneira que a semiologia tange a mítica, ocupando-se de mostrar como os costumes da sociedade, em especial a francesa, estão recheados de matéria mítica.

Porém, os estudos perpassam Barthes e atingem nova dimensão. Admitindo o seu componente translinguístico (RAMOS e JARDIM, 2002), asseveramos que o alcance mítico é muito maior do que o componente linguístico colocado por Barthes (1980). E a mídia, como discurso e também como material produzido pela subjetividade humana (por mais objetiva que seja a sua demagogia), está sujeita ao mito, como

---

<sup>1</sup> Como primeiro esclarecimento, não estamos definindo o mito como a mitologia no seu sentido clássico, de mitologia grega, romana, etc. E nem estamos afirmando que o mito é uma mentira. Primeiramente, este deve ser entendido como uma distorção, que pode se dar tanto no campo linguístico quanto translinguístico.

construtora e reprodutora deste. “As notícias geradas pelos acontecimentos coexistem na dualidade do lógico e do mítico, deixando espaço para um infinito processo de mediações entre a informação pretendida e a interpretação processada” (HAGEN, 2006, p.6). A imprensa alimenta o mito, engrandece-o à medida que não o combate de modo crítico<sup>2</sup>.

A escolha por uma análise semiológica advém da idéia de que esta “se apresenta como a disciplina cujo método de trabalho serve para formular hipóteses sobre os sentidos possíveis das mensagens, das formas e das práticas significantes” (CODATO e LOPES, 2007, p.207). Assim, desvendando a complexidade de um objeto para além do seu caráter aparente, é possível apreciar narrativas de origem mítica.

Portanto, temos os três elementos fundamentais para este trabalho já explicitados: o mito, o futebol e a mídia. Basta agora explorar suas aplicações analíticas em um objeto de estudo. As deliberações terão como enfoque a reprodução do mito da *imortalidade* do Grêmio Football Porto-Alegrense conforme o seu modo de apresentação nas matérias do jornal Zero Hora. A escolha do objeto não é aleatória: a referida mitologia está ligada intimamente às abordagens dos eventos esportivos dadas pelo veículo de comunicação e às imagens que se tem do time<sup>3</sup> do Grêmio. A ‘imortalidade tricolor’ é identificada como sendo difundida amplamente pelos meios de comunicação, pelo próprio clube (seja como propaganda, seja como publicidade) e pelos torcedores, o que não exime esta tríade do seu papel de receptor.

O torcedor não é torcedor por somente um dia. Muitos acompanham seu time fielmente, como devotos, realmente encarando a sua relação com o clube como religiosa. “Considera-se que o jogo moderno substituiu a religião como instituição que une as pessoas, o mesmo tempo que deu origem ao estado de êxtase emocional anteriormente associado à cerimônia religiosa” (GIULLIANOTTI, 2002, p.34). Portanto, as preces não se limitam ao momento da missa – ou no caso, do jogo; os fãs, incessantemente, buscam novidades sobre a sua equipe, e o fazem em boa parte através das notícias que são veiculadas pela mídia. Esta, como não é parte desinteressada, reforça a ideia que o torcedor já tem de um clube para aproximar-se do fã – que também

---

<sup>2</sup> A ideia de ‘não-combatividade’ refere-se ao costume da crítica ao mito não ser comum, apesar de que em determinados momentos há este questionamento.

<sup>3</sup> “Time”, “clube” e “equipe” são usados neste trabalho como sinônimos, apesar de haverem distinções referentes à terminologia.

é consumidor (e talvez, na ótica da imprensa, seja principalmente isto). No caso do Grêmio, mitificado por sua torcida como o ‘imortal tricolor’, atribuiu-se a este termo um *case* curioso para a gramática – é tanto adjetivo quanto substantivo. Mas analisá-lo por si mesmo é uma tarefa complicada, pois as origens do termo não são consensuais. Ela é uma expressão que está inclusive no hino do clube, e que foi popularizada nos anos 70 e 80 devido ao fato que a equipe costumava ganhar jogos decisivos com gols nos últimos minutos de partida (ZERO HORA, 02/07/2009). O fato é que, a partir deste momento, o termo começou a se mitificar e se institucionalizar, criando uma rede de significados que está em conversação através da mídia.

Uma justificativa para a realização deste trabalho é ampliar as pesquisas sobre mídia, futebol e mito que ainda não são muito numerosas, em especial no Rio Grande do Sul. O mito e o rito são enfatizados em publicações internacionais, e com as idéias de Bird e Dardenne (1993) a mitologia voltou a ganhar força entre determinados pesquisadores. A crítica do jornalismo esportivo tende a ser um dos campos, com o perdão da expressão, ‘escanteados’ pelas pesquisas..

Quanto a metodologia de análise, fora escolhido como ponto de partida do corpus<sup>4</sup> o jogo Náutico e Grêmio, ocorrido em 26/11/2005, popularizado como ‘Batalha dos Aflitos’. Está claro que este não é o referente inicial da mitologia, mas é o seu marco mais importante, pois neste jogo boa parte dos componentes fundamentais do que se considera sendo a ‘imortalidade<sup>5</sup>’ estiveram presentes, e a mídia reproduziu-os massivamente. Neste momento, a tríade torcida, mídia e clube, passaram a utilizar de maneira mais comum termos como ‘imortal’ e ‘imortalidade’. Desde este marco, sempre que o Grêmio enfrenta alguma dificuldade dentro de uma partida, ressurge o mito da ‘imortalidade’.

---

<sup>4</sup> Os exemplares utilizados estão explicitados na bibliografia. São eles: 02 dez. 2010, 02 jul. 2009, 06 jun. 2007, 07 dez. 2008, 07 jun. 2007, 10 abr. 2006, 10 maio 2007, 12 maio 2006, 13 jun. 2007, 13 maio 2010, 14 jun. 2007, 18 maio 2007, 20 abr. 2007, 20 jun. 2007, 21 abr. 2007, 21 jun. 2007, 23 maio 2007, 24 maio 2007, 25 abr. 2007, 26 nov. 2005, 28 nov. 2005 e 30 nov. 2005.

<sup>5</sup> A imortalidade tricolor é entendida sintaticamente como sendo a capacidade de superação de dificuldades que parecem intransponíveis. Há diversos elementos que compõem esta expressão, mas os principais estão atrelados a idéia de uma vitória sobre um adversário muito mais forte que o Grêmio ou a superação de um resultado desfavorável dentro do jogo, principalmente referentes a viradas nos minutos finais.

O critério para a escolha dos exemplares partiu de uma análise de todas as partidas arquetípicas da ‘imortalidade’ realizadas pelo Grêmio desde 2005. Tal trabalho só foi possível devido aos registros jornalísticos e a afinidade com o objeto. Destacaram-se basicamente três momentos:

- as matérias do final de novembro de 2005 até início de dezembro de 2005, época em que se noticiava intensamente sobre a “Batalha dos Aflitos”;
- matérias correspondentes aos meses de abril e maio de 2006, em que o Grêmio venceu um Campeonato Gaúcho sobre o maior rival, o Internacional – que viria a ser campeão do mundo oito meses depois – quando a mídia apontava um total favoritismo do adversário<sup>6</sup>;
- o primeiro semestre de 2007, quando a equipe disputou o Campeonato Gaúcho, vencido após uma virada improvável sobre o Caxias, mas, principalmente, devido à campanha da equipe na Copa Libertadores da América daquele ano, pontuada por diversos reveses no placar, considerados muitas vezes como ‘façanhas’<sup>7</sup>.

Há outros momentos em que o mito é evocado – afinal, ele está sempre latente – como o bimestre final de 2008, quando o Campeonato Brasileiro era o enfoque da equipe. A seleção feita ficou em 22 exemplares, correspondentes ao período de novembro de 2005 até abril de 2010. Foram analisados os exemplares como um todo: capa, matérias, corpo principal de texto, títulos, fotos, legendas, quadros, etc<sup>8</sup>. Esta totalidade esclarece múltiplos aspectos que o jornal reproduz do mito, não apenas referentes ao escrito, concernindo também ao visual. Por exemplo, uma fotografia

---

<sup>6</sup> Um exemplo é a Zero Hora de 10/04/2006, que foi a responsável pela cobertura da final deste campeonato. O título da matéria na página 6 do Caderno de Esportes é “Festa da Zebra: favoritismo do Inter ajudou a mobilizar os jogadores do Grêmio para a decisão nos Grenais” (Zero Hora, 10/04/2006, Caderno de Esportes p.6)

<sup>7</sup> Alguns exemplos de aplicação do termo: títulos: “Por outra façanha” (Zero Hora, 20/04/2007, p.56); legendas: “Grêmio alcança mais uma façanha” (Zero Hora, 21/04/2007, p.47); e em caixas de texto: “As Façanhas” (Zero Hora, 15/05/2007, p.49)

<sup>8</sup> Excetuadas as publicidades veiculadas aos clubes.

contém uma carga mítica muito pesada, principalmente ao retratar a dramaticidade das partidas.

Também foram analisadas algumas matérias sobre a ‘imortalidade’ publicadas nos portais online de determinados jornais do centro do país, onde supõe-se que a cobertura de assuntos distantes seja menor. Estas não foram destrinchadas profundamente, porém são úteis para verificar que a extensão do mito não está circunscrita aos gremistas e à imprensa gaúcha, mas extrapola e atinge quem não tem uma ampla familiaridade do que é a equipe.

Para trabalhar mais facilmente com os elementos abordados por este estudo, estabeleceram-se três partes que são os pilares de sustentação do trabalho. A primeira parte destina-se a buscar um entendimento do que são as mitologias. O segundo capítulo foca-se em esclarecer questões pertinentes ao futebol, ideologia e mito. O final consiste na análise do objeto e sua crítica com base nos conceitos anteriormente explicitados.

## 2. AS MITOLOGIAS E O JORNALISMO

Este capítulo se dedica, em seu momento inicial, a retomar a teoria dos mitos escrita por Barthes entre 1954 e 1956, publicada em 1957, onde o autor define o que é mitologia, aferindo alguns artigos nos quais ele identifica este componente mítico e qual é seu *modus operandi*. O que se deve estabelecer solidamente desde o início é a compreensão de que o mito é um sistema de comunicação (BARTHES, 1980). No segundo momento, alguns tópicos do sistema barthesiano são revistos transcendendo a ideia de que o mito é mero discurso linguístico. Mas primeiramente vamos identificar as cadeias míticas e como elas operam na linguagem segundo Barthes (1980).

Partindo da ideia inicial de que o mito é uma fala, busca-se o esclarecimento das cadeias metalinguísticas que este apresenta. Este discurso está acima de uma cadeia primária e a identificação de seus termos são cruciais para o entendimento do mito no discurso jornalístico e futebolístico.

### 2.1. IDÉIAS BÁSICAS DE MITOLOGIA

Para entender o mito, é necessário impor a ele certos limites históricos, condições de funcionamento, reinvestindo nele a sociedade. Já que ele é uma fala<sup>9</sup>, tudo pode constituir mitologia, desde que seja suscetível de ser julgado por um discurso. O mito não se define pelo objeto de sua mensagem, mas pela maneira como a profere, tendo limites formais, mas não substanciais. Segundo Barthes, “a mitologia só pode ter um fundamento histórico, visto que o mito é uma fala escolhida pela história: não poderia de modo algum surgir da natureza das coisas” (BARTHES, 1980, p.131)

O autor também afirma que o mito não pode ser definido nem pelo seu objeto nem pela sua matéria, pois qualquer matéria pode ser arbitrariamente dotada de significação. A fala mítica é formada por uma matéria já trabalhada em vista de uma comunicação apropriada. Todas as matérias-primas do mito pressupõem uma consciência significante, e é por isso que se pode raciocinar sobre eles deslocados

---

<sup>9</sup> A fala não precisa ser entendida como sendo oral. O melhor é interpretá-la como uma mensagem, que pode vir de vários meios, como a fotografia, o cinema, a reportagem, o esporte, espetáculos, etc.



daquelas. Ou seja, não precisamos analisar o que seria a referência, que no caso deste trabalho é o futebol. Precisamos sim pensar na *ideia* que se tem do esporte, qual é a sua impressão de real defronte a realidade objetiva.

A mitologia é apenas um fragmento da ciência dos signos. O mito depende do apoio de uma ciência geral extensiva a linguística, que é a semiologia<sup>10</sup> (BARTHES, 1980). O mítico trabalha em constante regime de dualidade, e como a semiologia postula uma relação entre dois termos - um significante e um significado – ela torna-se um campo fértil para interpretarmos a mitologia. Com os estudos semiológicos, estamos relacionando objetos de ordem diferente, não constituindo uma *igualdade*, mas uma *equivalência*.

### 2.1.1. A cadeia metalinguística

O mito é um sistema particular, construindo-se a partir de uma cadeia semiológica que já existia antes. O que é signo (associação de um significante com um significado) no sistema tradicional da semiologia, transfigura-se em significante no mito. Um exemplo é o brasão de um time de futebol: em um primeiro sistema ele é signo; no segundo ele será o equivalente ao significante, sendo passível de significados como garra, futebol ofensivo (como é o caso do brasão do Barcelona), ‘futebol arte’ (como o da Seleção Brasileira), etc. Este é um atributo fundamental do mito: ele vê nas matérias-primas da fala mítica uma pura função significante. A unidade provém do fato que todas são reduzidas ao simples estatuto de linguagem. O mito apenas considera uma totalidade de signos, um signo global, o termo final de uma primeira cadeia semiológica, que é a proposta por Saussure (2006)<sup>11</sup>. É esse termo final da primeira cadeia que vai transformar-se em primeiro termo do sistema aumentado que o mito constrói (BARTHES, 1980).

---

<sup>10</sup> A semiologia é uma ciência das formas, visto que estuda as significações independentemente do seu conteúdo. A mitologia faz parte simultaneamente da semiologia como ciência formal e da ideologia como ciência histórica, estudando idéias em forma (BARTHES, 1957).

<sup>11</sup> Para saber mais, ler a teoria dos signos de Saussure, compilada após a sua morte sob o nome Curso de Linguística Geral (cf. SAUSSURE, Ferdinand. *Curso de Linguística Geral*. Cultrix. São Paulo, 2006)

Segundo Barthes (1980), no mito existem dois sistemas semiológicos. O primeiro é linguístico, chamado por Barthes de linguagem-objeto: este é a base que o mito usa para construir o seu próprio sistema. O segundo é o próprio mito, que é definido como metalinguagem, sendo uma segunda língua que fala sobre a primeira<sup>12</sup>. Refletindo sobre uma metalinguagem, o semiólogo não deve se preocupar com a composição da linguagem-objeto, não deve mais ocupar-se com o detalhe do esquema linguístico: dele só terá que considerar o termo total ou signo global, e apenas na medida em que este termo se presta ao mito. Portanto, não precisamos realizar uma análise dos signos futebolísticos para compreender o que é mitologia no futebol. A cadeia que sobrepõe à linguagem-objeto acaba esvaziando esta estrutura e dando a ela uma nova conotação.

O significante pode ser encarado, no mito, através de dois pontos de vista diferentes: ele pode ser o termo final do sistema linguístico ou termo inicial do sistema mítico. Para melhor trabalhar com tais conceitos, Barthes define o significante do primeiro sistema como *sentido*. Para o sistema mitológico, em sua maneira ‘vazia’, ele será denominado *forma*. O que corresponderia ao significado é denominado *conceito*. O terceiro termo do sistema é o signo, e, para o mito, será denominado pensado em seus processos de *significação*, pois o mito tem dupla função: designa e modifica, faz compreender e impõe (BARTHES, 1980).

### 2.1.2. Os termos da mitologia linguística

Podemos começar a delimitar alguns esclarecimentos a partir do primeiro termo: o significante mítico. Este se apresenta de maneira ambígua: ele é simultaneamente sentido e forma. Enquanto sentido, o significante postula uma leitura, tendo uma realidade sensorial. No sentido já está constituída uma significação, que bastaria a si

---

<sup>12</sup>Segundo Bernard Toussaint (1978), Barthes revisa a sua teoria posteriormente atribuindo a este primeira sistema a idéia de imagem figurativa, sendo estes os códigos que vêm antes da analogia, sendo considerados denotativos. Após vêm os códigos da conotação, impondo uma analogia (que seria uma espécie de cópia dos referentes, que conforma uma impressão de realidade) que abstrai a imagem. Portanto, Barthes redefiniu um pouco a sua idéia denotação/conotação definindo-os como códigos. Estas teorias não serão abordadas, mas aqui são levantadas para dar o entender que o Mitologias não é uma obra definitiva: ela passou por reavaliações ao longo do tempo, inclusive por parte do próprio autor.

própria, mas o mito acaba por transformá-la em uma forma vazia. “O sentido já está completo, postula um saber, um passado, uma memória, uma ordem comparativa de fatos, de idéias de decisões”. (BARTHES, 1980, p.139). Quando este torna-se forma, ele esvazia-se, a sua história desmantela-se e o que sobra é apenas o seu ‘conjunto vazio’, matéria que carrega o significado mítico no segundo sistema.

Podemos então pensar que o signo linguístico fica reduzido ao significante mítico. O sentido, no primeiro sistema, onde é um elemento do signo, abarca todo um sistema de valores. A forma do sistema mitológico requer uma significação que preencha este vazio. Porém, não se deve incorrer ao erro de crer que a forma extingue o sentido. “Ela o empobrece, mas o deixa em estado de suspensão, servindo de alimentação a forma do mito” (BARTHES, 1980, p. 140). De maneira mais didática, pode-se remeter esta dualidade sentido-forma a um jogo de esconde-esconde entre ambos, definindo o mito. A forma esconde o sentido, mas este não está morto, está perdido e o mitólogo tem a função de tentar achá-lo.

Outras colocações podem ser feitas acerca da forma e do sentido. Para suprir outras dúvidas acerca das distinções dos dois conceitos, podemos tomar o uso de metáforas. Vamos imaginar que estou em casa e olho para fora da janela através da vidraça. Posso ver duas coisas: ou o vidro ou a paisagem, mas jamais conseguirei me focar nas duas ao mesmo tempo. O mesmo ocorre com o sentido e a forma. Elas não estão no mesmo ponto, jamais entram em conflito ou tangência. No mito “a forma permanece vazia mas presente, o sentido ausente e no entanto pleno” (BARTHES, 1980, p.145).

Satisfeitas tais considerações, podemos dizer que a forma atua como um meio significante. Porém, como ela está alienada de um sentido. Por exemplo, a foto abaixo, de jogadores comemorando com a torcida não é um símbolo do time: é uma imagem rica, mas que é cúmplice de um conceito já antes construído - o de um time de futebol comemorando após uma vitória - e esta presença é emprestada do sentido.



**Figura 1 – Jogadores comemorando**

Novamente este sentido encontra-se suprimido, mas não inexistente. Ele é um espaço vazio que, para ter relevância no mundo, acaba se munindo de um conceito (BARTHES apud TOUSSAINT, 1978).

### **2.1.3. O conceito e a distorção da história**

O conceito pode ser visto como o correspondente mítico do significado no sistema linguagem-objeto. Ele acaba absorvendo a história que a forma “suprime” do sentido, pois é um termo determinado: ao mesmo tempo ele é histórico e intencional. “O conceito estabelece uma cadeia de causas e efeitos, motivações e intenções. Através do conceito, toda uma história nova é implantada no mito” (BARTHES, 1980, p.140). Vamos pensar novamente em uma foto de um jogador comemorando. Relembrando: como forma, temos uma limitação pela supressão do sentido, mas, com o conceito de ‘imortalidade gremista’, ela é reintroduzida no mundo dos significados.

O conceito é revestido de uma realidade que nada mais é do que certo conhecimento do real. Quando ocorre a passagem do sentido à forma, o objeto perde parte do seu saber, como bem já constatamos. Esta forma é matéria-prima para o conceito trabalhar em cima<sup>13</sup>. Este termo está entre os saberes de caráter aberto, que não

<sup>13</sup> Deve-se frisar também que o conceito não está preso a apenas uma forma: ele tem à sua disposição diversos significantes que possam representar, neste caso de análise, o futebol. Na língua, a relação entre o significado e o significante é proporcionada, não excedendo a palavra ou unidade concreta. No mito, o conceito cobre uma grande extensão de significantes.

têm bases fortes e imóveis, mas disperso e variável conforme as subjetividades e os intertextos particulares vão trabalhando-o. Podemos definir sua principal característica como a capacidade de indexação e ilusão de sentido: cada grupo e os integrantes deste terão um conceito pré-determinado de certas formas, com maiores ou menores tangências. Um dos exemplos concomitantes ao futebol são as bandeiras dos clubes: elas têm um determinado sentido, que é basicamente o de representação de um símbolo clubístico. Mas, como forma, podem estar atribuídos a elas múltiplos vieses: símbolo de paixão, totem de uma equipe, representação de bravura, de imortalidade...

Portanto, o conceito não cria uma história à parte. A sua função é dar uma versão sua dos fatos. Os mitos possuem uma base fundada na realidade, na percepção social dos acontecimentos. Porém, definir o que é história e o que é distorção dentro da mitologia barthesiana torna-se um desafio. A distorção pode ser desmedida, incalculável e completamente opaca, mas o mito naturaliza-se quando o conceito conflui à forma e suporta nesta a sua distorção, conferindo uma ilusão da *objetividade*<sup>14</sup>.

#### **2.1.4. O termo final: a significação**

Vamos destacar agora o termo final: a significação. Este terceiro termo da cadeia mitológica é a associação da forma com o conceito. O vácuo da forma com a representação de real do conceito unem-se na significação gerando assim o mito. “Ele é o único estrato da cadeia de metalinguagem que tem uma plenitude em sua maneira de apresentar-se ao mundo” (BARTHES, 1980, p.143). Antes de avançarmos para uma aplicação mais prática do mito, vamos apontar algumas características que são importantes para compreendermos o que a fala mítica quer representar.

