2 A legitimação das formas gráficas

A partir do exame de objetos concretos da cultura material (uniformes, bandeiras, brasões, cores, etc.), é possível interpretar a dimensão simbólica, materializada nos aspectos visuais da iconografia esportiva carioca ao final do século XIX e começo do século XX. Essa abordagem empírica e interpretativa da análise gráfica dedica-se aos aspectos simbólicos das imagens construídas dentro do campo esportivo. Supomos que, nesse setor, as imagens presidem as escolhas. Assim, caberia aqui uma recomendação aos designers que trabalham nessa área e também àqueles que trabalham na produção de identidades visuais.

Como verificamos anteriormente, há uma dimensão religiosa na iconografia das agremiações de futebol, já presente e disseminada na cultura brasileira. Apontamos também aspectos históricos que explicam a proximidade entre as agremiações leigas coloniais e as modernas agremiações esportivas. Mostramos de que forma os símbolos gráficos estavam vinculados aos valores simbólicos fundamentais, ao sagrado, e como eram e são venerados como legítimos dentro da cultura do futebol. Somos nós que lhes atribuímos uma aura religiosa. No sentido de estabelecer uma conexão entre esse aspecto apresentado e a abordagem pretendida neste capítulo, considera-se oportuna uma observação inicial a respeito das cores e de sua relação com o sagrado. Em particular, o vermelho.

O vermelho é a cor que prevalece nas cerimônias religiosas católicas. Essa primazia não é gratuita, pois além de ser a cor empregada pela poderosa Irmandade do Santíssimo Sacramento, responsável pelo transporte do corpo de Cristo na procissão da Quinta-feira Santa, é a cor que significa uma das três virtudes teologais. Entre a fé, a caridade e a esperança, a cor vermelha significa a fé. Já a caridade é representada pela cor branca, e a esperança, pela cor verde.

Nos dias de hoje parece que as pessoas só se lembram do "verde esperança". Provavelmente é muito difícil para alguém externo ao recinto eclesiástico fazer tais associações, mas durante o Renascimento italiano, por exemplo, a escolha dos

dessa maneira. O encarnado no Brasil colonial, entre os portugueses, é também associado ao amor, ao casamento, à vida religiosa e à noção de profilaxia. A mística do vermelho entre os africanos se revela com os mesmos aspectos no culto de candomblé. Ali essa cor predomina nos turbantes e nas vestimentas. Os devotos vestem-se com a cor do santo, em agradecimento pela graça recebida. Nesse ponto, a mística da cor envolvia tanto portugueses quanto africanos²².

A simbologia da cor estava presente em vários objetos da cultura material portuguesa. No fundo dos barcos de pesca, nos quadros populares; nos arreios dos muares; nas esteiras de navegação; nas fitas em torno dos pescoços dos animais; enfim, o emprego da cor vermelha explicava-se pelo intuito de proteção contra as doenças maléficas e os maus espíritos. As fitas vermelhas, nesse sentido, também carregavam as medalhas de santos católicos²³.

A religião católica no Brasil, como demonstrou Gilberto Freyre²⁴, nunca poupou esforços para impressionar o povo em manifestações religiosas. A interferência dos escravos negros emprestava tons carnavalescos aos cortejos. Nas festas populares do Reisado – leigas, mas indiretamente religiosas –, o rei Congo ou a rainha apareciam sempre de vermelho, assim como os seus estandartes. Nessas festividades configuravam-se emblemas pintados à mão ou bordados com fios de ouro, os quais representavam as agremiações. Boschi²⁵, por exemplo, entende a procissão como um pretexto para elaboração de cortejos suntuosos. Os negros eram apaixonados por espetáculos coloridos; músicas e danças contribuíam para a beleza plástica de tais festividades, além de lhes acrescentar o elemento carnavalesco. O processo de construção das agremiações sociais expressou-se através de imagens de santos, cores, bandeiras e símbolos gráficos dessas comunidades, responsáveis pela produção de um sistema de imagens identitárias, perpetuado até hoje.

Ora, a cor vermelha não era apenas uma cor "quente" que poderia ficar ao lado de outra cor quente, ou, por mostrar-se mais vibrante, ser empregada ao lado uma cor "fria", configurando contrastes formais de uma composição. As velas de

²² FREYRE, Gilberto. Casa-Grande & Senzala. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1993. p.140.