No mito, tanto a forma quanto o conteúdo estão presentes e manifestos. Ao contrário de determinados sistemas de linguagem e em especial os semiológicos (como o de Ferdinand Saussure), os termos não se escondem, mas o mito acaba por deformá-los. “Não há nenhuma latência do conceito em relação à forma: não é absolutamente necessário um inconsciente para explicar o mito” (BARTHES, 1980, p.143). A forma se

---

<sup>14</sup> Esta ilusão da objetividade refere-se ao mito em si, e quando discursado por um meio jornalístico agrega esta ilusão arquetípica do próprio jornalismo, ampliando ainda mais a distorção do sujeito.

apresenta de maneira literal e extensiva. O que Barthes define em linhas pontuais é: a origem linguística do primeiro termo, como provém de um sentido “esvaziado”, oferece-se como matéria. Quando tratamos de um objeto mítico visual - como uma fotografia de jogadores comemorando o gol - temos em toda a sua matéria uma extensão, sendo que cada parte remete a um conceito (o jogador, a torcida, o gramado...). A forma possui este caráter de lugar, proximidade, limite espacial, o que lhe aproxima do real. Já o conceito é uma rede mais abstrata de um saber histórico e, portanto, coletivo: seu embasamento está nas conexões tênues que há entre um pensamento e outro (BARTHES apud TOUSSAINT, 1978). Fazendo uma analogia com o futebol, podemos utilizar o exemplo de um troféu no museu. Este é, para uma cadeia conotativa, uma forma e um conceito. A forma está presente – é a taça em si, e nada mais. Ela está em um mundo tátil, visível. Mas o seu sentido está suplantado pelo conceito quando esta taça está ligada a uma mítica. Ela não é o troféu de uma conquista, mas é o troféu da *história coletiva* desta conquista. É o pensamento comum das pessoas sobre esta forma que dá a ela um caráter mítico.

Para sanar possíveis indagações sobre o porquê da crença na existência de um conceito no mito se no sistema anterior havia um sentido que parece pleno, e se este mesmo não pode ser o único termo do sistema mitológico, encerrando-se em si, é importante destacar que o mito é alienação<sup>15</sup>. O sentido está ligado ao primeiro sistema linguístico, que já está fechado em si. Temos que ter clara a noção, e admitir a existência de uma tangência de idéias da coletividade. O sentido do primeiro termo pode conter informações semelhantes ao conceito (e é impossível que não o tenha), mas tratamos de conceito como a distorção do real, sendo que o sentido possui um caráter objetivo. Para tentar deixar mais claro, remetendo a idéia de Frege de que o sentido pode ser propriedade comum de muitas pessoas e, portanto, não faz parte da mente individual, podemos apropriar-se de alguns conceitos semelhantes entre o autor e Barthes, mesmo que não tratem exatamente da mesma coisa.

---

<sup>15</sup> O termo pode não ser o mais adequado, mas se compararmos a postulação de saberes conferidos aos signos e aos mitos, verificamos que os primeiros possuem um *valor de verdade* maior do que os segundos.

## 2.2. A LEITURA BARTHESIANA DOS MITOS

Temos bem definidos os elementos que compõem o mito, e também temos a consciência de que ele é um todo retorcido. Após estes apontamentos, podemos avançar mais e tentar estabelecer parâmetros de leitura dos mitos. O primeiro termo da cadeia de metalinguagem é fundamental para começarmos a ter uma legibilidade mais precisa. Conforme o foco que delimitamos para o significante, temos diferentes interpretações dentro de uma mesma cadeia mitológica:

- Foco no significante pleno: há uma distinção entre o sentido e a forma, com uma clara deformação. O mitólogo (e o pesquisador) têm que ter em mente este tipo de construção.
- Foco na forma: o conceito preenche a forma sem ambiguidades, o qual se configura como se fosse um sistema simples de significação literal (BARTHES, 1980, p.149). Por exemplo: o jogador comemorando defronte a torcida significa a imortalidade tricolor. Este é o foco do reproduzidor de mitos; no caso, esta é a ênfase dada pela imprensa.
- Foco na totalidade sentido-forma: ao receber indistintamente o sentido e a forma, está se reagindo conforme a dinâmica própria do mito. Este é o ponto de vista do leitor. Ele consome o mito como história simultaneamente verdadeira e irreal.

Vamos focar um pouco no leitor do mito. Pode-se questionar como este recebe o mito. É fato que alguns leitores são receptivos de modo inocente, ingênuo, porém é inegável que há uma parcela de reflexão que inclusive se aproxima à do mitólogo. Como uma deformação, o mito encontra a sua “traição na linguagem, pois a linguagem elimina o conceito escondendo-o, ou o desmascara dizendo-o” (BARTHES, 1980, p.150). Devido a este paradigma, um segundo sistema – o de metalinguagem – é elaborado para que haja um ponto de escape. Por este motivo Barthes coloca que o mito é uma fala “excessivamente justificada” (BARTHES apud TOUSSAINT, 1978). O leitor vê o mito de maneira inocente, devido a seu distanciamento de análise dos sistemas semiológico. O mito, assim posto, é reconhecido como um processo natural, de causalidades, ou, até mesmo, de fatos.

### 2.2.1. Uma linguagem roubada

Após definidos o mito, colocado em termos e classificado as suas categorias, pode-se afirmar que ele é uma “linguagem roubada” (BARTHES, 1980, p.152). Esta definição é atribuída à distorção que o sistema mitológico dá ao sentido e à forma. Porém, como as linguagens são apropriadas e prestam-se ao desenvolvimento do esquema do mito?

A língua é considerada por Barthes (1980) a linguagem roubada com maior frequência pelo mito. Ela possui uma determinada predisposição à distorção. A língua também não impõe um sentido pleno: dotada de um conceito ela abre margem para uma interpretação de sentidos, dos quais o mito pode se alimentar. Exemplificando, temos o conjunto de palavras *jogar futebol* que possui um determinado sentido dentro das línguas. Mas há momentos que esta se trai, e podemos nos perguntar: *jogar futebol onde? Jogar futebol com quem? Jogar futebol no estádio ou na várzea?* Neste momento o mito aparece e se parasita no sentido, sendo pertinente a pergunta: *mas o que realmente é jogar futebol?*

É extremamente difícil reduzir o mito, pois ele próprio acaba usando-se de qualquer movimento de libertação, alimentando-se das esquivas da literatura. A proposta de Barthes para “mitificar o mito” (BARTHES, 1980, p.156) seria considerar uma terceira cadeia semiológica, sendo a significação o primeiro termo desta cadeia. Mas tal solução proposta aparenta ser nada mais do que uma retroalimentação do mito. Barthes (1980) não consegue suprir de forma satisfatória este problema, visto que o mito também pode apropriar-se de sua mitificação (RAMOS; JARDIM, 2002). Tais saídas não seriam de grande interesse a não ser que se queira este efeito redundante. Basicamente seria o mito do mito: o primeiro estaria esvaziado, mas seu sentido, como o autor afirmara anteriormente, estaria sendo distorcido e não eliminado.

Por fim, Barthes irá definir o mito como sendo uma fala despolitizada<sup>16</sup>. O mito não tem a função de negar as coisas, mas falar delas. Ele naturaliza a história e

---

<sup>16</sup> Ao falar de uma fala despolitizada, o autor define política como “conjunto das relações humanas na sua estrutura real, social, no seu poder de construção do mundo; é sobretudo necessário conferir um valor ativo no sufixo ‘des’: ele representa aqui um movimento de operatória, atualiza incessantemente uma deserção” (BARTHES, 1980, p.163)



normaliza diversas questões pertinentes. Aliás, o aflorar do debate, sendo que este ocorre em maioria de modo acrítico, está centrado cegamente no mito, ocultando os sentidos que raramente são debatidos. A fala serve mais para a reprodução mítica do que para sua desconstrução. A metalinguagem transfigura-se em uma fala de uso, não de valores de verdade, como seria esperado em um embate crítico acerca do que se discursa.

### 2.3. UM NOVO OLHAR SOBRE “MITOLOGIAS”

Temos, então, um grande esclarecimento linguístico das questões que cercam o mito. Mas será que não está se reduzindo o mito ao determinar que ele é uma fala? Não há um componente translinguístico que possa entender que não estamos tratando apenas de discurso, mas de práticas?

Pegar a teoria pronta e verificá-la na linguagem é uma análise confortável e que quase sempre tem resultado comprovado. Mas, como o próprio Barthes identifica nas páginas iniciais de *Mitologias* (1980), estes estão presentes no “catch”, no “striptease”, na “astrologia”, na “greve”... Porém os mitos não estão apenas nos discursos destes. Autores que revisaram a obra barthesiana deram nova luz e acabaram não por desmerecer o trabalho de Barthes, mas sim dar-lhe uma dimensão totalmente renovada.

#### 2.3.1. Revisões teóricas

Alguns anos após a publicação de *Mitologias* (1980), diversos teóricos procuram revisar a teoria barthesiana, inclusive o seu próprio autor. Tais perspectivas assinalam uma ampliação do objeto. O mito, ao contrário da idéia inicial de Barthes, não seria meramente uma questão de fala, mas atinge o que é translinguístico<sup>17</sup>, sendo incorporado pela prática como mítico (RAMOS; JARDIM, 2002).

---

<sup>17</sup> No sentido das línguas, já que a linguagem pode estar presente em diversos outros elementos, como na dinâmica de um jogo de futebol, por exemplo

A revisão da teoria de Barthes, valorizando a materialidade da prática, não busca excluir a sua concepção de mito, tecida em *Mitologias* (1980). Se houve uma tentativa de negação da importância do mítico, a própria negação mitificada se afirma e torna-se uma ratificação.

Se o objeto mudou, não há mais mito, fraseológico, porém o mítico, encravado nas práticas. Estas só existem como eventos de linguagem, quanto mais velam, mais conotam. Necessitam, com muito mais urgência, de uma leitura semiológica, com lentes interdisciplinares, feitas por Barthes. O objeto mudou, mas o mito, orquestrado em *Mitologias*, permaneceu, ainda que seu criador tenha descartado o auto-reconhecimento (RAMOS; JARDIM, p.6, 2002)

Observa-se, portanto, a evolução do questionamento sobre o mito. As mudanças históricas e teóricas revisaram, mas não invalidaram o que se notabilizou em *Mitologias*. Segundo Roberto José Ramos e Letícia Coronel Jardim (2002), há a construção de uma ambivalência. “Ocorre a sobreposição das categorias mito e ideologia. Ambas são gêmeas. Respiram o oxigênio da conotação e encenam a legitimação da sociedade burguesa. A própria configuração do mito corresponde à ideologização” (RAMOS; JARDIM, p.4, 2002). Com isto, os autores reafirmam a sua tese de que a tese de Barthes contempla o linguístico e o translinguístico, estabelecendo a deformação de sentido.

Flávia Dourado Maia (2010) retoma as idéias de Bird e Dardene (1988, 2009), discutindo como os mitos se aproximam do jornalismo. Ela afirma que

os autores argumentam que as notícias ocupam, na contemporaneidade, o lugar de modelo de cultura reservado aos mitos nas sociedades arcaicas, uma vez que (a) codificam as informações sob a forma de histórias; (b) se referem ao particular para representar o universal; (c) atribuem significados simbólicos aos fatos; (d) explicam a nossa condição no mundo; (e) normalizam valores; e (f) unificam as pessoas em torno de uma matriz comunal de sentidos. (MAIA, 2010, p.2)

Estas afirmações são interessantes como ponto de partida, mas possuem pontos contestáveis, principalmente referentes a certa terminologia quando tratamos do linguístico. Não podemos dizer que o mito unifica as pessoas em uma matriz de sentidos

simplesmente porque ele serve para distorcer o sentido<sup>18</sup>. Ele acaba sendo a representação coletiva em si. A título de esclarecimento, o mito esvazia o sentido. Se partirmos da ideia de que o mítico transcende o linguístico, estamos redimensionando os sentidos e dando a estes um caráter representativo muito forte, assumindo que o mito constrói sentidos.

Tal perspectiva vê o mito como um sistema que parece tanger as práticas jornalísticas. Entender esta influência é complexo, mas carrega muito da própria ideia mítica que se tem do futebol. Uma teoria levantada por Sean Hagen (2006) é a que “trabalhando com o racional na rotina do dia-a-dia, os jornalistas não param para pensar se os fatos que lhes chamam a atenção no processo de seleção possam estar assentados sobre estruturas míticas” (p.4). Parece claro que a distorção e a infiltração do mito do jogo nas redações está naturalizada – afinal, é exatamente esta a função mítica. Estas estruturas psicológicas podem não estar explícitas, mas há uma organização mental e até mesmo de *práxis* nas redações que fazem brotar nas páginas diversos mitos, que não são destrinchadas devido ao fato de que o jornalista não é um mitólogo – ele está mais na categoria de reprodutor de mitos.

Em outra perspectiva, Maia (2010) revê o trabalho de Jack Lule (2001, 2005) acerca do que ele identifica como sendo mitologias presentes no jornal *The New York Times*. O autor explora as similitudes entre mito e notícia:

Tanto um quanto outra (a) tratam de eventos reais; (b) contam histórias de interesse público voltadas para a coletividade; (c) repetem ritualmente as mesmas temáticas; e (d) informam e orientam a sociedade (LULE apud MAIA, 2010, p.2)<sup>19</sup>.

A imprensa, por tal perspectiva, acaba reproduzindo o mito devido principalmente ao último item: informar e orientar a sociedade. Os autores chamam a atenção para os riscos de que a manipulação de mitos a que os jornalistas e o público

---

<sup>18</sup> Para saber mais sobre a terminologia dos sentidos, ler Flávia Dourado Maia (2010)

<sup>19</sup> É importante destacar que as similitudes não são absolutas. Notícia e mito não são sinônimos. A notícia é um ponto em uma linha da mitificação, mas ela por si não possui a força necessária para se constituir em um mito absoluto. Como diz Motta, “[notícias] não constituem um corpo desentidos elaborados e definitivos e só adquirem esses sentidos fabulares na imaginação dos leitores, telespectadores ou ouvintes” (MOTTA, 2001, p.4)

estão condicionados, em virtude das interações entre notícia e mítica. Maia (2010) identifica que estas estariam agindo para manter o senso de continuidade e ordem do mundo.

Mas há uma grande importância ao analisar o item “c”, que é a repetição ritual das temáticas. A imprensa esportiva é fortemente associada à repetição de práticas e assuntos. Os jargões são reproduzidos deliberadamente, transformando os meios midiáticos em um campo perfeito para que o mito se estabeleça e se reproduza. Esta reprodução não é também totalmente inocente. O que se busca é a aproximação com a ideia que o torcedor tem de seu time. Os mitos não nascem incondicionalmente, eles vêm carregados de uma história que é reproduzida pelos jornais conforme os movimentos que são estabelecidos em campo e nas arquibancadas. Seria contraproducente ir na direção contrária do mito, e por isto ele se desenvolve tão bem na indústria jornalística. A acriticidade das notícias acaba dando as condições perfeitas para o mito se alimentar.

A mitologia também se endereça ao leitor. O mito é uma fala fácil, leve, e reconhecida por todos que tiverem familiaridade com os objetos. O discurso mítico vai de encontro ao seu receptor, e é assimilado facilmente por este. O mito pode ser uma estratégia de vendagem (o que não estamos afirmando que é o caso aqui; esta é uma possibilidade, não um fato), mas o crucial não é seu aspecto comercial, porém de adaptação de um discurso familiar que crie certa empatia com os receptores.

Segundo uma perspectiva de estudo crítico-ideológica, as notícias ajudam a configurar e a reconfigurar o *ethos* comunal conforme uma matriz mitológica. Contudo, Maia entende que tal abordagem não consegue

dar conta de todos os fatores envolvidos na relação entre narrativa mitológica e jornalismo, na medida em que circunscreve as manifestações dos símbolos e mitos nas notícias a uma forma de aprisionamento dos indivíduos em visões de mundo pré-moldadas (MAIA, 2010, p.5).

Para a compreensão do mito no jornalismo esportivo, em especial no referente ao futebol, é crucial entender os dois componentes, o linguístico e o translinguístico. Compreender o mecanismo de naturalização do mito, conforme Barthes trabalha, e as ideias do mito na notícia, fundamentam a análise que este trabalho fará em seguida. Entender que a mitologia não é um sistema a parte, mas uma estrutura sob outra, está na

base crítica dos capítulos seguintes, e forma a linha-mestra das teorias que serão desenvolvidas conseqüentemente.

### 3. O FUTEBOL COMO METÁFORA DO MUNDO

Definir o futebol como esporte puramente em sua práxis não requer um grande exercício mental: as regras são simples, joga-se com 11 de cada lado, o objetivo é colocar a bola em um gol sem usar as mãos... São elementos que quase todo brasileiro sabe. Devido a uma visão simplista e ideológica, o filósofo e semiótico italiano Umberto Eco (1983) veio a definir, no seu livro *Viagem na irrealidade cotidiana*, que a prática esportiva seria a negação de todo o discurso, dominado pelo desperdício de energia. Eco não nega a importância de uma válvula de escape, inclusive considera fundamental a liberação de energia pelo ser humano, principalmente como meio para suprir suas necessidades fisiológicas. Porém a competição é abominada pelo autor. Conforme José Carlos Marques identificou na obra do filósofo, “o mecanismo competitivo serve para neutralizar a ação [...] a criação de seres humanos destinados à competição, para Eco, gera uma degeneração do ser humano” (MARQUES, 2002, p.3).

Marques (2002) vai revisar o trabalho de Eco quanto à sua categorização do esporte. Segundo o autor, há três modos de classificação: a do esporte elevado ao quadrado, elevado ao cubo e à enésima potência:

- Esporte elevado ao quadrado: segundo Marques citando a obra de Umberto Eco, tal categoria configura-se quando o jogo que anteriormente era em primeira pessoa, ou seja, apenas interessava a seus praticantes, passa a ser uma espécie de

discurso sobre o jogo, isto é, o jogo passa a ser um espetáculo para os outros. O jogo deixa de ser apenas uma atividade praticada por determinadas pessoas, mas passa a ser visto por meio de sua alteridade – surge a figura do outro, do espectador. O esporte ao quadrado representa, assim, o espetáculo esportivo sobre o qual se exercem especulações e comércios, bolsas e transações, vendas e consumos. (MARQUES, 2002, p.4);

- Esporte elevado ao cubo: esta categoria é o equivalente ao momento que o discurso toma conta do esporte assistido. Basicamente, o que o autor quer dizer é que nesta instância se tem a reconstrução através dos meios de comunicação de massa;

- Esporte elevado à enésima potência: é a representação do discurso sobre a imprensa esportiva, ou seja, seria uma espécie de metalinguagem – o discurso fala sobre o discurso. Este é o modo que Eco vê o esporte atual, como sendo essencialmente um discurso sobre a imprensa esportiva. Marques exemplifica dizendo que, para Eco, se determinado evento esportivo não ocorresse, porém fosse contado por meio de imagens fictícias, como um filme, nada mudaria no sistema esportivo internacional, por este ser apenas espetáculo<sup>20</sup>.

Mas não estaria Eco subestimando a importância da prática esportiva no seu sentido social, reduzindo-a apenas a espetáculo? Umberto Eco, com esta constatação, descartou toda uma legião de fãs e reduziu a sua visão às condicionadas pelas culturas de massa. O futebol é, indubitavelmente, um meio de cultura massificado e amplamente explorado no sentido econômico. Esquecer a mercantilização do futebol obviamente é impossível quando se analisa o esporte nos dias de hoje. Segundo João Havelange, presidente honorário da FIFA (Federação Internacional de Futebol), cerca de 450 milhões de pessoas no mundo inteiro são empregadas direta ou indiretamente em trabalhos relacionados com o futebol. O consumo de cervejas, camisetas, pacotes televisivos e outros artigos esportivos, pode aumentar o PIB do país campeão da Copa do Mundo em até 0,7%<sup>21</sup>. A grade televisiva de muitos países determina o horário dos jogos, e os clubes, além da rotina dos torcedores, também se adaptam a regras de transmissão. O futebol não pode ser descartado como entretenimento – ele o é. O que não se pode é simplificar as origens e a motivação do espetáculo. O esporte só é o que é porque a sociedade deu bases para isto, tanto no aspecto social quando nas bases

---

<sup>20</sup> Foram lançados dois filmes fictícios baseados em futebol nos anos 2000, *Gol* e *Gol II*, sendo que em ambos os protagonistas eram baseados em jogadores reais. Para reforçar a impressão de realidade, fora feito um acordo com a participação de clubes como Real Madrid e Juventus, e com atletas profissionais nos filmes (Sergio Ramos, Del Piero, Zidane, Ronaldo...), inclusive jogando partidas e vestindo os uniformes oficiais. A série foi um fracasso, pois os torcedores rejeitaram o ficcional, por alegar a falta de emoção que é tão cara ao esporte. Um dado esclarecedor é o do IMDB: segundo o banco de dados, *Gol I* custou 10 milhões de dólares, e arrecadou cerca de cinco milhões, sendo que fora exibido em quase 1500 salas. O segundo teve um desempenho ainda mais fraco, apesar de contar com os ‘galáticos’ do Real Madrid no elenco. O filme custou os mesmos 10 milhões e arrecadou 800 mil libras, nem sendo aprovado para exibição nos cinemas americanos (IMDB.com. Acesso em 12/05/2011)

<sup>21</sup> Segundo estudo do banco holandês ABN Amro, referido por Franco Júnior (2002) .

mercadológicas. Estamos vendo apenas mais um reflexo do capitalismo, e não um sistema paralelo.

A redução dos valores sociais e antropológicos declina as teses futebolísticas à já tão batida idéia de ‘ópio do povo’. O esporte, como o próprio Eco reconhece, consiste em uma importantíssima válvula de escape para diversas tensões humanas, a exemplo do que é a música. A sua dimensão social é imensa, de maneira que remediá-lo totalmente esfacelaria toda a tradição representativa e simbólica que este carrega, e que é mais remota do que os 150 anos de jogo moderno.

Devido a toda esta riqueza simbólica, o futebol produz em seu discurso e no discurso sobre ele uma vasta gama de mitos. A mitologia não é própria ou exclusiva do esporte, ela se constrói na falação sobre ele, já que “o mito não se define pelo objeto da sua mensagem, mas pela maneira como a profere: o mito tem limites formais, mas não substanciais” (BARTHES, 1980, p.131). Portanto, ao falar de mitologias não estamos pensando apenas no aspecto intrínseco ao esporte, mas transcendendo a ideia para um conjunto de significações apreensíveis no futebol.

### 3.1. IDENTIDADE E REPRESENTATIVIDADE NO FUTEBOL

É importante pensar a identidade no futebol sob duas perspectivas: a sintática e a semântica (GIULIANOTTI, 2002). Ambas são indicativas do pensamento coletivo dos torcedores de um time de futebol. A ‘sintaxe’ seria os elementos que dividem as equipes de futebol (como a rivalidade), e a ‘semântica’ é o que as une (torcida, identidade, etc). “Os clubes de futebol estabelecem identidade culturais por meio da rivalidade e da oposição” (GIULIANOTTI, 2002, p.26). A afirmação categórica remonta a ideia de que um determinado time é o que o outro não é. “O objeto do torcedor é simultaneamente o seu clube e o outro. É ele mesmo e o torcedor rival” (FRANCO JUNIOR, 2007, p. 210) Os antagonismos formados na gênese dos clubes distinguem-se atualmente daquela rivalidade inicial, mas ela existe porque enraizou-se em uma cultura de equipes. O Corinthians não é mais o mesmo time de ‘favelados’ que era, e nem o Fluminense uma equipe aristocrática e caucasiana (FRANCO JUNIOR, 2007). Porém estes rótulos mitificaram-se e até hoje são vistos como elementos de identidade dos clubes.



Essa sintaxe é mitificada devido a sua naturalização e enraizamento na memória coletiva. Porém ela não tem o mesmo caráter que tinha antigamente. Classes antagônicas geralmente possuíam equipes antagônicas. Um negro ser torcedor do Fluminense era uma contradição, um ataque à representação do clube. A profissionalização do futebol, aliado a sua globalização, começaram a modificar o paradigma das representatividades futebolísticas (GIULIANOTTI, 2002). O desafio atual é eliminar mazelas como o racismo e o machismo, que não são questões referentes a um ou outro clube, mas reflexos do que ocorre no mundo inteiro. Segundo Giulianotti (2002)

O conceito de ‘pós-torcedor’ cristaliza esses conflitos de classe de duas formas particulares. Primeiro, ele destaca o fato de que as ‘tradições’ de classe operária do futebol não são unidimensionais. Eles podem incluir fortes elementos de machismo e racismo [...], mas também incluem ironia, perspicácia e uma perspectiva crítica sobre o clube, as autoridades do futebol e o estado do esporte em geral. [...]. Segundo, mais importante, a pós torcida aponta para divisões entre a nova classe média do futebol [...] esta classe procura assumir um monopólio sobre as ‘boas matérias do futebol. (pp.208-209)

A ideia de semântica está presente nos elementos que unem um clube e uma torcida. “É cada vez mais difícil identificar, nas sociedades complexas, como interesses competitivos e muitos elementos sociais diferentes se interagem e funcionam para beneficiar o todo” (GIULIANOTTI, 2002, p.33). A explicação de Franco Júnior (2007) pontua que no futebol o enfrentamento se dá “entre clubes ao mesmo tempo próximos e diferentes” (p.222). Os clubes possuem a sua semântica e a sua sintaxe, porém a sua maneira de organização é semelhante, neste sentido utiliza-se o termo “clã” como uma definição do que seria a comunidade de um clube (FRANCO JÚNIOR, 2007). O sentimento de união em um clã é representativo se pensarmos que este transcende a vida do indivíduo. Há uma adoração dos ‘totens’ de um clube, quase que inconscientemente. Sair de um clã para migrar para outro é tão ou mais representativo quanto trocar de religião.

## 3.2. AS VISÕES METAFÓRICAS DO FUTEBOL

A profissionalização e o jogo globalizado tendem a distorcer a gênese social do futebol, mas não eliminam completamente o seu caráter de representatividade (GIULIANOTTI, 2002). Ao analisar o esporte vemos nele uma grande metáfora para compreender a sociedade e seu *modus operandi*. O futebol carrega uma “imagem-síntese do mundo em que vivemos [...] que mostra tanto a realidade externa (social, econômica, política) quanto a interna (anseios, medos, frustrações, esperanças, alegrias)” (FRANCO JÚNIOR, 2007, p.166).

Nesta perspectiva, pode-se dizer que um jogo de futebol não é apenas o fato em si (o ato de jogar), mas uma manifestação cultural, da qual fazem parte não apenas os jogadores, mas o público que “também joga”, torce, vibra, reclama, além dos dirigentes esportivos, da comissão técnica, dos patrocinadores, entre outros. (BORELLI, 2001, p.5)

O futebol é feito de solidariedades, analogias, o que torna seu discurso carregado de metáforas. Estas dialogam permanentemente com o mito, sendo de ampla penetração na linguagem e nas práticas futebolísticas. O jogo possui os seus ritos, sua maneira de se desenvolver e as suas práticas colocadas de tal maneira que podemos identificar os diversos elementos que constituem o seu discurso em confluência com práticas sociais.

### 3.2.1. O futebol e a solidariedade social

A principal idéia desta metáfora é identificar o esporte como meio de representatividade social. Sendo um esporte que exige um número relativamente alto de participantes, acaba reforçando o seu caráter representativo. As agremiações têm como gênese o interesse comum de um determinado grupo de praticar um esporte, mas, principalmente, representar este segmento defronte os demais. Até mesmo nas famosas “peladas” organizam-se as equipes como sendo, por exemplo, o time de uma empresa contra o de outra, o jogo dos empregados contra os patrões, etc. Estes elos são cruciais para o entendimento de que, por mais artificial que pareça a fundamentação de uma equipe, sempre há alguma paixão semelhante entre seus torcedores, nem que seja apenas

pelo time. Há algo que os identifica como tal, tanto que fugir deste padrão é visto pela microcomunidade do clube como deserção e traição.

A remota origem do futebol pode ser vista sob uma perspectiva neofuncionalista. Tal corrente afirma que a vida em comunidade foi quebrada devido à complexidade das relações humanas, principalmente com o advento das revoluções industriais e os períodos de desenvolvimento entre-guerras. A jornada de trabalho extensa, as tarefas mecânicas e individualizadas das fábricas, o desenvolvimento das cidades, todos estes elementos acabaram atomizando o indivíduo. As comunidades ficaram carentes de elos representativos, a medida que a sua dinâmica de vida mudava, sendo cada vez mais funcional do que coletiva. Deste paradigma veio a necessidade de agregar elementos para reestabelecer tais relações comunitárias. Para Giulianotti (2002), o esporte foi uma via de reparação deste “dano social”, intensificando um vínculo cultural e integrando indivíduos dentro das sociedades modernas.

Partindo das idéias de Durkheim (1893), Giulianotti verifica duas categorias de solidariedade social conectadas ao futebol. Nas sociedades contemporâneas e modernas, no sentido desenvolvimentista, há uma solidariedade orgânica<sup>22</sup> e em comunidades tradicionais, geralmente mais enxutas, forma-se uma solidariedade mecânica relativamente fixa e indiferenciada, mantendo a coerção social baseada em uma coletividade de valores rígidos. A visão de Durkheim leva a crer que futebol aparece nas sociedades “orgânicas” como uma associação que ajuda os indivíduos a contrabalançar a atomização de indivíduos nas grandes cidades. Giulianotti (2002) já afirma que os clubes da gênese do esporte surgem de motivações típicas da solidariedade orgânica, mas possuem uma ligação além da simbólica com o local aonde foram criados. A sociedade moderna já alterou este paradigma ao globalizar o esporte de modo que os jogadores, treinadores e até mesmo torcedores não são mais de uma comunidade local e nem de um estrato identificado com os que fundaram a agremiação. Mas é inegável a importância que há no ambiente que uma equipe considera sua casa (GIULIANOTTI, 2002).

---

<sup>22</sup>Segundo Giulianotti (2002), Durkheim em sua obra *A Divisão Do Trabalho* (1893), a característica das sociedades mais desenvolvidas gera um novo tipo de solidariedade, baseada na complementação das diversidades entre as partes. Interesses complementares criam um outro tipo de princípio de solidariedade, com moral própria. Sendo fundada na diversidade, a solidariedade orgânica implica uma maior autonomia, com uma consciência individual muito mais livre.

Neste contexto, portanto, nos deparamos com um dos mitos do futebol: a idéia de representatividade. O torcedor, que é parte fundamental na constituição e manutenção de um mito, vê sua equipe como uma parte de si, muito em função de sua ideologia. Ele crê que o clube possui algo que o reflita, e por isto adere aos seus ritos. O clube também faz a ponte entre seu torcedor, e vê nele a si mesmo do lado de fora do campo. Se o clube fosse uma pessoa, possivelmente ele seria [mitologicamente?] semelhante ao corpo social que o representa. Portanto,

os torcedores da era moderna pertencem a uma ‘comunidade imaginária’ dos que torcem para o mesmo clube. Eles podem nunca encontrar estes companheiros torcedores, e nem mesmo comparecer aos eventos internos do clube, todavia o sentimento comunitário continua o mesmo. (GIULIANOTTI, 2002, P.97)

Neste mito há uma grande distorção que confere seu caráter ambíguo, tão destacado por Barthes (1980), e que está atrelado profundamente às práticas tanto de um lado quanto de outro. O clube crê que possui uma identidade, e os torcedores são parte importante desta. Mas cabe a pergunta: é o clube que faz a sua identidade ou o torcedor que a molda? Nas idéias de representatividade de Giulianotti (2002), o clube possui uma gênese que condiciona uma determinada visão, do tipo ‘X é um time de classes baixas’. Porém, se os torcedores (e não os fundadores) forem de um nível social distinto, eles podem modificar o caráter do clube. Os funcionários das empresas armamentistas londrinas não são mais a camada representada pelo Arsenal, que é um time global que possui diversos e distintos fãs ao redor do mundo. A representatividade é uma via de mão dupla: o clube dá os condicionamentos, mas nem sempre a sua torcida corresponderá à de sua gênese.

### **3.2.2. Futebol e violência<sup>23</sup>**

Como metáfora social, o futebol também acaba por refletir os seus conflitos. Sendo um esporte de contato, com ampla capacidade de movimentação, transmite

---

<sup>23</sup> Violência não no sentido de agressão física, mas como as várias hostilidades que concernem o jogo (GIULIANOTTI, 2002).

sentimentos de violência física mais acentuados do que outros esportes, como o vôlei e o *baseball*. Uma das principais acusações que críticos como Giulianotti (2002) fazem é a de que o grande alcance midiático, proporcionado principalmente pela televisão, faz do estádio um local privilegiado para a promoção da violência. Tal constatação é verdadeira, mas as origens dos conflitos são anteriores à massificação midiática. Há grandes tumultos registrados desde o século XIX, e geralmente estão associados à rivalidade entre torcidas de equipes locais rivais (GIULIANOTTI, 2002). Giulianotti (2002), valendo-se da teoria de Ian Taylor (1969) e Peter Marsh (1978), vai definir que esta violência constante tem uma explicação mais centrada na origem dos times locais do que em questões do jogo. Segundo ele, o jogo é o estopim, enquanto todo o contexto de rivalidade seria a pólvora que alimenta a bomba. Se não houvesse esta situação, a violência seria advinda exclusivamente do futebol, o que tornaria o esporte uma subcultura circundada pela agressividade. Já apenas o contexto social não pode servir de álibi: uma bomba sem um estopim não explode jamais.

Esta questão da violência pode, então, ser distinguida em duas categorias: a futebolística e a social<sup>24</sup>. Buscar as origens de tais atos não é tarefa simples, e não tem explicação fácil nos dias de hoje. Campos como a sociologia, a psicologia e a antropologia já realizaram estudos extensos sobre o tema sem chegar a uma conclusão definitiva. A questão fundamental a ser levantada é: por que tais diferenças culminam na violência? Um ponto de partida são os levantamentos de um estudo de caso realizado primeiro por Taylor (1969) e posteriormente por Marsh (1978). Segundo ambos, a rivalidade mais violenta estaria na Escócia, entre o Glasgow Rangers e o Glasgow Celtic. Tais conflitos teriam sua gênese não no campo, mas sim na origem elitista, protestante e anticatólica do primeiro, enquanto o segundo orgulha-se de ser uma equipe de imigrantes e segregados sociais. O crescimento do Celtic gerou descontentamento na rígida e conflituosa sociedade irlandesa do início do século XX, o que ainda motiva atos violentos nos dias atuais<sup>25</sup>. Esta rivalidade culminaria na chamada violência social,

---

<sup>24</sup> A violência que mais nos interessa nesta metáfora é a social. O valor simbólico do jogo concerne principalmente ao sentido antropológico e como uma análise dos signos do esporte.

<sup>25</sup> Podemos entender também tais distinções como sendo mitológicas. O Rangers atualmente está inserido num contexto global, com jogadores de todas as religiões e inclusive negros, o que era proibido no clube até os anos 80, sendo que Celtic e Rangers inclusive negociam atletas entre si. Mas o mito ainda persiste, e é muito forte na torcida, sendo o motivo para muitos atos violentos.

sendo que o estádio é um palco, e nem sempre é o único. Sabe-se que boa parte dos conflitos entre torcedores ocorrem na rua, em encontros marcados em parques, em ofensas por meios de comunicação, etc.

Neste viés, podemos então remeter a um ponto de interesse deste trabalho, que é a mitificação da violência. Não é proposto um estudo das agressividades, mas uma explanação base é parte importante quando tratamos da dramaticidade da partida. A violência futebolística pode ser vista como metáfora do que ocorre em campo: como na sociedade, o futebol é um esporte no qual o maior interesse é atacar, e o ataque ocorre até mesmo quando se defende (FRANCO JÚNIOR, 2007). Há a violência do jogo em si: o ataque à bola, a falta no adversário, o contato físico, etc. Este paradigma contém um profundo sentido mítico. Os próprios jogadores fazem a dramatização da violência, exageram na teatralização da dor, caem nos clichês das imagens por eles vistas. A guerra do futebol tem os seus feridos, as hostilidades são reflexos dos sentimentos de desespero e de empatia com a torcida. Afinal, torcedores não gostam de jogadores passivos, gostam de quem grita, tem ‘garra’, características comumente atribuídas ao jogo violento.

### **3.2.3. A rivalidade futebolística**

A análise do contexto do jogo em uma determinada nação não pode ser dissociada de um importante fator: a rivalidade entre equipes. Qualquer micro sociedade, por mais simplista que seja sua análise, pressupõe em seu interior um conjunto de tensões entre seus componentes<sup>26</sup>, seja entre castas, classes, corporações, etc. Porém tal grupo tende a rivalizar com outro devido à maior confluência de interesses em relação aos demais. O futebol não está alheio a rivalidade, pelo contrário, ele a reproduz e em demasiado espaço-tempo a amplia (GIULIANOTTI, 2002).

Como um meio de reprodução simbólica do corpo social, é possível constatar que as diferenças futebolísticas provêm de divergências que transcendem o jogo, imergindo dentro de suas quatro linhas um amplo sortimento de tensões externas. Uma

---

<sup>26</sup> Estas próprias tensões configuram o mito, já que este pode ser visto como um valor, no qual “basta modificar o que o rodeia, o sistema geral no qual se insere para poder determinar com exatidão o seu alcance” (BARTHES, 1980, p.168)

das dimensões da rivalidade está no reflexo de atritos entre países em aspectos políticos, territoriais, econômicos e até mesmo de costumes. Consideremos, por exemplo, rivalidades históricas, como a de França e Inglaterra. A alegada superioridade inglesa no esporte foi quebrada em 1998 com o título mundial do *Bleus*. O orgulhoso futebol nacional inglês sentiu-se ferido pela conquista dos adversários de tantas guerras e de tantas diferenças culturais (GIULIANOTTI, 2002). Podemos também exemplificar com a competição entre Brasil e Argentina. A rivalidade tem sua origem mais ligada à disputa no campo do que por divergências históricas. Identifica-se também uma forte motivação cultural que separa os dois. Os próprios gaúchos em muitos casos identificam-se mais com a cultura platina do que a brasileira, talvez devido a uma mítica que teve princípios na divisão territorial do Tratado de Madri (1750), além da figura do gaúcho<sup>27</sup>, habitante do pampa e identificado com ambos os territórios.

A segunda dimensão de tal rivalidade está nos clubes. Esses geralmente estabelecem divergências devido à proximidade territorial de grupos com diferentes interesses. O clube desperta, de modo geral, uma maior paixão do que as equipes nacionais devido ao seu caráter de ‘representação pura’. A seleção muitas vezes está ‘contaminada’ com jogadores da equipe rival ou de localidades que não são simpáticas as demais (FRANCO JÚNIOR, 2007). O fato de a seleção disputar menos partidas também contribui para esta empatia mais baixa. Outro fator interessante levantada por Franco Júnior (2007) é que torcer por um clube gera um sentimento de pertencimento a uma grande família que o indivíduo escolheu por razões variáveis, e não lhe foi imposta por destino como a seleção nacional.

Obviamente reduzir toda a rivalidade ao fator de representação social seria ignorar o que atualmente se chama de pós-torcedor (GIULIANOTTI, 2002). Este novo tipo de torcedor é um analista global do jogo, faz a sua tese, acompanha diversas equipes do planeta e acaba adotando uma que considera a melhor em termos futebolísticos. Este torcedor não se interessa pela gênese das equipes ou que tipo de segmento social representa, mas sim pelo quão eficiente é o modo de jogar deste. Esta tendência, reconhecidamente reflexo dos avanços nos meios de comunicação e da globalização, leva várias equipes a investir fortunas em ídolos e em promoções de

---

<sup>27</sup> Esta é mais uma identidade mitificada. Não cabe aqui discutir o grau desta mitificação, porém a sua apropriação é discursiva, mítica, e não pertinente à ideia identitária nos termos antropológicos.

marketing. O torcedor, desinteressado em ser representado por equipes “perdedoras”, acaba migrando para esta nova maneira de adesão a um time. É o que acontece há pelo menos 10 anos com equipes milionárias como o Chelsea da Inglaterra, que inclusive expandiram sua torcida globalmente.

Torcer por um time também significa outra coisa muito importante: “secar” o rival. Nunca se está bem o suficiente se o outro estiver melhor. Independente das reconhecidas limitações que um determinado clube possui em relação a outro, é inadmissível ao fã que a sua equipe esteja em uma conjuntura inferior. Uma equipe não seria nada se não houvesse a sua exata antípoda. O caráter de uma agremiação se desenha para diferenciar-se das demais (GIULIANOTTI, 2002). Obviamente a mentalidade do pós-torcedor pode reduzir isto a questões meramente futebolísticas – migra-se para o melhor. Mas a grande rivalidade pelos tradicionais torcedores ainda é considerada a com relevância histórica. Um exemplo: os torcedores do Tottenham de Londres não vêm no poderoso Arsenal seu grande rival, mas sim no decadente West Ham, devido a todo o contexto histórico que circunda o *derby*.

O futebol revela diversas realidades antropológicas se observarmos com atenção as suas particularidades. Há todo um rito no modo de jogar, no ambiente, nas comemorações, etc. E também há uma carga de mitologia muito forte (FRANCO JÚNIOR, 2007). O discurso futebolístico está recheado destes, e analisar esta metáfora nos permite identificar como eles operam.

A base dos mitos acha seu espaço mais rico de construção e difusão na passionalidade do fã. As torcidas se organizam como se fizessem parte de um mesmo clã (FRANCO JÚNIOR, 2007), o que constitui uma *memória coletiva*, que muitas vezes é mais forte do que a história em seu senso mais científico, conferindo assim um caráter mítico ao clube. Este contexto é reforçado ainda mais por feitos dentro do campo que acabam por reforçar a mítica deste clube, e que será transformada em lenda pela torcida.

Estes feitos dentro do campo chegam pela torcida principalmente através do discurso da mídia, seja ele no suporte que for: televisivo, radiofônico, etc. No nosso caso, o foco é dado à mídia impressa. Ela formata o imaginário de uma maneira diferente do que os meios de transmissão simultânea. Ela digere os acontecimentos, capta os seus reflexos e tenta ir ao encontro do que o seu receptor espera. Principalmente se estamos falando da imprensa esportiva. Não basta relatar o que



aconteceu dentro de campo: isto o torcedor já sabe. É preciso ir além. Uma partida tem que ser elevada em importância e em significado histórico para que tenha importância. Por isto a adjetivação costuma ser mais forte neste tipo de cobertura do que nas demais (COELHO, 1998).

### **3.2.4. Uma guerra simbólica**

Uma das dimensões míticas do futebol está em adotar práticas que remetem à guerra. Não apenas a violência em si, já que esta muitas vezes não é mítica, mas sim real. O mito, em sua dimensão prática, pode ser visto em diversos aspectos do jogo, seja na sua concepção estrategista ou até mesmo em sua linguagem (FRANCO JUNIOR, 2007). Basta notarmos alguns termos utilizados pela torcida e pela imprensa: “grito de guerra”, “batalha”, “guerreiros”, “matador”, “confronto”, etc. É uma ampla gama de termos que concomitam com o que está em campo.

O mito de entender o futebol como guerra tem como provável origem o próprio caráter aristocrático do jogo moderno. Mais do que uma prática ritual, os futebolistas ingleses do século XIX acreditavam que este era um ótimo exercício físico, técnico e tático, que promovia uma grande melhora no senso estratégico da nobreza (GIULIANOTTI, 2002). Concepção esta que se aproxima da teoria dos mecenas florentinos que praticavam esporte semelhante na época renascentista (FRANCO JUNIOR, 2007).

A estratégia futebolística aproxima-se muito das práticas de guerra. A idéia básica do jogo é atacar, a defesa é uma estratégia suficiente apenas no sentido de manter uma vitória ou como uma própria estrutura tática de ataque (jogar no chamado contra-ataque). O treinador tem o ímpeto de um general estrategista, que mina o ataque adversário buscando eliminar os seus espaços de infiltração e, ao mesmo tempo, explora as fraquezas defensivas para definir uma ação ofensiva (FRANCO JUNIOR, 2007). Não é suficiente apenas uma vitória de posicionamento, mas também entender as lógicas fisiológicas e emocionais das estratégias. A exemplo dos exércitos russos, a idéia de ser atacado sem levar o golpe fatal consiste em desestabilizar o adversário através da frustração e de deixá-lo cansado, para ter um oponente enfraquecido e mais vulnerável.

Toda esta dimensão simbólica tem grande importância no entendimento do jogo para o torcedor. Este acaba sendo um espectador da guerra, assumindo um papel totalmente novo, como um observador-participante. Ele não está apenas vendo, mas constitui o ambiente. A atmosfera que transposta para o campo tem influência nos resultados, já que os números comprovam a idéia de que jogar em casa é uma vantagem, muito provavelmente devido ao apoio do torcedor. Seu contrário também é verdadeiro. Um ambiente hostil em jogos como mandante, onde é esperado um clima favorável, acaba desmotivando e causando confusão em equipes que já estão emocionalmente frágeis.

O discurso simbólico da guerra também recai no mito. A fala apreende o simbolismo e o mitifica. O simbólico transfigura-se no mítico quando há a sua naturalização, quando ele deixa de ser uma relação significativa para transformar-se em mitologia. Um ‘time de guerreiros’ não é apenas uma fala, mas é um mito, ‘futebol é uma guerra’ em seu juízo de valor também está mitificado. A metáfora não é apenas uma apreensão subjuntiva: ela possui o ideário da objetividade e está apregoada ao conceito presente na cadeia de metalinguagem, constituindo parte de um mito.

Como na guerra, o futebol é recheado de símbolos - brasões, bandeiras, uniformes, mascotes, etc. Esta simbologia miscelânea carrega um profundo sentido de representação e de reconhecimento. Há uma totemização destes signos que acabam ligando-se à condição mítica de alguns clubes (FRANCO JUNIOR, 2007). O signo, que a princípio apenas é isto, acaba transformando-se em algo mais à medida que é mitificado. A própria atitude dos jogadores de, durante uma partida, beijar o escudo, bater no peito ou mostrar o uniforme é uma maneira de dar um discurso e remeter a um contexto histórico que faz aquele ato ser representativo.

### 3.3. O FUTEBOL E SUAS DIVINDADES

A paixão futebolística é constantemente posta em paralelo com o fanatismo religioso. Sua terminologia, suas “procissões” e o nível de devoção dos fãs assemelham-se muito às religiões, podendo ser considerado a maior religião pagã do mundo (FRANCO JÚNIOR, 2007). O esporte inclusive serviu como meio de representação

religiosa, vide o exemplo do Glasgow Rangers e do Glasgow Celtic, em que o primeiro era protestante e o segundo majoritariamente católico (GIULIANOTTI, 2002). Para compreender a mítica do futebol, destrinchar a metáfora religiosa é interpretar tanto o componente discursivo quanto o linguístico do mito<sup>28</sup>.

### 3.3.1 As entidades religiosas e futebolísticas

Um jogador ser rotulado como ‘deus’ não é nenhuma heresia midiática. Pelé, em 1963, fora descrito na imprensa francesa como “Deus do futebol” (FRANCO JÚNIOR, 2007, p.259). Porém é interessante notar que o sentido de um deus futebolístico não é o mesmo que o religioso. No futebol, este é mais uma fonte de adoração, enquanto o segundo está no âmbito da crença. Portanto, o melhor não é rotularmos um atleta como sendo um ‘deus’: ídolo seria o termo mais correto para esta definição.

A figura do ídolo é fundamental para a mitologia futebolística. Ele é um elemento de dissimulação e, enquanto for ídolo, terá em seu mito o alibi para as atuações nas quais ele não foi o herói. Esta fé nele depositada também está atrelada à idéia de que ele é um ‘santo’ em serviço à figura mais próxima da divindade para o torcedor: seu clube (FRANCO JÚNIOR, 2007). Este sim pode ser endeusado: o torcedor crê nele, tem fé no seu clube, tem os seus ritos conforme os movimentos da divindade. Adoram-se vários ídolos, porém apenas um deus. A fidelização ao clube aproxima-se da fidedignidade deística.

Em uma metáfora religiosa, o fiel tem como grande compromisso crer em sua divindade. Nesta mentalidade de pós-torcedor, extremamente midiaticizada, não é necessário ter o mesmo ídolo, a mesma condição social, a mesma cor, basta apenas torcer pela mesma equipe (GIULIANOTTI, 2002). Porém, até mesmo este caráter teoricamente democrático da atual configuração futebolística não perdeu a força do mito das representações que estiveram na gênese do esporte, muito antes que todo este sentido religioso se constituísse. Neste ponto, podemos constatar outro fator interessante

---

<sup>28</sup> A ressalva a ser dada é que a religião não pode ser tratada como um mito, mas sim o que se discursa sobre ela. A metáfora é discursiva, e portanto possui um caráter mítico. Os termos aqui utilizados tem a relação metafórica, mas não uma conexão ontológica com as religiões tradicionais, como a católica. Atacar a religião rotulando-a como mítica também não deixa de se constituir como ato mítico, já que, como destaca Barthes (1980), não se fala sobre a referência em si, mas no que se fala sobre ela.

dos mitos do futebol: eles não se anulam, existem contraditoriamente sem que seja feito um questionamento de como é possível uma representação ser teoricamente democrática tendo origens excludentes.

Temos outro componente fundamental para entender a metáfora da divindade: o sobrenatural. Muitas vitórias consideradas inacreditáveis, e que os racionalistas tentam explicar com as mais absurdas profanações táticas, são atribuídas como ‘milagres’ pela torcida. Da mesma forma, a derrota de um favorito pode ser a figura mais próxima do ‘demônio’ que temos no futebol. Estas derrotas geralmente são nomeadas de modo pagão: ‘zica’, ‘uruca’, ‘macumba’... A verdade é que quando muitas coisas não têm explicação lógica, a melhor razão é atribuí-la a fé.

### **3.3.2. O espaço ritual: o estádio**

O futebol aproxima-se conotativamente com a religião remetendo a práticas ritualísticas semelhantes. O local do culto é o estádio, embora a oração possa ser feita em qualquer outro lugar e horário. A exemplo do que ocorriam nas cidades antigas, aonde a igreja era a maior construção, atualmente este espaço é ocupado pelos estádios (GALEANO, 2002).

O estádio é, portanto, o local fundamental para a peregrinação do fiel. É lá onde está o Deus de cada crente, ele materializa-se defronte aos olhos do apaixonado. Na igreja esta materialização se dá por meio simbólico, como o cálice com o ‘sangue de cristo’. Este é um espaço em que o fanatismo é extravasado para, após o êxtase, o fiel recobrar a sua consciência e a sua convivência social. A fé manifestada gera o conflito, a crença em si, caso não seja externalizada, não implica em hostilidade por parte dos adoradores de outras divindades: uma metáfora igualmente aplicada ao futebol (FRANCO JÚNIOR, 2007).

O devoto participa dos ritos de maneira apaixonada e divagante, e até mesmo os estudiosos mais laicos não negam que há uma atmosfera de paixão quase tão comvente quanto irracional. “O próprio espaço do santuário [...] é próprio para aquela situação afetiva [...] As manifestações estão adaptadas aos novos tempos, manifestações dionisíacas, focadas no imediato” (FRANCO JÚNIOR, 2007, p. 285-286). Assim

também opera o futebol, readaptado a sua nova formatação, mas jamais deixando de ser rito.

### **3.3.3. O fiel**

Não há em qualquer fiel que seja a descrença em seu Deus. E não há em qualquer torcedor a descrença na vitória de seu time, por mais irracional que seja. “Torcer é sempre distorcer” (FRANCO JÚNIOR, 2007, p.292), seja no olhar que se tem no presente ou na recuperação do passado. A mente do torcedor é uma potente força mítica: suas práticas conceituais conotam diversos sentidos e naturalizam todo este sistema.

O fiel sente prazer ao ver que o seu deus tem mais força do que o de outrem. Apesar de os ritos futebolísticos poderem ser mais similares aos cristãos do que às demais religiões, o jogo está longe dos moralismos católicos, identificando-se mais com as práticas orgânicas da antiguidade. Derrotar um adversário ou vê-lo perder é a afirmação da supremacia da sua fé, do contrário o ceticismo passa a flertar a crença.

Como toda a crença, o futebol também tem a sua dose de superstição. Os jogadores possuem seus ritos, como entrar dando três pulinhos, fazer o sinal da cruz, beijar a bola antes de bater um pênalti, etc. O torcedor também busca atrair energias positivas com os seus símbolos e suas práticas. Vestir uma camisa vitoriosa, ir a pé para o estádio, assistir a partida no mesmo local aonde vira uma grande conquista, todas estas são práticas pagãs para gerar uma corrente de energia positiva e impulsionar a vitória de uma equipe (FRANCO JÚNIOR, 2007).

A religiosidade no futebol também é um mito. Não estamos falando da religiosidade em si, mas sobre ela. Uma questão que Barthes (1980) levanta é: para onde o mito vai se expandir? (p.170). Uma das suas projeções está na imprensa, porém o seu uso é variado. A fala religiosa do futebol é mítica devido a sua distorção nos sentidos, mas principalmente devido ao fato de não se constituir como uma religião. O mito ilude tal discurso. Há o paralelismo entre as metáforas, mas elas são apenas metáforas. O futebol tem paralelismo com a religião, mas o discurso mítico coloca ambos em tangência.

O fiel do futebol só é fiel na perspectiva mítica. O mitólogo tem que enxergar além da ‘fé’, que é uma distorção. Não nega-se que a sua dimensão em uma equipe é tão

comovente quanto a religiosa, mas as motivações são distintas. A imagem religiosa está muito presente nos mitos referentes ao futebol. O ‘fiel’ está cego<sup>29</sup> pela fé e cego pelo seu próprio mito e da sua equipe. A fala do torcedor não tem uma reflexão clara do que diz, não possui o sentido como embasamento, mas o conceito (BARTHES, 1980). A ‘fé’ cega as críticas e propaga o mito.

### 3.4. A LINGUAGEM NO FUTEBOL

Franco Júnior (2007) afirma que o futebol é uma linguagem: “uma linguagem em si mesmo e metáfora de outras linguagens” (p.349). Sendo linguagem, este é modalidade discursiva, e como discurso, está sujeito à fala mítica (BARTHES, 1980). Verificar a maneira que a sua linguagem opera aprofunda o entendimento que se tem acerca dos mitos no futebol.

Como toda língua, o futebol possui morfologia, semântica e sintaxe (SILVA e TELLES, 2010, p.5). A morfologia consiste no controle da bola, sendo esta o pequeno elemento que interliga uma fala (FRANCO JUNIOR, 2007). A semântica “engloba duas relações de jogo – jogar com a bola (eixo sintagmático) e jogar sem a bola (eixo paradigmático)” (SILVA e TELLES, 2010, p.6). A semântica está mais conectada à dinâmica dos jogadores em campo. Os atletas que promovem tal componente da linguagem, compreendendo-a ou não, o que pode resultar no acerto ou no erro em determinadas jogadas. Por fim, a sintaxe afere que os participantes

estejam organizados de forma coerente, conectados entre si, compondo um sistema. Sistema, no futebol, é modelo de jogo, que organiza a disposição dos jogadores dentro de campo (formação) e lhes atribui funções específicas (SILVA e TELLES, 2010, p.8).

O esquema de jogo é o elemento fundamental da sintaxe, e este é atribuição do treinador. Estes três elementos metafóricos complementam-se e suscitam o discurso inerente ao futebol, e não sobre ele.

---

<sup>29</sup> Esta ‘cegueira’ refere-se a acriticidade, e não à falta de visão e de perspectiva sobre as matérias.

Apesar desta metáfora, não podemos exagerar nas análises. A linguagem do futebol é corporal, suscita um discurso, mas não o esmiúça. O jogo produz signos muito mais conotativos que denotativos. Estes não são óbvios e não estão facilmente identificáveis. Podemos apenas afirmar que há uma produção ampla de sentidos durante uma partida, e estes sentidos têm suas bases fundamentadas em relações mais profundas do que a do jogo em si. Olhar uma partida entre Celtic e Rangers, aprofundando os seus sentidos, é verificar as tensões, a rivalidade, o contexto que está por detrás desta partida. E se sairmos do campo mais objetivo do sentido, partindo para o conceito, aproximamo-nos das estruturas míticas. O mito dá esta visão. Ele passa a legitimar estruturas discursivas naturalizadas. E nem por isto ele é falso: caso não houvesse uma aproximação, ou até mesmo tangências com o sentido, não seria possível assimilá-lo (BARTHES, 1980).

#### 4. O MITO DA ‘IMORTALIDADE TRICOLOR’

Em cada partida decisiva do Grêmio Foot-ball Porto-Alegrense provavelmente o aficionado por futebol ouvirá, seja da torcida ou da imprensa, a seguinte frase: “hora de botar a imortalidade em campo”. Compreender o que esta frase quer dizer parece natural aos gremistas, *a imortalidade é o Grêmio*, é o que define parte de sua ‘identidade’. Porém, despida dos estereótipos esta expressão incita reflexões e nos leva a perguntar: o que é, afinal, a imortalidade tricolor? Porque esta sempre é um álibi perfeito para a esperança irracional e desmedida? O que está implícito nesta crença e, para finalizar, será esta crença um mito?

A meu ver, creio que podemos afirmar: a imortalidade tricolor é sim um mito<sup>30</sup>. Ele dissimula os sentidos e está profundamente enraizado no entender do que é o clube. A mítica sempre busca encaminhar as decisões, o imaginário, é um fio que conduz à dispersão das reais análises do que será uma partida. Esta insistência vai ao encontro de algumas definições sobre a mítica. “Essa repetição do conceito através de formas diferentes é preciosa para o mitólogo, permite-lhe decifrar o mito: é a insistência num comportamento que revela sua intenção” (BARTHES, 1980, p.141). Estas formas (fotografias, matérias...) cegam os torcedores e a imprensa, sendo que o mito se reinventa e se reproduz, garantindo assim a sua perpetuação (LORENZ, 2009).

As duplicidades vão acabar por definir o caráter do mito. Este é uma fala definida mais pela intencionalidade do que a literalidade. Sabemos que a intenção de denominar o Grêmio como ‘Imortal Tricolor’ é mais forte do que o próprio significado que tal termo tem na vida real. Mas, no entanto, esta intenção acaba se petrificando e torna-se literal (o Grêmio parece sempre que vai invocar a sua ‘imortalidade’). O mito sempre se dirige à pessoa que o recebe devido ao seu caráter histórico, e nunca ao contrário. Se alguém que nunca esteve em Porto Alegre assistir ao jogo do Grêmio, no qual ele ganha nos minutos finais, pode não se surpreender com a dita ‘imortalidade’. Mas, ao ler os jornais pela manhã e identificar as definições dadas ao ‘imortal’, este alguém está sendo atraído pelo mito, pois ele vem carregado da história que o produziu.

---

<sup>30</sup> Quando o mito é fala despolitizada, despretensiosa. A imprensa acaba mitificando quase tudo o que escreve, porém, há a ressalva sobre o discurso oficialista, que nasce dos departamentos de marketing e administração do clube, cujo uso é político e não mítico. Este tópico será aprofundado no item 4.5.



Barthes ressalta que esta fala histórica, no momento que atinge alguém, recupera uma generalidade, ficando assim “transida, pura e inocente” (BARTHES, 1980, p.146). A fala mítica se restitui, mas nunca da mesma forma em que ela fora aprisionada. Uma fotografia de jornal, com os jogadores comemorando defronte a torcida é apreendida e restituída, mas essa reinterpretação da imagem não é a mesma já que está preenchida de significação.

Uma importante constatação deve ser feita: ao contrário de outros sistemas semiológicos, como a linguagem, no qual o signo é arbitrário, a significação é parte de uma analogia. Para que a imortalidade tricolor tenha relação com uma fotografia, ou até mesmo com o próprio Grêmio, é necessária uma concordância. “A motivação é necessária à própria duplicidade do mito; o mito joga com a analogia do sentido e da forma: não existe mito sem forma motivada” (BARTHES, 1980, p.147). As analogias são de origem histórica, e, portanto, são muito fragmentadas. Barthes compara a arbitrariedade mítica com a dos ideogramas. O mito seria um sistema ideográfico onde as formas representam um conceito sem cobri-lo totalmente.

Inicialmente, vamos definir a imortalidade hoje como a capacidade de superação do Grêmio perante uma situação adversa. Esta pode ser colocada como a base do mito, mas não estamos falando apenas disto, e sim de toda uma implicação simbólica que está dentro da estrutura mítica. Esta idéia de ‘imortal tricolor’ insere-se no que se considera uma ‘cultura do clube’, um “conjunto de características históricas, sociais e esportivas de cada agremiação que se reflete na visão de futebol que tem seus dirigentes, jogadores e torcedores” (FRANCO JÚNIOR, 2007, p.315-316). Remontar um pouco a história do Grêmio é buscar uma compreensão contextual de tudo que constituiu a ‘mítica do Imortal Tricolor’.

#### 4.1. A HISTÓRIA DO GRÊMIO

A equipe do Grêmio, somada de uma história que já dura 108 anos, mune-se de uma ideia de representatividade que conjuga determinados sentimentos, com um uso simbólico que transcende a idéia de que este é apenas mais um time de futebol. A história transforma o real em discurso, é ela que comanda a vida e a morte da linguagem

mítica (BARTHES, 1980). Por isto é fundamental que entendamos algumas origens do clube para compreendermos melhor os mitos da imortalidade.

Como o próprio clube gosta de afirmar, o Grêmio nasceu da bola (BUENO, 2005) [não seria este outro mito?]. A história revela que a equipe surgiu em uma Porto Alegre comercial, dentro de uma comunidade de comerciantes de origem alemã. Mas foi um paulista de Sorocaba chamado Cândido Dias da Silva que trouxe a bola de futebol da qual o Grêmio proclama ter nascido.

Cândido era considerado um boêmio apaixonado pelo esporte ascendente, e após ver um jogo do Sport Club Rio Grande, resolveu fundar em Porto Alegre, em 15 de setembro de 1903, o Grêmio Foot-Ball Porto-Alegrense (BUENO, 2005), formado majoritariamente por imigrantes alemães. O Grêmio refletiu uma tendência de algumas equipes menores do Centro-Sul que por longa data esteve vinculado à elite branca e imigrante do Brasil<sup>31</sup> (FRANCO JUNIOR, 2002). Diferentemente do que ocorreu no Sudeste, a influência inglesa foi pouco marcante na equipe devido ao caráter da colonização gaúcha.

Para Bueno (2005), desde o início da história gremista, a equipe se identifica com o estilo de jogo cisplatino. Este sentimento de pertencimento à escola uruguaia e argentina que boa parte da população gaúcha aceita como sendo correspondente à sua, também atinge o Grêmio. A proximidade do Rio Grande do Sul tanto em termos culturais quanto comerciais com os países cisplatinos e o sucesso do futebol uruguaio inspiraram o Grêmio, tanto que um de seus primeiros uniformes era inspirado na ‘celeste’, camisa utilizada pela seleção do Uruguai (OSTERMANN, 2003). Segundo Lorenz (2009), “o Grêmio não [é] brasileiro, [é] gaúcho, representante do futebol-força, da garra, da raça - adjetivos semelhantes àqueles utilizados a todo instante para classificar o futebol jogado pelos uruguaio e argentinos<sup>32</sup>” (LORENZ, 2009, p.90). Esta concepção é quase o exato oposto do que é considerado o estilo de jogo brasileiro: futebol-arte, criatividade e talento<sup>33</sup>.

---

<sup>31</sup> O Grêmio teve seu primeiro jogador negro apenas em 1951: Tesourinha, vindo do Vasco, considerado um dos maiores jogadores da história do rival do tricolor, o Internacional.

<sup>32</sup> Novamente remete-se ao mito da identidade no futebol.

<sup>33</sup> Conferir em Hilário Franco Júnior, *Dança dos Deuses*, 2002

O primeiro estádio gremista foi a Baixada, no tradicional bairro Moinhos de Vento, reduto da burguesia imigrante, principalmente germânica, que ascendia socialmente na Porto Alegre da década de 10. Financiado pelo banco alemão, a equipe começou a praticar regularmente em seu novo estádio. Em 18 de julho de 1909 o estádio abrigou o primeiro clássico Gre-Nal (que na época nem nome tinha), cujo resultado foi 10 a 0 para o Grêmio. Este marco é importante para identificar o princípio desta rivalidade: a equipe da elite branca e germânica e a sua rivalidade contra uma equipe que estava aberta a todas as culturas (apesar de quase todos seus jogadores na época da fundação serem imigrantes) que estavam excluídas das rígidas agremiações esportivas da cidade. Estava nascendo uma rivalidade que naquele momento inclusive transcendia o futebol, repercutindo uma tensão que já havia na própria comunidade porto-alegrense.

#### 4.2. AS ORIGENS DO ‘IMORTAL TRICOLOR’

É difícil remontar as origens do que seria o “Imortal Tricolor”, principalmente se ficarmos demasiadamente apegados ao termo em si. Não há registros claros do termo em jornais antigos ou referências históricas. Mas um importante ponto de partida é compreender a lenda sobre a “imortalidade de Eurico Lara”. A história é imprecisa, mas a lenda que infesta o imaginário do torcedor conta o seguinte: houve um jogo denominado Gre-Nal Farroupilha, ocorrido em 22 de setembro de 1935, em comemoração ao centenário da Revolta do Farrapos. Eurico Lara era o goleiro do Grêmio, considerado pelos gremistas mais saudosistas como o maior guarda-redes que já existiu. Tuberculoso e com problemas cardíacos, Lara fora vetado de jogar pelos médicos, mas decidiu entrar em campo. Jogou parte do clássico, mas não aguentou e teve que ser substituído. O Grêmio venceu por 2 a 0 e o goleiro ficou consagrado pela bravura em campo (OSTERMANN, 2003). Após as comemorações, Lara foi levado ao Hospital Beneficência Portuguesa e lá faleceu no dia 6 de novembro, quase dois meses após o Gre-Nal Farroupilha. Seu enterro causou uma grande comoção popular, sendo que 30 mil pessoas seguiram a solenidade fúnebre. Porém, o mais emblemático de tudo, é a lenda de que o jogador teria morrido pouco após falar a palavra ‘imortal’ (PERIN, 2008).

Segundo a revista Gool (abril de 2011), um dos mais importantes jogos da história do Grêmio que possui elementos que remetem à imortalidade, principalmente no sentido de ser uma virada tida como ‘impossível’, ocorreu em 13/08/1944, no estádio da Baixada. O Internacional estava em um dos maiores momentos de sua história, com o time apelidado pela imprensa como “Rolo Compressor”. O Inter era favorito para vencer o clássico, já que havia vencido outros dois durante aquela temporada. Após o Rolo Compressor estabelecer o resultado favorável de 3 a 0 ao final do primeiro tempo, o Grêmio, com uma equipe reconhecidamente inferior, fez 4 gols em 45 minutos e selou o jogo em 4 a 3, sendo que o tento da vitória foi marcado a dois minutos do final da partida. Não há no jornal Correio do Povo da época registros do termo ‘imortal’, porém este é um dos primeiros marcos documentados do que seria próximo da ideia de imortalidade que se tem nos dias de hoje (REVISTA GOOL, 04/2011).

A referência historicamente mais precisa sobre o termo advém do atual hino do Grêmio, escrito por Lupicínio Rodrigues em 1953. A letra traz duas referências à imortalidade (“tens imortal tricolor” e “Lara, o craque imortal”), além de entoar frases que já estavam presentes na cultura gremista. Uma destas referências está no início do hino, com as frases que se referiam à greve dos bondes, que passavam próximos ao local onde seria erguido o novo estádio tricolor (OSTERMANN, 2003). Com a lírica de Lupicínio sobre estrofes popularescas como “com o Grêmio onde estiver o Grêmio<sup>34</sup>”, estava constituída a letra. É possível que a expressão ‘imortal tricolor’ já fosse entoada por torcedores, mas a sua popularização e homologação se deram a partir da obra de Lupicínio. Podemos comparar com os dois hinos anteriores do clube, que não trazem nenhuma referência ao termo imortalidade, mas já vêm carregados de um senso de bravura e valentia<sup>35</sup>.

Segundo o site oficial do clube, a consagração da idéia de ‘imortal tricolor’ surge:

Em 1994, depois de um começo difícil, o técnico Luís Felipe Scollari (o Felipão) conquistou a confiança da torcida e levou o clube ao Bicampeonato Invicto da Copa do Brasil. O estilo de Felipão *era o*

---

<sup>34</sup> A frase foi mudada para “com o Grêmio onde o Grêmio estiver” para conferir a métrica dos versos (OSTERMANN, 2003)

<sup>35</sup> Vide anexo

*espelho perfeito da identidade do Grêmio, e com um time formado sem estrelas, mas com jogadores que queriam provar seu valor, o Grêmio voltou a assombrar o país. Ali começava a se consagrar o mito do Imortal Tricolor, a identidade de um time que nunca se entrega e é capaz de feitos inacreditáveis, pela força de seu coração. [...] O Grêmio de Felipão marcou o congraçamento total do clube, onde torcida e time se identificaram, em perfeita sintonia no espírito guerreiro do Imortal: mais importante que ser o melhor, é lutar sempre. [Grifo meu] (História do grêmio. Site do Grêmio)*

Uma outra opinião interessante sobre o nascimento do termo ‘imortal tricolor’ foi referido pelo colunista da Zero Hora, Wianey Carlet, que em seu espaço no dia 02/05/2009 escreve que

à imortalidade tricolor, [foi uma] jogada de marketing, neste caso espontânea, saída da torcida. Surgiu nos vitoriosos anos de 1980/90, quando o Grêmio marcava gols salvadores nos últimos minutos, às vezes segundos, das partidas. Quando estava para morrer e se salvava, na batida do gongo. (CARLET, 2009, p.52)

Podemos, com estes dados, afirmar que a ‘imortalidade tricolor’ é um mito nascido dentro da torcida, inspirado na letra do hino com referência ao que era identificado em campo: uma equipe que era capaz de vencer jogos difíceis nos últimos minutos da partida. Nos anos 90 o Grêmio passou oficialmente a adotar o ‘imortal’, usando-a como marca, instituindo-a como identificação do clube, o que não configura um mito, mas um uso publicitário que retrocede o ‘mito’ às cadeias de linguagem-objeto (BARTHES, 1980). Destarte deste aspecto, o *Imortal* continuou no imaginário para além das vendas institucionais, principalmente através do discurso da imprensa e do torcedor. Apesar de a gênese do mito datar do século passado, o grande momento da ‘imortalidade’ foi o jogo Náutico contra Grêmio, no dia 26/11/2005. Entender o que ocorreu neste jogo é fundamental para compreender a imortalidade hoje.

#### **4.2.1. Uma virada no jogo e no conceito**

Entender o Grêmio como ‘imortal tricolor’ hoje é muito diferente do que buscar a ideia que se tinha dele dos anos 80. Na época da primeira conquista gremista da

Libertadores, em 1983, a imagem do Grêmio estava associada à ‘raça’ dos seus jogadores, mas também aos recursos técnicos que a equipe tinha (LORENZ, 2009). A conquista do Mundial de 1983<sup>36</sup>, por exemplo, era vista como uma amostra de “‘raça’, ‘dedicação’, ‘valentia’, ‘espírito de luta inigualável’[por outro lado], outros veículos colocaram como o Grêmio foi ‘mágico’, ‘imprevisível’, ‘hábil’, ‘talentoso’, ‘genuinamente brasileiro’”. (LORENZ, 2009, p.71). Esta idéia de um discurso da imortalidade parece estar alocada em uma situação que poderia definir outras equipes brasileiras. Lorenz (2009) coloca os seguintes termos como definidores da equipe de 1983, baseada em sua tese discursiva das matérias daquele ano sobre o Grêmio na imprensa gaúcha: heróis, raça, garra, talento, qualidade, time brasileiro, batalha, criatividade, força, técnica, representante do futebol gaúcho; *mas não coloca a imortalidade*. Podemos notar aqui algumas características que posteriormente serão cruciais para a definição do que atualmente está sendo representado como o mito da ‘imortalidade tricolor’.

Em 1995, alguns adjetivos diferentes começam a surgir na imprensa para definir o Grêmio, muito mais próximos da idéia que se tem do ‘imortal’ atualmente. Segundo Lorenz (2009), os termos recorrentes no discurso sobre o Grêmio na imprensa gaúcha são: ‘heróis’, ‘raça’, ‘garra’, ‘força’, ‘competência’, ‘gaúcho’, ‘futebol coletivo’, ‘determinação’, ‘batalha’, ‘inacreditável’, ‘copeiro’, ‘superação’. É interessante notar como este discurso exclui os termos ‘técnica’, ‘talento’ e ‘criatividade’, presentes nas conquistas de 1983, e insere novos termos, como ‘competência’, ‘futebol coletivo’, ‘inacreditável’, ‘copeiro’ e ‘superação’.

Avançando 10 anos, chegamos até a ‘Batalha dos Aflitos’. Este jogo é o maior marco da história do Grêmio desde o título mundial de 1983 (ZINI PIRES, 2006). Em pesquisa sobre o termo imortalidade, Lorenz afirma que:

Esta cena nos oferece pistas acerca, especialmente, de um novo enunciado que surgiu na época e que passou a integrar a discursividade gremista em torno da noção de “imortalidade”. Tal noção, como vimos, não apareceu em nenhum texto analisado nos anos de 1983 e 1995 – nem nos textos da imprensa de modo geral, nem nos textos dos profissionais identificados com o Grêmio, como é o caso de Paulo Sant’Ana, colunista de Zero Hora

---

<sup>36</sup> O Grêmio teve o ano de 1983 como o maior de sua história. A Libertadores foi conquistada sobre o Peñarol do Uruguai, com um gol aos 31 do segundo tempo, sendo que a decisão encaminhava-se para o jogo extra. O Mundial daquele ano fora conquistado com um gol aos 3 minutos de tempo extra, após o empate de 1 a 1 no tempo normal.

[...] Se, por um lado, o hino imortaliza o Grêmio pela sua história (*50 anos de Glória/Tens imortal tricolor*), por outro, a ‘nova’ imortalidade, além da história, está conjugada a outra série de enunciações relacionadas a um discurso religioso, da ordem da crença, posto em operação tão-somente a partir de uma cena enunciativa específica. (LORENZ, 2009, pp. 97-98 e 104)<sup>37</sup>

Em termos discursivos, a imortalidade realmente não estava explícita nestes jornais, mas falando em termos míticos, tais jogos do passado remontam à tradição gremista e fizeram a base conceitual para o mito. Esta distinção é importante: talvez o termo ‘imortalidade’ tenha sua gênese na Batalha dos Aflitos, mas não é ele em si que interessa. A idéia sim, esta é mais remota. Por isto ‘imortalidade’, ‘imortal’, não são em si importantes como termos, e sim como adjetivos de um conceito<sup>38</sup>.

Não é pelo fato de que a partir da Batalha dos Aflitos se passou a usar o termo “imortalidade” que esta é uma virada no conceito, mas por todo o seu contexto. O time campeão do mundo de 1983 era o oposto da desconfiada agremiação de segunda divisão de 2005. O jornal Correio do Povo do dia 28/11/2005 escreve:

Quando Lupicínio Rodrigues compôs o hino do Grêmio não imaginava que a expressão “imortal tricolor” acabaria por integrar-se à trajetória do clube. Nos anos que se sucederam, não foram poucas as vezes em que o Tricolor, aparentemente exaurido e batido, foi além de suas forças, superou limites e, por acreditar que não era impossível, venceu. O que aconteceu sábado no dia 26 de novembro, de 2005, marca um desses momentos, senão o maior de todos, o mais dramático, *o que mais contribuiu para reforçar a lenda da imortalidade*. [...] O Grêmio realizava um feito homérico, construído por “sete Ulisses”, que não esmoreceram quando até os mais fanáticos gremistas já haviam desistido. O Grêmio sai das profundezas da Segunda Divisão iluminado pelos deuses do futebol. Volta ao seu lugar, porque nada pode ser melhor do que estar entre os grandes e seguir buscando o impossível (WINCK, 2005, p.01 apud LORENZ, 2009, pp. 109-110)

Portanto, novos termos que definiram o Grêmio foram reproduzidos incessantemente na imprensa gaúcha a partir de 2005: ‘heróis’, ‘garra’, ‘time gaúcho’,

---

<sup>37</sup> Esta constatação nos leva a crer que a instituição Grêmio viu uma grande oportunidade para adotar uma marca facilmente identificada com o torcedor. O uso da marca ‘imortal’ pode ser facilmente ouvido nas entrevistas de dirigentes, nos produtos vendidos pelas lojas do clube, etc. É a diretoria dando a sua colaboração para a institucionalização do mito.

<sup>38</sup> A própria origem do que é dito sendo a ‘imortalidade tricolor’ é um mito fundador.

‘alma castelhana’, ‘inacreditável’, ‘copeiro’ e ‘imortalidade’ (LORENZ, 2009). Cada jogo é um jogo, mas o que faz o Grêmio vitorioso nos momentos difíceis é sempre o mesmo fator. A imortalidade é o álibi para a esperança desmedida e irracional, mas o mito tem tanta força que algumas vezes ele é capaz de se concretizar.

Um dos veículos que difundiram o mito do ‘imortal tricolor’ foi o jornal Zero Hora<sup>39</sup>. O jornal é o que dedica quantitativamente o maior número de páginas diárias ao esporte no Rio Grande do Sul (uma média de seis por dia, enquanto o Correio do Povo, seu principal concorrente, utiliza cerca de três), por isto reproduz boa parte do que se discute no jornalismo esportivo gaúcho atualmente. A seguir são identificados os elementos presentes nas coberturas realizadas após algumas das partidas mais importantes do Grêmio desde a ‘Batalha dos Aflitos’.

#### 4.3. ELEMENTOS DE UM JOGO MÍTICO

Há diversos elementos que compõem o discurso da Zero Hora que estão profundamente mitificados. O uso de terminologias religiosas e a evocação à guerra, são recursos usuais na narrativa esportiva, que muitas vezes estão mitificados na imprensa. Porém, ao se tratar da ‘imortalidade gremista’, estes usos ganham uma nova dimensão mítica. A ‘guerra’ não possui o mesmo valor mítico quando se fala sobre o Grêmio que possui para qualquer discurso sobre outra equipe. Por exemplo, o ‘time de guerreiros’ do Fluminense não possui o mesmo valor que o ‘time de guerreiros’ gremista. O Grêmio é imortal assim como também é *O Imortal*.

Para facilitar uma desmitificação, foram identificados os principais comportamentos discursivos dentro das matérias que compõem o *corpus*, e separados em subtítulos por afinidades. Inicialmente foram colocados os elementos que geralmente precedem o jogo, depois os elementos da própria partida, e por último os que o repercutem. Vale destacar que o mito não possui apenas uma dimensão: a sua riqueza é vasta, e muitas vezes as matérias repercutem depois o que aconteceu antes das partidas. As matérias não tratam de apenas um aspecto mítico, sendo que dentro de um

---

<sup>39</sup> O mito não parte exclusivamente da Zero Hora, ele já está difuso em diversos meios e diferentes discursos.



mesmo parágrafo muitas vezes há diversos valores míticos distintos, mas que confluem para configurar a mítica da ‘imortalidade’ gremista.

#### 4.3.1. O drama inicial

O mito do ‘imortal tricolor’ é acentuado pela imprensa devido à dramatização de suas partidas antes mesmo de elas acontecerem. Não é apenas o que ocorre dentro do campo que interessa, mas todo o contexto de superação de dificuldades que parecem intransponíveis. A idéia de engrandecer previamente o jogo garante a potencialização do que irá ocorrer na partida. É inegável a importância de determinados embates, mas a construção do drama não se configura pelo sentido que tem uma partida, mas por toda uma mítica construída e acentuada por termos que definem-nas como ‘epopéia’ e ‘decisão’.

No caso do jogo Grêmio contra Náutico, no dia 26/11/2005<sup>40</sup>, a famigerada ‘Batalha dos Aflitos’, o jornal Zero Hora destacava na página 41 a importância da partida para a “sobrevivência do clube”, que estava com sérias dificuldades financeiras. Caso o Grêmio perdesse “seria o caos”, e não daria para “montar um time capaz de disputar sequer o Gauchão”. Outras expressões que demonstram a dramaticidade: “o Grêmio joga hoje seu futuro”; “do jogo de hoje depende a sobrevivência de um clube com 102 anos de vida”, “se perder um título a equipe supera, neste caso não”. Toda esta aura de superação e drama é um ingrediente a mais para o caldeirão mítico que se formou no Estádio dos Aflitos.

No primeiro Gre-Nal da final do Campeonato Gaúcho (Gauchão) de 2006, o favoritismo do Inter era considerado pela torcida e pela imprensa como amplo<sup>41</sup>. Paulo Sant’Ana escreveu:

---

<sup>40</sup> Zero Hora, 26/11/2005, p.41

<sup>41</sup> O Campeonato Gaúcho de 2006 fora decidido pelo Grêmio e pelo Internacional em dois clássicos: o primeiro no Olímpico e o segundo no Beira-Rio. O Grêmio era um time desestruturado, muito jovem e que acabara de subir da segunda divisão do Campeonato Brasileiro. Já o Inter era o vice-campeão nacional e estava muito bem na Copa Libertadores, da qual viria a ser campeão. A primeira partida no estádio gremista acabou em 0 a 0, e a segunda, no reduto colorado, acabou em 1 a 1. Como o gol feito fora de casa era o critério de desempate, o Grêmio foi campeão no Beira-Rio defronte de 40 mil torcedores adversários.

Nos meus 50 anos de aficionado por futebol, tendo assistido a centenas de Gre-nais, nunca vi em qualquer um deles um favoritismo tão destacado como o que é ostentado logo à tarde pelo Internacional. Não é para menos, para muitos o Internacional é tido como dono do melhor elenco entre todos os 20 que vão começar este mês o campeonato brasileiro. Ao mesmo tempo, os melhores observadores devem considerar o Grêmio uma das seis equipes mais pobres tecnicamente (SANT'ANA, 2006, p.47)

A matéria do dia 06/06/2007, intitulada “Pela Final<sup>42</sup>”, aborda a semifinal da Taça Libertadores da América entre Grêmio e Santos, na Vila Belmiro, que iria ocorrer naquele dia<sup>43</sup>. A vantagem no placar era gremista, porém o Santos foi descrito pela imprensa em geral como melhor equipe do Brasil<sup>44</sup>. E a equipe paulista também era dotada de uma certa ‘imortalidade’, já que vencera as duas rodadas anteriores por virada no placar. O primeiro parágrafo define o adversário como “à altura de sua imortalidade [a do Grêmio]” (ZERO HORA, 06/06/2007, p.49)

Outro exemplo de texto publicado antes de uma decisão e que tem forte conotação mítica é o que antecedeu a decisão da Libertadores de 2007<sup>45</sup>, na qual o Grêmio precisava vencer o Boca Juniors por 4 a 0 para sagrar-se campeão:

Quando está em sua casa, cercado pela pedra dura do velho Olímpico, ouvindo o canto incessante da Geral, redado pelo azul-celeste da sua bandeira, o Grêmio é imbatível. Assim tem sido, neste ano [...] Agora, porém, o adversário é mais forte, o poderoso Boca Juniors, pentacampeão da Libertadores. E a necessidade é maior: três gols de diferença no tempo regulamentar e mais vitória simples na prorrogação ou pênaltis.

---

<sup>42</sup> Zero Hora, 06/06/2007, p.49

<sup>43</sup> Após um jogo considerado como o melhor do Grêmio pela Libertadores de 2007, no qual a equipe gaúcha venceu por 2 a 0 no Olímpico, o desafio era segurar o Santos na Vila Belmiro. O vencedor iria disputar a final da competição. Apesar do resultado desfavorável, o time santista era o de melhor campanha na competição, e contava com o astro Zé Roberto, considerado o melhor jogador em atividade no Brasil naquele momento. O jogo na Vila Belmiro acabou em 3 a 1, com uma forte pressão dos paulista que, se fizessem mais um gol iriam para a final. Com o gol marcado fora de casa, o Grêmio avançou.

<sup>44</sup> “O Santos foi o melhor time das Américas em 2007, segundo o ranking mundial de clubes da Federação Internacional de História e Estatística do Futebol (IFFHS)” (FUTEPOCA, 2008).

<sup>45</sup> O Grêmio e o Boca Juniors disputaram a final da Copa Libertadores da América de 2007. Após uma campanha recheada de ‘imortalidade’, o time gaúcho iria disputar contra a equipe que tinha o jogador considerado o melhor da América naquela temporada: Riquelme. O primeiro jogo foi 3 a 0 para o Boca Juniors. Mesmo com o resultado amplamente desfavorável, o Grêmio apostava em sua mítica para reverter a situação. Porém a ‘imortalidade’ falhou e o Grêmio foi derrotado por 2 a 0 em seu estádio, perante quase 45 mil torcedores, ficando em segundo lugar na competição.

Qualquer outro clube, em qualquer outra parte do mundo, estaria abatido.

A torcida do Grêmio, não. A torcida do Grêmio, ao contrário, parece ainda mais entusiasmada com o desafio. A dificuldade é maior? Tanto melhor: torna a conquista mais saborosa, mais gloriosa, mais imortal. E é isso que a torcida do Grêmio almeja: a imortalidade. Não basta uma vitória, não basta um título. A tarefa deve ser impossível. Ao menos para os outros. Para o Grêmio não o será. Não diante da sua torcida, a melhor das torcidas, uma torcida que ganha jogo e ganha taça.

Uma torcida imortal. (COIMBRA, Zero Hora, 20/07/2007, p45)

Potencializar um jogo significa potencializar a sua cobertura no dia seguinte. Obviamente estamos falando de uma final de Libertadores, uma partida com relevância mundial. Porém, há a falta de alcance objetivo na cobertura, sendo este suplantado pela idéia da paixão, e que a esperança novamente deve recair sobre a ‘imortalidade’.

#### 4.3.2. O significado histórico

O mito como discurso é, como vimos anteriormente, a forma somada a um conceito carregado de aspectos históricos (BARTHES, 1980). Portanto, o jornalismo constrói a história, mas usualmente a relata de maneira mítica<sup>46</sup>. O propósito de boa parte da cobertura esportiva é dar relevância histórica a cada partida, valendo da paixão e da capacidade dos torcedores de transformar a memória em história.

Antes da partida que seria conhecida como ‘Batalha dos Aflitos’, o colunista Paulo Sant’Ana, um dos maiores porta-vozes da torcida gremista, definiu-a como sendo a maior da história do Grêmio desde Tóquio, quando o clube foi campeão mundial.

Nem naquele dia em que fomos derrotados nos pênaltis pelo Ajax em Tóquio, o Grêmio perdeu tanto quanto o que hoje corre o risco de perder [...] em nenhum outro dia de sua história o Grêmio teve tanto a possibilidade de alcançar a sua maior vitória do que hoje, em Recife. (SANT’ANA, Paulo. In Zero Hora, 26/11/2005, p.47)

Esta partida adquiriu uma dimensão muito maior do que o título da segunda divisão obtido por equipes como Palmeiras e Atlético-MG, por exemplo. A partida

---

<sup>46</sup> Esta relação de jornalismo e mito não é determinista. O jornalista pode ser um mitólogo. Recentemente alguns jornalistas, como Diogo Olivier da própria Zero Hora, acabou questionando alguns aspectos da mítica da ‘imortalidade tricolor’.

mítica possui um significado histórico ampliado. A partida contra o Caxias, em que o Grêmio venceu por 4 a 0 não é uma simples semifinal de Campeonato Gaúcho<sup>47</sup>. Ela está elevada ao patamar de uma grande conquista ‘imortal’. Muitos torcedores não recordam do contexto do jogo, de semifinal, mas lembram-se da virada, da garra do time, da vontade, enfim, lembram-se da imortalidade.

### 4.3.3. As figuras do mito no esporte

O esporte está recheado de elementos que configuram a sua riqueza, e que não deixam de ser míticos. O atleta é visto como um ser superior, o estádio é um espaço nobre, uma arena de atenção aonde o mundo acontece apenas entre seus muros, e o adversário, seja ele humano ou a própria natureza, é o obstáculo que transposto, torna-se o símbolo da força do vencedor. Todas estas figuras vão ao encontro ao mito

“Se o mito pode se exprimir ao nível da linguagem, ele é, antes de tudo, uma palavra que circunscreve e fixa um acontecimento. O mito é sentido e vivido antes de ser inteligido e formulado. Mito é a palavra, a imagem, o gesto, que circunscreve o acontecimento no coração do homem, emotivo como uma criança, antes de fixar-se como narrativa. (BARTHES, 1980, p.144)

O mito da ‘imortalidade’ gremista não foge a estas figuras. O herói, o estádio, e o adversário são elementos presentes na mítica e que possuem um sentido antes mesmo que a partida inicie. Ele mantém a relação perpétua que se tem do time rival como inimigo, do jogador como herói e do estádio como o espaço onde tudo ocorre. Estas figuras são retóricas por bem expressar a fala mítica, dando uma objetividade maior ao discurso devido a relação que mantém com os objetos.

---

<sup>47</sup> O Grêmio disputou a semifinal do Campeonato Gaúcho de 2007 contra o Caxias. Após uma má atuação em Caxias, na qual o Grêmio perdeu por 3 a 0, a equipe necessitava fazer 4 gols de diferença para chegar a final. No Estádio Olímpico, o *Imortal* venceu por 4 a 0 e disputou a final contra o Juventude, sagrando-se campeão gaúcho daquele ano após vencer o time da serra por 4 a 1 em Porto Alegre.

#### 4.3.3.1 O espaço

É dentro do estádio de um clube que se manifestam os maiores devaneios das maneiras de torcer. Jogar em casa é reconhecidamente uma ampla vantagem caso as equipes estejam em condições iguais.

Para jogadores e espectadores, um importante estímulo é a ‘atmosfera’ do jogo, especialmente no âmbito profissional: quanto mais intensa a atmosfera, mais ‘aprazível’ o jogo [...] ao contrário, quando a balança tende para outro lado, considera-se que o jogo possui um excesso de atmosfera, tornando-se ‘venenosa’ ou ‘diabólica’ (GIULIANOTTI, 2002, p.97)

A mítica do ‘imortal tricolor’ pode ser vista de duas formas: fora do Estádio Olímpico e dentro dele. Quando o Grêmio obtém uma vitória fora de casa, o ambiente mostra-se sempre extremamente desfavorável. Em matéria referente à ‘Batalha dos Aflitos’, intitulada “O Cenário”, está colocado que o “Grêmio venceu em um ambiente hostil, onde uma festa já estava pronta para celebrar a vitória adversária” (ZERO HORA, 28/11/2005, p.5). Porém, a ‘imortalidade’ tende a superar estas dificuldades e alça a equipe à vitória. Não há distância que impeça a imortalidade de surgir, e quando isto ocorre, ela é reverberada, ampliando a sua dimensão, como na ‘Batalha dos Aflitos’ e no título gaúcho de 2006<sup>48</sup>.

No dia 23/05/2007, antes do jogo decisivo contra o Defensor, fora realizada uma matéria dedicada ao Estádio Olímpico. A matéria dedica-se à história de funcionários que lá trabalham. O título é “A pulsação do Olímpico” (ZERO HORA, p.48). O fator local é importantíssimo para a mítica, pois é o momento em que o Grêmio pode superar as dificuldades com o apoio direto do seu torcedor. O estádio é visto como um reduto de imortalidade.

Resumidamente, a relação da mítica com o local é forte, mas a ‘imortalidade’ não depende do local onde se joga. Ela está no caráter do time, e não dentro de seu

---

<sup>48</sup> O curioso é que o Grêmio não possui um bom desempenho quando joga fora do Olímpico. Em 2007 não obteve nenhuma vitória fora de casa na fase do mata-mata da Libertadores, obteve apenas uma vitória em campo adversário no Brasileiro de 2009 e também não vencera fora na Libertadores de 2011.

estádio. Muitos gremistas são contra a saída<sup>49</sup> do Grêmio de seu tradicional reduto por acreditar na mítica do local, mas mesmo que o Olímpico caia, a ‘imortalidade’ ainda terá seus pilares em pé.

#### 4.3.3.2. Os heróis

Uma figura importante para o futebol é o herói. Apesar de este não ser o mais importante da mítica do *imortal tricolor* – o coletivo vale mais do que a individualidade<sup>50</sup> - ele é a representação de uma conquista, torna-se o símbolo dela. No dia 28/11/2005, a Zero Hora destaca que o grande herói da ‘Batalha dos Aflitos’ foi o goleiro Gallato, que defendeu o pênalti decisivo. A matéria intitulada “O Herói” (p.7), enaltece o feito de Gallato, mostrando as qualidades de um herói: a serenidade frente às dificuldades, a perícia para encarar o desafio, o senso de responsabilidade, cabendo-lhe “o destino de toda uma nação” (p.7).



**Figura 2 - Gallato concentra-se antes da cobrança de pênalti**

A matéria de 18/05/2007, “Teste a Imortalidade” (p.51), destaca jogadores do presente e do passado e quais são as suas ideias acerca do mito da imortalidade. A

<sup>49</sup> O Grêmio está construindo um novo estádio, momentaneamente chamado de “Arena do Grêmio”, que será cerca de 11 km distante da área onde atualmente é o Estádio Olímpico. A inauguração é prevista para dezembro de 2012

<sup>50</sup> É interessante notar que a equipe é ‘imortal’. Os jogadores são parte de uma *equipe imortal*, e muitas vezes são classificados como heróis, mas, após a saída do clube, esse sentido mítico esvazia-se, e o caráter de superação que tal atleta continha no conjunto gremista esvai-se e sua caracterização como imortal apaga-se. Quando o Goleiro Galatto foi para o Atlético-PR, suas credenciais era de um goleiro que participou da ‘Batalha dos Aflitos’, com honrarias de herói. Porém, ele não carrega consigo a imortalidade gremista: esta é exclusiva do clube.

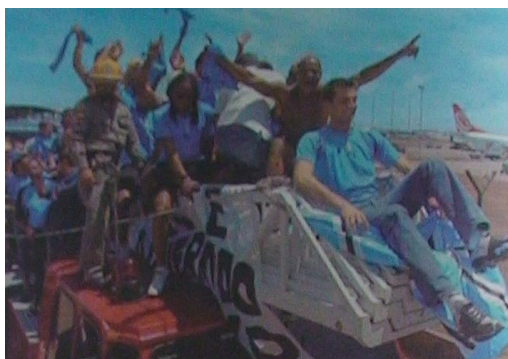
reportagem mostra que a ideia tem que ser repassada não só à torcida, mas aos jogadores, o que remonta a ideia de uma institucionalização do *imortal tricolor*, a insistência desenfreada de vender tal conceito. É importante que no momento da dificuldade, o jogador invoque a imortalidade quando os aspectos táticos e racionais do jogo esgotarem-se. O jornal destaca que “até quem está a pouco tempo incorporou o conceito sempre lembrado pela torcida de que o Grêmio é capaz de viradas impossíveis” (p.51).

Os heróis do passado também dão a sua ideia do que é a ‘imortalidade’. Mazaropi, goleiro da conquista do título mundial de 1983, afirma na matéria de 18/05/2007, referente ao jogo Grêmio e Defensor: “A gente não pode duvidar de nada do Grêmio. A imortalidade faz parte da história do clube.” (p.51). O volante Dinho, campeão da Libertadores de 1995 reitera esta posição: “Claro que dá pra virar. Está escrito na história do Grêmio” (p.51). Por fim, Danrlei, goleiro da conquista da Libertadores de 1995: “Pode estar 5 a 0 que eu penso: se eles fizeram este placar em 90 minutos, a gente também pode. Ter um estádio que nunca vaia é uma sorte e torna tudo possível” (p.51).

A festa para os heróis de uma “grande conquista” não pode ser diferente: a Zero Hora de 28/11/2005 descreve festas com *champagne*, a devoção dos torcedores, exaltações ao caráter dos atletas, desfile pelas ruas da cidade, etc.



**Figura 3 - Passeata em comemoração à conquista nos Aflitos**



**Figura 4 - Jogadores do Grêmio desfilam em carro público**

#### *4.3.3.3. O adversário*

A mítica é vista não partindo apenas do Grêmio, mas afetando o oponente de maneira singular. Dentro do campo, a equipe impõe o seu estilo de jogo e a ‘imortalidade’ entra em ação. A fraqueza do adversário passa muitas vezes por esta característica. A lesão de um jogador da outra equipe não é visto como um fator de jogo, mas um sinal da imortalidade gremista. As expulsões, os erros de finalização, as defesas impossíveis dos goleiros gremistas, todos estes são sinais de que o adversário, segundo a mítica, mais do que reconhecer a imortalidade, sofre com ela, e de maneira quase transcendental por ela está condicionado. As tensões de jogos decisivos não são descritas pela imprensa como afetações psicológicas e os erros como azar ou imperícia – como de fato estes muitas vezes são. A mítica distorce esta visão e condiciona-a ao seu mundo, cegando a mídia e os torcedores.

A matéria do dia 24/05/2007<sup>51</sup> relata que “um dos tantos sinais que robustecem a mítica da imortalidade tricolor passou quase despercebido no Olímpico”, referindo-se à lesão do zagueiro Sorondo do Defensor logo aos 13 minutos, o que desmanchou a organização defensiva do adversário. A incompetência do Náutico ao errar dois pênaltis em um jogo decisivo, além de ser incapaz de reverter um resultado mesmo com quatro jogadores a mais não é ressaltada em nenhum momento nas matérias referentes ao dia 26/11/2005. Sempre é destacada a força do ‘imortal’, o mito é exaltado até a exaustão.

---

<sup>51</sup> Zero Hora, p.48 24/05/2007



A imortalidade também é aferida como sendo uma característica quase que exclusivamente gremista<sup>52</sup>. Em uma matéria do dia 07/12/2008, o jornal escreve:

Existe um detalhe que faz o gremista acreditar: o Grêmio, historicamente, é o time das façanhas improváveis [...] ninguém vence uma partida tendo quatro jogadores a menos e com o adversário batendo dois pênaltis. Ninguém. Só o Grêmio. (p. 47)

Um elemento fundamental em todo este contexto de imortalidade está no reconhecimento dado pelo tradicional rival do Grêmio: o Internacional. Ao satirizar a ‘imortalidade’, ao mesmo tempo se reconhece que esta adentra o imaginário também da torcida colorada. Novamente a repetição garante a propagação do mito

Na forma e no conceito, pobreza e riqueza estão em proporções inversas: à pobreza qualitativa da forma depositária de um sentido rarefeito corresponde uma riqueza do conceito, aberto a toda a história; e a abundância quantitativa das formas, corresponde um pequeno número de conceitos. Esta repetição do conceito através de formas diferentes é preciosa para o mitólogo, permite-lhe decifrar o mito: é a insistência num comportamento que revela a sua intenção. (BARTHES, 1980, 141)

Uma faixa com referências homofóbicas foi colocada nas arquibancadas coloradas pouco tempo após o Grêmio passar à final da Libertadores de 2007, o que configura-se como uma forma na qual insere-se o conceito, sobrepujado por outro tipo de ideia – a de que o ‘imortal’ é apenas um mito.

---

<sup>52</sup> A única exceção encontrada foi na coluna de Moisés Mendes do dia 21/07/2007, que também classificou o Boca como sendo ‘imortal’ (p.61)



**Figura 5 - Faixa colocada no estádio Beira-Rio, em referência ao discurso de ‘imortalidade’ gremista**

Para além desta, diversas manifestações em redes sociais como o *Facebook* e o *Twitter* reproduzem as piadas acerca do mito. Nos fóruns do site *Yahoo.com* há vários tópicos criados por torcedores do Inter, como “O Grêmio é o imortal que mais morre no mundo?”<sup>53</sup> ou “Quanto os gremistas vão cair na real? O Grêmio de imortal não tem nada PROVAS !?”<sup>54</sup>. Esta negação é um atestado de que o discurso da imortalidade possui repercussão e relevância e, apesar das derrotas, a ‘imortalidade’ é constantemente defendida pelos gremistas nestes meios sociais.

#### **4.3.4. A mítica da batalha**

O futebol é “um meio de reprodução simbólica do corpo social, da mesma maneira que a guerra nas sociedades tradicionais” (FRANCO JUNIOR, 2007, p.201). Os jornais discursam sobre a metáfora e utilizam-se da simbologia da guerra. Os jogos da imortalidade tricolor usualmente são tratados como um tipo de batalha (‘Batalha dos Aflitos’, ‘Batalha de La Plata’, etc.) sendo que a equipe se une contra um inimigo externo. Codificado e limitado no espaço e no tempo, estes aspectos acabam

<sup>53</sup> <http://br.answers.yahoo.com/question/index?qid=20110326092843AAALPyK>. Acesso em 27/05/2011.

<sup>54</sup> [http://br.answers.yahoo.com/question/index;\\_ylt=Alj7zDYBL1IdDAkuaoNUYybx6gt.=3](http://br.answers.yahoo.com/question/index;_ylt=Alj7zDYBL1IdDAkuaoNUYybx6gt.=3). Acesso em 27/05/2011

simbolizando a guerra. Uma partida é tratada como um embate que tem como objetivo penetrar o campo adversário, usando-se de duas artimanhas fundamentais nos conflitos: força e estratégia. O Grêmio é um exemplo consolidado desta visão: a própria torcida trata a equipe como sendo de “guerreiros”, exibindo faixas do tipo “treino é jogo, jogo é guerra”.

A Zero Hora do dia 26/11/2005 considera o jogo Grêmio contra Náutico uma “batalha fora do campo”, destacando as dificuldades da equipe no dia anterior à partida, como a hostilidade do adversário, que havia reformado o vestiário gremista um dia antes, diminuindo-lhe pela metade e deixando um forte odor de tinta. A mítica da guerra passa também pelas tentativas hostis de torcedores adversários de não deixar os jogadores descansarem em paz. As estratégias de confusão também estão presentes, como a do Grêmio “colocar dirigentes na capital pernambucana para despistar a localização da equipe e evitar ataques”. Esta concentração antes da guerra faz parte de todo um conjunto estratégico que refere-se à metáfora da guerra futebolística (FRANCO JUNIOR, 2007)

A matéria do dia 18/05/2007 intitulada “Uruguaios temem clima de guerra no Olímpico”<sup>55</sup> mostra que o Defensor do Uruguai, apesar de ser uma equipe pequena, tem suas artimanhas para desestabilizar o Grêmio<sup>56</sup>. Uma delas é exaltar o resultado de 2 a 0 obtido em casa contra o Grêmio, clube reconhecidamente mais tradicional, com vários ingredientes que caberiam ao time gaúcho: arbitragem desfavorável e um jogador a menos. Este destaque pode reforçar outro aspecto interessante da mítica gremista: ela é mais identificada com os times platinos do que com os clubes brasileiros. A dita “alma castelhana” está enraizada mais profundamente na história gremista do que a malandragem e o futebol-arte dos clubes do centro do país (BUENO, 2005). O Defensor, como é um clube uruguaio, está reafirmando esta mítica gremista no sentido que é prova factual de que possui sua alma platina, a mesma que o Grêmio pretende (ou diz) atribuir a si mesmo.

---

<sup>55</sup> Zero Hora, p.52 18/05/2007

<sup>56</sup> Esta reportagem refere-se ao jogo Grêmio contra Defensor pela Libertadores de 2007. O Defensor é uma equipe pequena do Uruguai que venceu o Grêmio por 2 a 0 no primeiro jogo. A equipe brasileira precisaria fazer o placar de 2 a 0 para levar a decisão para as penalidades ou superar a diferença de dois gols. Caso contrário estaria eliminado. O resultado foi de 2 a 0 e o Grêmio venceu nos pênaltis, chegando às semifinais da competição.

Na hora de cobrir o jogo, o mito da batalha também é evocado. Na matéria intitulada “Drama nos Aflitos”, de 28/11/2005, são destacados relatos como: “trancados no vestiário, jogadores e dirigentes do grêmio chegaram a chutar uma porta para poderem assistir no gramado ao final da partida [...] [o zagueiro gremista] Domingos chegou a quebrar uma cadeira de madeira” (Zero Hora, Caderno de Esportes, p.2). Mas esta violência não é gratuita, desmedida e ilegítima: ela tem o álibi da imortalidade. Antes de começar o jogo, o jornal relata o sofrimento dos gremistas e a hostilidade do adversário, que deixou um forte cheiro de tinta e reduziu o vestiário do visitante pela metade. Segundo Zero Hora, após a vitória “os dirigentes e jogadores foram impedidos de entrar no campo por seguranças do estádio, os conselheiros choraram, ficava impossível conter os jogadores de comemorarem e desabafarem em campo” (Zero Hora, Caderno de Esportes, p.2). A hostilidade era tamanha que nem mesmo após a derrota houve dignidade por parte dos vencidos. A verdade é que dirigente nenhum pode invadir o gramado, houve a aplicação da regra, porém este sentido não é racionalizado em nenhum momento.

A mítica distorce o jogo. Sob este olhar, a vitória ocorreu em um campo inimigo, cercada de injustiças por todos os lados. Houve a “falta” de ética dos dirigentes do Náutico, a hostilidade de seus torcedores, o erro do árbitro, etc. Ignora-se o fato de que o time pernambucano teve um pênalti que não fora marcado a seu favor. Ignoram-se as atitudes desmedidas dos gremistas. A fúria não é analisada como extravagante, mas sim como uma maneira de expressar o erro da arbitragem, dimensionando o quanto esta estava prejudicando a equipe, indo ao encontro do conceito de ninismo presente na mitologia barthesiana<sup>57</sup>. Na mesma edição, na página 6, estão colocadas as injustiças, quando o jornal afirma que “não era pênalti, mas o árbitro marcou” (ZERO HORA, Caderno de Esportes, p.6). Após este contexto posto, vem a irracionalidade: “os jogadores do Grêmio se enfureceram, com agressões ao árbitro [...] o retardamento da cobrança, já que Marcel fez um buraco na marca do pênalti” (ZERO HORA, Caderno de Esportes, p.6). Novamente, a força de uma vitória ‘imortal’ formatava o álibi que Barthes tanto ressaltava como sendo típico do discurso mítico (1980).

---

<sup>57</sup> Barthes denomina ninismo como sendo uma figura mitológica que versa sobre dois contrários e dá um equilíbrio a ambos, de forma a rejeitá-los (BARTHES, 1980).

Este jogo dos Aflitos impregnou-se tanto na torcida quanto na mídia que é impossível não remetê-lo quando se fala de ‘imortalidade’. Na Zero Hora do dia 07/06/2007, foi publicada uma matéria sobre o jogo Grêmio e Santos pela Libertadores<sup>58</sup>. O título da matéria foi “17 minutos de tensão” (p.56). A seguinte foto veio logo abaixo do título:



**Figura 6 - Jogadores do Grêmio discutindo com atleta santista**

A partir destes dois elementos, título e fotografia, começam as analogias com a ‘Batalha dos Aflitos’. O próprio número ‘17’ remete ao jogo de Recife. Um dos livros que saíram sobre a partida chama-se “71 segundos”, escrito pelo colunista da Zero Hora Luiz Zeni Pires em 2006. A fotografia parece e muito com a que está na capa do livro: um adversário acuado entre os jogadores do Grêmio, a tensão da violência física, a revolta e o nervosismo dos jogadores, etc. Todos estes são elementos cujo paralelismo mostra a mítica impregnada no imaginário da imprensa.

---

<sup>58</sup> Segundo jogo da semifinal da Libertadores de 2007. O Grêmio perdeu por 3 a 1, mas foi a final devido a vitória de 2 a 0 obtida no Estádio Olímpico.



**Figura 7 - Jogadores do Grêmio cercam o árbitro na ‘Batalha dos Aflitos’**

#### **4.3.5. O impossível acontece**

Eis a síntese de toda a mítica do *Imortal Tricolor*, transformar o que parecia impossível em fato. Os jornais não tratam como vitória inesperada, mas como superação. Como no mito do herói (CAMPBELL, 1995), o Grêmio faz o impossível e depois desfruta a glória de conseguir algo que estaria além de sua capacidade, mas, principalmente, a idéia de que tal característica é exclusiva da equipe – nenhuma equipe do mundo conseguiria fazer igual. Podemos citar a capa do caderno de esportes da Zero Hora de 28/11/2005 que coloca:

Mas o que foi isso? O que foi que aconteceu sábado passado neste estádio de nome tão apropriado, o dos Aflitos, em Recife? Isso que o Grêmio fez, não é normal. Não porque venceu o Náutico por 1 a 0, conquistou o título da Série B e retornou a primeira divisão. Não. Foi a maneira que isto aconteceu. O que o Grêmio fez não foi apenas improvável. Foi impossível. A façanha do Grêmio em Pernambuco é única, nunca aconteceu antes, certamente jamais se repetirá. (COIMBRA, David. Caderno de Esportes Zero Hora, 28/11/2005, p.1)

O jornalismo, como discurso em torno do futebol “é capaz de forjar um sentimento de coesão social, de pertencimento a uma nação, a uma entidade; é capaz de divulgar valores, comportamentos e costumes de um grupo” (LORENZ, 2009, p.14). Esta noção é uma que fundamenta a imortalidade. A ressalva é importante: neste caso, o mito não é somente criado pelo jornalismo, mas é apropriado, amplificado e massificado. Sem o reconhecimento da imprensa, talvez esta idéia de ‘imortal tricolor’ não se perpetuaria devido ao fato de pertencer a uma idéia coletiva, etérea.

#### 4.3.6. O Grêmio e sua metáfora religiosa<sup>59</sup>

A mitologia do ‘imortal’ é reforçada devido à conotação religiosa que é dada ao futebol. Na coluna de Paulo Sant’Ana, no dia da ‘Batalha dos Aflitos’<sup>60</sup>, intitulada *Imortal Tricolor*, A esperança da vitória dos torcedores é tratada nos termos religiosos: “São felizes os que crêem, os que não desanimam, os que se defrontam com as piores encruzilhadas e acreditam que sairão delas não só ilesos como realizados” (SANT’ANA, 2005). O discurso está em claro tom de homilia, com referências a Moisés – a nação tricolor saberá transpor todos os canais da paisagem recifense.

As fotografias são importantes exemplares de como o futebol, e em especial o Grêmio, cruza o esporte com a religião. Na capa do jornal do dia 28/11/2005, que trouxe a repercussão da ‘Batalha dos Aflitos’, todo o seu espaço é ocupado por matérias sobre o Grêmio, com exceção de uma pequena manchete sobre o Internacional. Uma grande foto simboliza a conquista.



**Figura 8 - Jogadores do Grêmio comemorando a vitória na ‘Batalha dos Aflitos**

A foto pode ser explicada da seguinte forma: é o time do Grêmio saudando seus torcedores sobre um caminhão de bombeiros. Mas, em uma perspectiva religiosa, vemos os torcedores de mãos erguidas, em ‘devoção cega’ aos ídolos que abanam aos seus fiéis, como o Papa faz na sacada da Basílica de São Pedro. O referente religioso é

<sup>59</sup> A relação do futebol com a religiosidade é metafórica. O religioso ‘real’ não tem relações com o futebol para além do discurso. Se atualmente admite-se o futebol como religião, em *stricto sensu*, há um erro na ontologia das atividades, não propriamente a etimologia, já que a palavra significa desde ‘prestar culto a uma divindade’ até ‘ligar novamente’ (no sentido de conectar novamente um ente com outro).

<sup>60</sup> Paulo Santana, Zero Hora dia 26/11/2005, p.47

reforçado pela expressão “saiu do inferno” (p.1) no subtítulo. Há outra infinidade de conotações que podemos atribuir à imagem, como o regresso dos heróis após uma jornada. O próprio título colabora para tal – “O Incrível Regresso: Como o Grêmio saiu do inferno e entrou para a história em 71 segundos”. Título e legenda remetem aos épicos, às histórias de heróis clássicos, que saem das piores situações e passam à referencial histórico.

Há outras imagens que reforçam a metáfora do esporte como religião:



**Figura 9 Jogadores rezando no vestiário dos Aflitos**



**Figura 10 Torcedor indo ajoelhado ao Estádio Olímpico**





**Figura 11 Torcedor rezando pela vitória gremista**

Todas as três fotografias são referentes ao dia 28/11/2005 (p.9), que cobriu a ‘Batalha dos Aflitos’. A primeira retrata os jogadores e dirigentes ajoelhados no vestiário rezando; a segunda é um torcedor pagando uma promessa, indo de joelhos até o estádio Olímpico, chegando com as mãos e pés ensanguentados<sup>61</sup>; a terceira é um torcedor segurando um terço e assistindo ao jogo na televisão. As três imagens não são referentes à religiosidade, mas à devoção ao Grêmio. A primeira é mais um desabafo que uma oração, até mesmo porque os jogadores têm crenças diferenciadas e podem não crer realmente na sua profanação oratória; a segunda é uma promessa de jogo, não religiosa: assemelham-se os ritos, mas não é em prol de uma divindade, a não ser que esta seja referente ao Grêmio; e por fim, a terceira está no campo das superstições, muito mais do que aliados à fé: o terço é um ponto de fuga, não tem uma real conotação de fé.

O discurso mítico do ‘imortal tricolor’ apela muito ao sobrenatural, mas não ao divino. O uso da palavra ‘deus’ é vazio. A explicação para uma vitória inacreditável tem a sua dose de crença, mas esta está mais em um somatório de forças etéreas do que a ideia de intercessão divina. A matéria de 07/12/2008, dia em que o Grêmio podia

---

<sup>61</sup> A imagem do sangue em uma conquista é muito presente no Grêmio. Em 1983, Hugo de Leon ergueu a taça de campeão da Libertadores com a cabeça sangrando. Esta imagem *mitificada* é considerada pela torcida como o grande símbolo daquela conquista.

sagrar-se tricampeão brasileiro com uma combinação improvável de resultados, intitulada “Acredite”, apelava para a “fé dos gremistas de que outra façanha é possível” (p.47). Instigava o torcedor a lembrar “conquistas como o Brasileiro de 1996, a Copa do Brasil de 2001 e a ‘Batalha dos Aflitos’ de 2005 [...] com o Grêmio, convêm acreditar.” (p.47). A ‘imortalidade’ é esta força sobrenatural. A matéria da Zero Hora do dia 20/06/2007 utiliza uma frase que expressa bem esta idéia: “quando a imortalidade descer dos céus para dar carrinho no Olímpico ao lado da torcida, na espetacular finalíssima da Libertadores” (p.46). No fim, todo o gremista reza apenas pelo milagre advindo dela. É ela a invocada e que faz o impossível acontecer, independente da cartilha que cada gremista reze.

#### **4.3.7. A imortalidade quebra a lógica**

Uma das estratégias fundamentais desta nova dimensão da imortalidade tricolor é, de certa forma, engrandecer o poder do adversário perante o Grêmio. Ao contrário do que se identificava em 1983, a força gremista não está no técnico, mas na força de superar o favorito (LORENZ, 2009). Um exemplo está na coluna de Paulo Sant’Ana do dia 01/04/2006, referente à final do Gauchão de 2006:

O favoritismo [do Internacional] se reflete no poder econômico. Verifiquem a folha de pagamento dos dois plantéis cujos times hoje se defrontam e terão a sensibilidade da imensa largura da diferença técnica que os separa. A folha de pagamento do Internacional é quase quatro vezes maior que a do Grêmio. (SANT’ANA, Paulo. In Zero Hora, p.47 01/04/2006)

Como grande porta-voz da torcida e jornalista, o colunista Paulo Sant’Ana frequentemente transita entre os dois lados. Porém, é interessante verificar a sua condição: ele é um importante reproduzidor dos mitos. E apela a eles para convocar a torcida a crer pela quebra do que parece ser um resultado provável: a derrota do Grêmio. Novamente cito o exemplo do primeiro jogo da final do Campeonato Gaúcho de 2006, que em sua coluna ele escreve:

os milhares de gremistas que vão hoje ao Olímpico munem-se de uma única grande arma: a esperança [...] A lógica conduz para uma vitória colorada. Mas quem disse que em futebol a lógica não dá lugar a surpresa? [...] Será que a espessa lógica não pode de repente soçobrar ante à tradicional garra tricolor? Uma vitória provável do Grêmio – o milagre

– só pode vir por heroísmo. (SANT’ANA, Paulo. In Zero Hora, p.47 01/04/2006)

A iminência da impossibilidade de superação de um desafio é vista como uma inversão da lógica. Dois exemplos podem ser dados. A Zero Hora do dia 20/04/2007, antecedendo a semifinal do Gauchão e o jogo decisivo da fase classificatória da Libertadores, escreveu<sup>62</sup>: “Para sorte dos gremistas, vitórias tidas impossíveis são uma das marcas da história do clube” (p.56). A matéria do dia 25/04/2007, que cobriu o jogo Grêmio e Cerro Porteño pela Libertadores de 2007 escreve assim:

Marca registrada das grandes decisões do Grêmio, a superação prevaleceu. Vencendo o desgaste físico e a tensão de duas decisões em menos de uma semana, o Grêmio ganhou do Cerro Porteño por 1 a 0, ontem a noite, no Olímpico (p.51)

Verifica-se o destaque que é dado ao desgaste da equipe que havia enfrentado uma decisão há poucos dias. O adversário, que a princípio parece modesto, engrandece-se na medida em que o time do Grêmio é diminuído (desgaste físico, tensão da decisão...). Ressaltar as dificuldades internas do clube é sempre um bom meio para engrandecer a mítica, dando-lhe, como escrito acima, a superação como importante elemento para se obter a vitória.

#### **4.3.8. O mito e a memória**

Para o mito se fomentar, é necessário sua naturalização. O futebol é considerado uma importante manifestação coletiva de diversas almas individuais. Ele não é apenas a manifestação de uma condição social-psicológica (FRANCO JÚNIOR, 2007). Devido a isto, é importante a identificação de tal condicionamento, e que este seja mais perene do que uma simples matéria de *hard news*.

A memória é um termo caro para o discurso, o mito e o jornalismo, já que proporciona o substrato em que essas três formas vão se expressar. Presente na comunicação, e inserida na cultura, é de natureza dinâmica,

<sup>62</sup> O Grêmio teria dois jogos decisivos em quatro dias: a semifinal do Campeonato Gaúcho, dia 20/04/2007, contra o Caxias e o jogo do dia 24/04/2007, que faria a equipe passar de fase na Libertadores caso vencesse o Cerro Porteño. Em ambos os casos o Grêmio venceu: o primeiro por 4 a 0 e o segundo por 1 a 0, com um gol na etapa final.

capaz de inovar as experiências, o sentido da vida e do mundo. (HAGEN, 2006, p.9)

O mito da ‘imortalidade tricolor’ é reconhecidamente um pilar-base da identidade da equipe. Ser gremista e não identificá-la chega até mesmo a soar contraditório. A própria imprensa busca resgatar o mito toda a vez que há um jogo decisivo. Em matéria do dia 12/05/2006, no decorrer do Campeonato Brasileiro, uma avaliação sobre o histórico jogo da ‘Batalha dos Aflitos’ será refeito:

As imagens permanecem vivas na memória dos torcedores gremistas. Galatto joga o corpo para o lado esquerdo, defende o pênalti cobrado por Ademar, do Náutico, e abre o caminho para a volta do Grêmio à Série A, completado minutos após com o gol de Anderson. Este momento do jogo já é considerado memória coletiva, parte histórica e indivisível da carreira de dois jogadores em especial, Galatto e Anderson, sem mencionar que também é parte inextrincável da mítica gremista. (ZERO HORA, 12/05/2006, p. 51)

A matéria do dia 14/06/2007, intitulada “Pelo Milagre, Aflitos é aqui”, que repercutiu o primeiro jogo da final da Libertadores de 2007. afirma que “para quem já fez a façanha dos Aflitos, o inviável nem sempre é impossível” (p.52). Na continuidade da cobertura, o treinador gremista Mano Menezes fala em “virada épica” (p.54), destacando que “Vamos precisar capacidade de superação, o que sempre tivemos [...] temos experiência em reverter resultados. Vamos nos apegar a isto” (p.54). No dia 15/06/2007, o jornal voltou a discursar sobre a mítica. “Acostumados às viradas aflitas e históricas do Grêmio, os torcedores não se intimidaram com os 3 a 0 em Buenos Aires” (p.45). Apesar da derrota na final da Libertadores, a imortalidade ainda está presente como expresso na coluna de Moisés Mendes do dia 21/07/2007:

agora, depois da ressaca de tanta fé, é preciso admitir, em nome da racionalidade que domina o futebol, que também os imortais se submetem as suas circunstâncias. Sant’ana acha que o time era ruim e prevê o início de um inverno terrível [...] tudo isso será apenas uma pausa. Imortais tem momentos de desglamourização e de provações. E disse o Sant’ana: aguardaremos a próxima imortalidade (MENDES, Zero Hora, 21/07/2007, p.61)

Estes são alguns exemplos de que o mito é realmente enraizado na memória.

Sem a memória e sem a reificação de que a memória precisa para se realizar e que faz dela, como diziam os Gregos, a mãe de todas as artes, a experiência viva dos comportamentos, das ações, dos discursos e do pensamento perderia toda a realidade em cada pausa e desapareceria como se nunca tivesse existido (RODRIGUES, 1999, p. 55 apud HAGEN, 2006, p.9).

Sempre que há uma situação de dificuldade, ele surge na cabeça de todos os que estão familiarizados com o mito. Estes não são apenas os gremistas, mas também os jornalistas. Com a sua capacidade de latência, a ‘imortalidade’ apenas é espectro nos bons momentos, mas quando tudo parece impossível ela ressurge coletivamente. Nesta visão, ela não é apenas um conjunto de fatores de jogo, mas um *estado psíquico*, apenas esperando o momento de aflorar.

#### 4.4. OS OUTROS E A MÍTICA

O que os jornais do centro do país reconhecem do Grêmio Imortal? Considerando o volume relativamente baixo de notícias sobre o futebol do Sul do país, uma busca por termos nas edições online podem dar um panorama no qual se confirme o reconhecimento da mítica. Para esta busca, foram escolhidos dois termos que a substantivam: imortal e imortalidade. Segmentando a busca apenas pela editoria de esporte, identificamos nos seguintes jornais a determinada situação

##### 4.4.1. A mítica do imortal no online do jornal *O Estado de São Paulo*

Em uma busca pelo termo “imortalidade”: foram encontrados cinco resultados<sup>63</sup>, que datam desde dezembro de 2008, cerca de um ano após o jornal intensificar suas edições online. As referências são as seguintes:

---

<sup>63</sup> Foram encontrados também as seguintes manchetes: “Pelé, um mito imortal completa 70 anos de vida”, e outra com referência a uma vitória argentina na Copa de 2010. O termo imortalidade não aparece conectado ao futebol, mas sim a uma conferência que Borges deu no dia da abertura da Copa de 1978, sediada na Argentina.

- “Grêmio transfere responsabilidade para o São Paulo”<sup>64</sup>, matéria de 03/12/2008, destacando a dificuldade que o adversário terá no seu jogo fora de casa, apostando na mítica imortal sob o São Paulo, prejudicando-o na sua partida.
- “Grêmio se agarra a mística pelo título do Brasileirão”<sup>65</sup>, matéria de 06/12/2008, relembando feitos históricos do Grêmio em que elementos da mítica do imortal tricolor esteve presente, e como esta pode novamente aparecer para ajudar o time gaúcho a ser campeão. A matéria está ornada de expressões semelhantes as empregadas pelo Jornal Zero Hora, embora de maneira muito menos exaltada: “O Grêmio espera conseguir mais uma reviravolta histórica para comemorar seu terceiro título brasileiro neste domingo”, “Nossos times podem não ter grande expressão técnica, mas são movidos por essa mística da imortalidade”, afirma o presidente do clube gaúcho” e “As façanhas do passado autorizam torcedores, diretores e jogadores a acreditarem que, entre nove combinações de resultado possíveis, vá ocorrer a única que interessa ao tricolor gaúcho”.
- Matéria de 13/05/2009<sup>66</sup> destaca a virada que o Grêmio impôs ao Santos em sua casa, quando estava perdendo de 2 a 0 e virou para 4 a 3 em menos de 45 minutos. Novamente se destaca a imortalidade com termos como “heróica vitória” e as declarações dos dirigentes: “Kroeff também comentou o fato de o Grêmio ter justificado o seu apelido de imortal, que nunca desiste de vencer mesmo nas piores situações. ‘Não acho imortalidade, não. Acho que imortalidade é quando a gente tem sorte. Hoje (quarta-feira) a gente teve até azar. Aqueles gols do Santos foram meio azarados’, reforçou”.

A busca pelo termo “imortal” no Estado de São Paulo online também retornou resultados que comprovam a visão que se têm da imortalidade tricolor. Dos nove resultados encontrados, seis são referentes ao Grêmio.

---

<sup>64</sup><http://www.estadao.com.br/noticias/esportes,gremio-transfere-responsabilidade-para-o-sao-paulo,287753,0.htm>. Acesso em 30/04/2011 às 19:56

<sup>65</sup><http://www.estadao.com.br/noticias/esportes,gremio-se-agarra-a-mistica-pelo-titulo-do-brasileirao,289692,0.htm>. Acesso em 30/04/2011 às 20:02

<sup>66</sup><http://www.estadao.com.br/noticias/esportes,presidente-diz-que-gremio-mostrou-cara-ao-brasil,551154,0.htm>. Acesso em 30/04/2011 às 20:07

- “Renato Gaúcho festeja Grêmio ‘imortal’ e usa Zico como exemplo”<sup>67</sup>: Mais uma vez o Grêmio conseguiu um empate com gol no final e vitória nos pênaltis na final da Taça Farrroupilha de 2011, uma situação típica das classificáveis como imortais. O destaque é para a entrevista do treinador Renato Gaúcho e a sua ênfase na imortalidade e competência do clube: “O treinador ressaltou que o Grêmio fez jus ao seu apelido de imortal ao buscar o empate nos acréscimos do tempo normal, aos 50 minutos da etapa final, depois de chegar a estar perdendo por 2 a 0.”
- Duas matérias<sup>68 69</sup> usam o “Imortal” de maneira substantivada: um sobre a saída do jogador Jonas (08/02/2011), que demonstrou seu carinho pelo “Imortal Tricolor” e a outra sobre a chegada do zagueiro Rodolfo, que escreveu no twitter “Imortal soon” (25/01/2011), com referência ao apelido do time.
- É notável também o destaque que os jogadores, dirigentes e meios de comunicação do clube dão a imortalidade. O jogador Victor, em matéria do dia 01/12/2008<sup>70</sup>, ressalta que “O Grêmio é caracterizado por conquistas na base da luta e da raça”, disse Victor. “Espero que a condição de imortal do clube possa ser confirmada”.
- As outras duas matérias (“Grêmio transfere responsabilidade para o São Paulo” e “Grêmio se agarra a mística pelo título do Brasileirão”) já foram citadas ao se abordar o termo imortalidade.

Esta visão do *Imortal* geralmente está sob duas perspectivas: o discurso oficialista, dos jogadores e dos dirigentes, o que Barthes considera uma fala não-mitificada, mas propagandista, e a fala mítica. O amplo uso do substantivo ‘imortal’ mostra a eficiência da penetração do termos na ampla gama de ‘apelidos’ que a equipe possui, comprovando a eficiência das estratégias da direção de propagar a ideia. Porém, quando o jornal admite a bravura, o valor da garra, usa-se de um discurso mitificado,

<sup>67</sup><http://www.estadao.com.br/noticias/esportes,renato-gaucha-festeja-gremio-imortal-e-usa-zico-como-exemplo,690013,0.htm> Acesso em 30/04/2011 às 20:34

<sup>68</sup><http://www.estadao.com.br/noticias/esportes,em-carta-apos-saida-atacante-jonas-se-desculpa-com-gremistas,676690,0.htm> Acesso em 30/04/2011 às 20:44

<sup>69</sup><http://www.estadao.com.br/noticias/esportes,gremio-contrata-zagueiro-rodolfo-por-emprestimo,671507,0.htm> Acesso em 30/04/2011 às 20:48

<sup>70</sup><http://www.estadao.com.br/noticias/esportes,souza-brinca-com-matematicos-e-fala-em-titulo-gremista,286723,0.htm> Acesso em 30/04/2011 às 21:21

comprovando que o mito também consegue confluir para outros veículos que estão mais distantes do dia-a-dia gremista.

#### 4.4.2. A mítica do imortal no online do jornal Folha de São Paulo

Em relação ao *Estado de São Paulo*, a Folha não dá um destaque tão grande à imortalidade. Porém, seguindo os mesmos critérios de busca utilizados no Estadão (busca pelos termos ‘imortal’ e ‘imortalidade’ na editoria de esportes), foram encontrados 10 resultados, sendo que cinco referiam-se ao Grêmio<sup>71</sup>:

- A matéria do dia 02/05/2011, “Dispensado, Carlos Alberto diz que pretende voltar ao Grêmio”<sup>72</sup>, referindo-se a fala do jogador: “‘Obrigado torcida desse clube lindo que um dia voltarei a jogar. Apoiem o Renato e esses jogadores porque esses merecem. Sempre imortal!’ declarou, em referência a alcunha que os gremistas deram ao time” (Site da Folha de São Paulo, 02/05/2011).
- No dia 04/04/2009, foi publicada a matéria “Jogadores do Inter descartam ‘salto alto’ no Gre-Nal do centenário”<sup>73</sup>, referente ao jogo que marcava os 100 anos do clássico gaúcho. O ‘imortal’ aparece no seguinte trecho: “Sobre o fato de o Grêmio vir em baixa, [Índio, zagueiro do Internacional,] recusou tanto a hipótese de o Inter entrar de ‘salto alto’ quanto a de o adversário repetir sua fama de ‘imortal’” (Site da Folha de São Paulo, 04/04/2009).
- No dia 01/12/2008 a Folha também destaca a última rodada do Campeonato Brasileiro, na qual o Grêmio poderia sagrar-se campeão. A matéria é intitulada como “Grêmio diz acreditar em conquista sofrida e mística de ‘imortal’”<sup>74</sup>. Outro trecho de destaque, e que mostra mais a opinião do jornal em relação às anteriores que apreendem mais a visão institucional, é:

<sup>71</sup> As demais referiam-se aos seguintes assuntos: duas matérias sobre Pelé, referido como sendo ‘um ídolo imortal’; Maradona, citado pelos argentinos como ‘imortal’, duas matérias sobre o lance chamado ‘drible da vaca’, protagonizado por Pelé em 1970 e a equipe portuguesa do Imortal.

<sup>72</sup> <http://www1.folha.uol.com.br/esporte/910026-dispensado-carlos-alberto-diz-que-pretende-voltar-ao-gremio.shtml>

<sup>73</sup> <http://www1.folha.uol.com.br/folha/esporte/ult92u545893.shtml>

<sup>74</sup> <http://www1.folha.uol.com.br/folha/esporte/ult92u473775.shtml>



Ainda com chances de conquistar o título do Campeonato Brasileiro, o Grêmio se escora na mística do ‘imortal tricolor’, um dos trechos de seu hino, e espera conquistar o título de uma maneira sofrida. (Site da Folha de São Paulo, 01/12/2008).

- A matéria “Após derrota, Grêmio precisa de duas proezas na Libertadores”<sup>75</sup> do dia 15/06/2007, destaca a final da Libertadores contra o Boca Juniors. Novamente está expressa a escolha editorial pela temática da imortalidade: “O [...] feito que o Grêmio terá de alcançar na quarta-feira, se obtido, faz jus ao apelido de ‘imortal tricolor’ que tanto orgulha sua torcida.” (Site da Folha de São Paulo, 15/06/2007).
- No dia 21/06/2007, na matéria “Após vice, Grêmio fala em sucesso no Brasileiro e em voltar à Libertadores”<sup>76</sup>, o destaque foi para a derrota do Grêmio contra o Boca Juniors, lhe rendendo o vice-campeonato. O ‘imortal’ aparece na fala do presidente gremista, referindo-se aos torcedores: “Eu espero que isso continue, que esta torcida maravilhosa não abandone [...] ‘O imortal tricolor’ foi construído por eles” (Site da Folha de São Paulo, 21/06/2007).

Novamente aparece no online da Folha de São Paulo estratégias semelhantes às utilizadas pelo seu concorrente, O Estado de São Paulo. Há o destaque ao discurso oficialista, mas também é verificada a relevância que a fala mítica possui para o jornal quando trata de momentos decisivos na história do Grêmio, notoriamente referentes ao Campeonato Brasileiro de 2008, no qual o time gaúcho disputava o título contra o São Paulo, equipe que interessa mais ao público que lê o jornal e acessa seu site.

#### 4.5. A PROPAGANDA INSTITUCIONAL

O uso das terminologias ‘imortal’ e ‘imortalidade’ estão amplamente difundidas nos diversos discursos acerca do clube, seja no que dizem os dirigentes, seja no que

<sup>75</sup> <http://www1.folha.uol.com.br/folha/esporte/ult92u304584.shtml>

<sup>76</sup> <http://www1.folha.uol.com.br/folha/esporte/ult92u306118.shtml>

aparece na imprensa. Porém, é importante distinguirmos o que é o mito e o que é o uso publicitário.

A institucionalização do mito é possível, mas não é compatível com seu caráter. A cadeia mítica transfigura-se quando ela é apropriada e passa a ser a primeira cadeia de significação.

Existe portanto uma linguagem que não é mítica, é a linguagem do homem produtor: sempre que o homem fala para transformar o real, e não mais para conservá-lo em imagem, sempre que ele associa a sua linguagem a produção das coisas, a metalinguagem é reenviada a uma linguagem-objeto, e o mito torna-se impossível. (BARTHES, 1980, p.166)

O Grêmio, ao buscar institucionalizar o mito, desapropriou a sua metalinguagem e tornou o seu discurso como produto. Quando os presidentes, dirigentes de futebol, técnicos e até mesmo alguns jogadores ligados à assessoria de imprensa do clube, tentam vender esta imagem em suas declarações, não estão vendendo um mito, mas uma marca, já que o mito não se vende, ele se constrói. A fala de Paulo Odone ao declarar que “[espera] que isso continue, que esta torcida maravilhosa não abandone [...] ‘O imortal tricolor’ foi construído por eles” (Site da Folha de São Paulo, 21/06/2007), na verdade está matando esta construção, dando uma nova visão: a de discurso institucional e propagandeado. O clube tenta vender esta imagem de ‘imortal’ a todos os possíveis receptores. Tal rótulo é um forte elemento de identidade, e que busca diferenciá-lo de outros clubes – ou ao menos o Grêmio tenta fazer crer que a imortalidade é uma marca legitimamente sua. Por exemplo, o Inter possui o seu slogan “Campeão de Tudo”. Este é um diferencial de identidade, uma institucionalização, mas não chega a ser um mito. Assim como os rótulos de *Imortal Tricolor* dos dirigentes também não o são. Esta tentativa de conferir uma identidade para cada um está centrada na rivalidade, um tenta ser o mais diferente possível do outro. Porém o mito não possui uma origem forçada: ele é espontâneo, não imposto por um regimento publicitário.

O mito é, como já fora abordado, uma segunda cadeia, que utiliza-se da linguagem-objeto como forma mas esvaziando-a com o seu conceito. Este conceito não é uma imposição, ele está naturalizado e advém da história, não de uma imposição publicitária. A linguagem política não confere a linguagem mítica, tanto que Barthes (1980) define o mito como uma fala *despolitizada*. O mito não possui a relação de

verdade, mas de utilização: os homens o usam e o despolitizam conforme suas necessidades. Portanto, quando trata-se de publicidade ou de propaganda, não estamos falando do mito, mas de uma desapropriação deste em prol de uma fala típica de marketing.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho diversos conceitos acerca dos mitos barthesianos foram trabalhados: conceito, forma, naturalização, etc. O importante é verificar que se trata de linguagem, do discurso acerca de um objeto: o Grêmio. Não se discute a ontologia da equipe, mas sim o que se fala sobre ele de forma mitificada. O Grêmio não é *imortal*, mas seu mito é, ao menos até ser totalmente mitificado por outro. O futebol foi trabalhado como discurso, principalmente através das metáforas que falam sobre ele. O mito da ‘imortalidade tricolor’ é replicado no jornal Zero Hora de maneira ampla e raramente é questionado. Esta tríade - Grêmio, Zero Hora e mito - são fundantes neste trabalho, e a sua revisão permitiu constatações valiosas.

Apesar de debatidas e contestadas, as ideias barthesianas cabem muito bem em análises discursivas acerca dos mitos. Porém, o seu entendimento como meramente uma cadeia linguística é pouco para referir-se a um campo tão amplo da significação. A subjetividade humana é uma grande genitora mítica, e este pode estar manifesto em discurso ou planando no campo etéreo dos pensamentos coletivos. O importante é que se tenha a noção de que o mito não é uma verdade – mas não é uma inverdade também. Ele possui um caráter de significante, mas não está infundado em bases objetivas. Apenas há mitologias porque há o reconhecimento coletivo de sua relevância.

Não podemos acusar o mito como sendo o assassino da história. Ele pode ser o agente da imprecisão, da distorção, mas ele preserva o pouco de verdade que um determinado fato possui. Ele surge exatamente da necessidade de cultivar uma história humana que não está no antro das verdades imaculadas, como se elas existissem. O mito permite que cada uma das mentes que o reproduzem coloque um pouco de sua subjetividade no objeto discursado.

Toda mitologia tem a ver com a sabedoria da vida, relacionada a uma cultura específica, numa época específica. Integra o indivíduo na sociedade e a sociedade no campo da natureza. Une o campo da natureza à minha natureza (CAMPBELL apud HAGEN, 2006, p.4).

Na imprensa não pode ser diferente. Ela é mais um produto da estrutura humana, e tratando-se de jornalismo, uma tentativa de registro da história. Porém, a maneira que

algumas notícias são tratadas, sem a criticidade que muitas vezes não chega a ser culpa do jornalista, mas do mercado que exige o resultado antes da apreciação, torna-se campo prolífero para o mito. Nas páginas de jornal, é possível sorver diversos mitos sem ao menos saber se estes são ou não mitos. Dependendo do que se fala, algumas editorias são mais propensas a promover tal fala do que outras. E a cobertura esportiva é uma das principais reprodutoras de cadeias míticas.

O mito está presente na cobertura esportiva porque o seu objeto suscita um discurso em si que já é fortemente mitificado. A imprensa esportiva brasileira ocupa-se basicamente em cobrir apenas o que concerne ao futebol. Todos os sentidos e metáforas presentes no meio futebolístico fazem parte do imaginário do torcedor, que muitas vezes acaba mitificando algumas de suas práticas. O futebol é considerado uma importante manifestação coletiva de diversas almas individuais. Ele não é apenas a manifestação de uma condição social-psicológica (FRANCO JÚNIOR, 2007). A imprensa acaba indo ao encontro destes mitos e acaba reproduzindo-os de maneira consciente, porém indeliberadamente o jornal reproduz o mito, que ganha uma dimensão maior à medida que os meios circulam amplamente e também não são profundamente criticados por seus leitores.

Por estas constatações verifica-se a relevância do mito da ‘imortalidade’ gremista. Este surge dentro da torcida, mas será que seria o mesmo caso não fosse reconhecido pela imprensa? Claro que não. Esta identificação de um discurso coletivo é exatamente um dos aspectos fundamentais do mito. Ele não se encerra em si, ele é expansível e o quanto mais o reconhece mais ele enraíza-se. O mito apenas termina com o esquecimento. A memória coletiva dos gremistas, que invoca a imortalidade da ‘Batalha do Aflitos’ nos momentos de dificuldade, é a que mantém a mitologia presente. Porém, com o reconhecimento da imprensa este mito será identificado também por outras partes além do mundo gremista, mas por todos que tenham um mínimo conhecimento do objeto ao qual se refere.

O mito é relacionado com as diversas metáforas do jogo, atreladas a seu discurso. Ele tem o seu conceito provindo do drama, da religiosidade, da guerra, etc. Este caráter metafórico é a asseveração de uma subjetividade condicionada a uma visão que está mais ligada aos conceitos do que aos sentidos, condicionando a mítica no futebol. Novamente aparece aqui a *visão* que se tem do jogo, não ele *em si*, em seus

valores objetivos Este é o condicionamento da cobertura jornalística: ela vê o mito da ‘imortalidade’ sob seus simbolismos, seus rótulos, sob as práticas metaforizadas, mas com pouca precisão. A referência está distante, separa pela barreira intransponível que há entre a sua realidade e o pensamento humano. Quando a memória condiciona uma visão, ainda mais relacionada com a emotividade, as metáforas que vêm de encontro à pessoa, que em seu discurso passa a apropriar-se do que crê ser uma aproximação com o sentido, mas que na verdade é o mito.

Por esta ligação com a memória, o mito do ‘imortal tricolor’ deve perdurar. Mesmo após um bom tempo latente, ele é resgatado quando os seus aspectos fundamentais renascem. Um exemplo é o intervalo entre final de 2008 e início de 2010. O Grêmio passou um ano de 2009 sem grandes atuações dignas da dita ‘imortalidade’, e esta ficou um pouco esquecida durante um certo tempo. Mas em 2010, no dia 13/05, a Zero Hora voltou a destacar o time ‘copeiro’, exaltando a “famosa mística do clube”<sup>77</sup> (p.48).

As figuras retóricas do mito são muito importantes para entender como ele opera na linguagem. O Grêmio depende de certos elementos que fundamentam a sua imortalidade, como o seu adversário. A fala mítica necessita de imagens correlacionadas ao mundo real para que o seu discurso consiga sustentar-se. Um ato individual não vai criar um mito se ele não for reconhecido e reproduzido pelos demais.

Portanto, o mito é uma latência que está há muito tempo no imaginário sobre o clube. Ele é revisto, refeito, discursado novamente, mas é inegável a sua presença constante no que se entende como sendo *identidade gremista*. Estes discursos feitos nos últimos 30 anos construíram, ativaram e reativaram diversos momentos esta matriz do discurso gremista. Não é o time que produz este fenômeno, mas tudo aquilo que foi posto em circulação nos discursos sobre o clube (LORENZ, 2009).

Todos os jornais gaúchos, o discurso de dirigentes, a negação do mito, a fala dos jogadores, os jogos, estes fatores somados dão a noção de ‘imortalidade’ que temos atualmente. Este mito vai se reformular no futuro, porém creio que apenas uma série muito grande de fatores pode extinguir a mitologia. O próprio Barthes (1980) fala em

---

<sup>77</sup> Em referência ao jogo Grêmio e Santos pela semifinal da Copa do Brasil. O Grêmio saiu perdendo por 2 a 0 dentro do estádio Olímpico, mas em menos de 45 minutos virou o placar e o jogo acabou em 4 a 3. Posteriormente, o Grêmio seria eliminado da competição após ser derrotado pelo mesmo Santos na Vila Belmiro por 3 a 1.

mitificação do mito, mas isso seria uma reinvenção, e não uma extinção do primeiro sistema. Mas não há dúvidas de que a imortalidade é um mito. Pois não pode ser *imortal* quem é rebaixado duas vezes e há 10 anos “morre na praia”.

## 6. BIBLIOGRAFIA

BARTHES, Roland. *Mitologias* [1957]. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 1980.

BARTHES, Roland. *Elementos de Semiologia*. São Paulo: Editora Cultrix, 1964.

BIRD, Elizabeth; DARDENNE, Robert (1988). *Mito, registro e histórias: explorando as qualidades narrativas das notícias*. In: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega, 1993. p. 263-277

BORELLI, Viviane. *Cobertura midiática de acontecimentos esportivos, uma breve revisão de estudos*. Anais do 24 Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Campo Grande/MS, setembro 2001 [cd-rom]. São Paulo: Intercom, 2001.

BUENO, Eduardo. *Grêmio: Nada pode ser maior*. Rio do Janeiro: Ediouro, 2005.

COIMBRA, David. *Aí vem o Grêmio*. *Zero Hora*, Porto Alegre, 28 nov. 2005. p. 1

FRANCO JÚNIOR, Hilário . *A Dança dos Deuses: futebol, cultura e sociedade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007

GASTALDO, E.L. *Considerações Sobre O País Do Futebol: Mídia E Copa Do Mundo No Brasil* . In: Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação. 2002, Salvador. Anais... São Paulo: Intercom, 2002. CD-ROM

GASTALDO, Édison Luis et al. *Futebol, Mídia e Sociabilidade: Uma experiência etnográfica*. *Cadernos Ihu Idéias*, São Leopoldo, n. , p.1-26, 2005.

GOOOL. Porto Alegre: Cynus, abr. 2011.

GUILIANOTTI, Richard. *A sociologia do futebol*. São Paulo: Nova Alexandria, 2002



HAGEN, Sean. *Jornalismo, Mito E Linguagem: uma abordagem teórica dos apresentadores-estrela*. In: XV COMPÓS, 2006, Bauru. Anais P. 1 – 15

HELAL, Ronaldo. *Mídia e Esporte: A construção de narrativas de idolatria no futebol brasileiro*. In: XXVI INTERCOM, 2003, Belo Horizonte. Anais. p. 1 - 14.

LORENZ, Sergio Roberto Lima. *A Construção Discursivo-Pedagógica Do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense Pela Mídia Impressa (1983-2005)*. Dissertação (Mestrado) - Ulbra, Canoas, 2009.

MAIA, Flávia Dourado. *Jornalismo e narrativa mítica: do ideológico ao imaginário*. In: [www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/r20-0637-2.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/r20-0637-2.pdf): Acesso em 12/04/2010 as 21:12.

MARQUES, José Carlos. *A Falação Esportiva (O Discurso Da Imprensa Esportiva E O Aspecto Mítico Do Futebol)* . In: Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação. 2002, Salvador. Anais.

MOTTA, Luiz Gonzaga. *A Notícia como Narrativa Mitológica*, Relatório Técnico CNPq, Brasília, 2001

OSTERMANN, Rui Carlos. *Até a pé nós Iremos*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2003.

SANT'ANA, Paulo. *Imortal Tricolor*. Zero Hora, Porto Alegre: 26 nov. 2005. p. 47.

SANT'ANA, Paulo. *A Lógica e o Milagre*. Zero Hora, Porto Alegre: p. 47. 1 abr. 2006.

SILVA, Alexandre Rocha da; SILVEIRA, Márcio Telles da. *Lendo o jogo: o futebol enquanto linguagem*. In: INTERCOM, 2010, Caxias do Sul.

SILVEIRA, Márcio Telles da. *Futebol da(á) televisão: Moldurações Audiovisuais*. 2010. Monografia (Graduação) - Ufrgs, Porto Alegre, 2010.

TOUSSAINT, Bernard. *Introdução a Semiologia*. São Paulo: Publicações Europa-América, 1978.

ZERO HORA. Porto Alegre, 02 dez. 2010.

ZERO HORA. Porto Alegre, 02 jul. 2009.

ZERO HORA. Porto Alegre, 06 jun. 2007.

ZERO HORA. Porto Alegre, 07 dez. 2008.

ZERO HORA. Porto Alegre, 07 jun. 2007.

ZERO HORA. Porto Alegre, 10 abr. 2006.

ZERO HORA. Porto Alegre, 10 maio 2007.

ZERO HORA. Porto Alegre, 12 maio 2006.

ZERO HORA. Porto Alegre, 13 jun. 2007.

ZERO HORA. Porto Alegre, 13 maio 2010.

ZERO HORA. Porto Alegre, 14 jun. 2007.

ZERO HORA. Porto Alegre, 18 maio 2007

ZERO HORA. Porto Alegre, 20 abr. 2007.

ZERO HORA. Porto Alegre, 20 jun. 2007.

ZERO HORA. Porto Alegre, 21 abr. 2007.

ZERO HORA. Porto Alegre, 21 jun. 2007.

ZERO HORA. Porto Alegre, 23 maio 2007.

ZERO HORA. Porto Alegre, 24 maio 2007.

ZERO HORA. Porto Alegre, 25 abr. 2007.

ZERO HORA. Porto Alegre, 26 nov. 2005.

ZERO HORA. Porto Alegre, 28 nov. 2005.

ZERO HORA. Porto Alegre, 30 nov. 2005.

## 7. ANEXOS

### **Primeiro Hino do Grêmio**

Ano: 1924

Letra: Isolino Leal.

Vibre em nós a luz da energia  
que dá fulgor e faz heróis;  
músculos de aço e varonia  
nos façam da pátria áureos sóis

Do sul ao norte  
Nos seja prêmio  
A fé no Grêmio  
Invicto e forte!

A nobreza, se o prélio freme,  
é quem inspira o coração  
Da nossa gente que não treme,  
e luta sempre como um leão.

Filhos do Pampa erguendo a fama  
Desta terra de honra e valor,  
com a alma acesa, em viva chama,  
por ela cante o nosso amor!

**Segundo Hino do Grêmio**

Ano: 1946

Letra: *Breno Blauth*

Abram alas, abram alas,  
Lá vem o quadro tricolor  
Nós estamos confiantes  
No nosso onze de valor

O Grêmio é o tal  
Não teme seu rival  
É um mosqueteiro do esporte nacional  
O nosso tricolor  
É um quadro de valor  
Ele é fidalgo, destemido e leal  
Nosso time da baixada  
Não tem receio algum  
Pois a bola vae ao golo  
E a torcida quer mais um

O Grêmio é o tal  
Não teme seu rival  
É um mosqueteiro do esporte nacional  
O nosso tricolor  
É um quadro de valor  
Ele é fidalgo, destemido e leal  
Viva o Grêmio, viva o Grêmio  
Não ganhará jogo em vão  
De conquista em conquista  
Vai ser de novo o campeão

**Atual Hino do Grêmio**

Ano: 1953

Letra: *Lupicínio Rodrigues*

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

50 anos de glória  
Tens imortal tricolor  
Os feitos da tua história  
Canta o Rio Grande com amor

Nós como bons torcedores  
Sem hesitarmos sequer  
Aplaudiremos o Grêmio  
Aonde o Grêmio estiver

Lara o craque imortal  
Soube seu nome elevar  
Hoje com o mesmo ideal  
Nós saberemos te honrar

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

**EM ANEXO: CD COM OS EXEMPLARES PESQUISADOS**