²³ Ibid. FREYRE, 2005. p.140.

²⁴ Ibid. FREYRE, 2005. p.140.

²⁵ BOSCHI, Caio. Os leigos e o poder. São Paulo: Editora Ática, 1986.

uma embarcação não eram tingidas de vermelho somente para que no mar um barco pesqueiro fosse identificável por outros, e assim se poupassem vidas em caso de perigo; ou porque na cor vermelha havia uma substância química que protegia o tecido contra a corrosão da maresia. Essas são noções ou explicações modernas. É dessa forma que hoje tornamos inteligíveis os fatos que observamos; porém estamos verificando o porquê do emprego de uma cor que não pode ser explicada apenas por "chamar a atenção", ou porque a apreciamos mais. Existem outras razões, e ainda que não saibamos muito sobre essas tradições e sejamos sistematicamente convidados a deixá-las pelo novo, pelas novidades, elas estão presentes em nosso imaginário, e volta e meia emergem com o mesmo vigor. Se semelhantes crenças e tradições existiam até recentemente, perguntamo-nos por que deixaram de existir. Talvez ainda determinemos nossas escolhas por tais motivos, motivos culturais, e não apenas técnicos ou estéticos – embora estes últimos, diga-se de passagem, também sejam culturais.

Considerando a proposta inicial deste trabalho, em que se procura, interpretar a dimensão simbólica corporificada na iconografia das agremiações de futebol, a partir do exame da configuração gráfica da forma dos uniformes e da identidade visual dos clubes (brasões e bandeiras), dois autores foram fundamentais para a nossa análise: Pierre Bourdieu e Michel Pastoureau. Embora pertençam a diferentes áreas do campo do design, ambos os autores consideram importantes o viés antropológico e o uso do aspecto cultural em sentido mais amplo.

Bourdieu analisa como se deu em dado momento a "invenção" das práticas sociais denominadas "esportivas", e como se produziu a demanda social por produtos esportivos que lhes são associados. Em outras palavras: como as pessoas tomaram gosto pelo esporte moderno e decidiram sua preferência por essa ou aquela modalidade esportiva. Do mesmo modo, o autor se propõe examinar sob quais condições sociais e históricas foram inventadas essas práticas sociais, constituindo-se, assim, o "campo esportivo". O campo esportivo engendrou, portanto, uma série de bens de consumo marcados pelo espectro da cultura, atribuindo-lhes valor simbólico. A preocupação com o simbólico e suas

interpretações passa a constituir, então, terreno comum a ambos os teóricos. A realidade social seria expressa através de formas iconográficas. Na verdade, Bourdieu entende o esporte moderno como uma prática social inventada; a partir de dado momento, os exercícios físicos preexistentes passaram a receber novo significado, tornando-se esportes definidos pelo objeto de disputa, regidos pela lógica de campo e, ao mesmo tempo, subordinados às próprias regras de jogo e à qualidade técnica de seus praticantes e torcedores.²⁷

No presente trabalho, estudaremos o padrão de significados incorporados aos símbolos do futebol, sejam estes expressos através de cores, listras ou escudos. Como metodologia para a análise gráfica, baseamo-nos no entendimento de que a forma está associada a um conteúdo e aos aspectos de sua significação simbólica, expressos fisicamente naqueles artefatos. Descarta-se assim a análise meramente formalista. Discutiremos a cultura como construção social que confere sentido à realidade de um povo e a seus artefatos, constituindo, portanto, a tradução da realidade representada através de formas iconográficas. No decorrer do estudo dos motivos de certas escolhas gráficas e de sua dimensão simbólica, pretendemos, de certa forma, tangenciar a dimensão gráfica que supostamente deveria ser privilegiada, e formular questões periféricas para relativizá-la.

Quanto ao aspecto gráfico da identidade visual, empregaremos como base os trabalhos de Michel Pastoureau, historiador e antropólogo francês. Pastoureau entende os significados da representação de elementos gráficos como um fenômeno primordialmente cultural, e aborda a questão de como os artefatos se constituem na modernidade e de que maneira o código social é capaz de inverter aquilo inicialmente apresentado como desvantagem ou inferioridade, conferindolhe mais tarde o significado de promoção, sem entretanto abandonar de todo o primitivo simbolismo.

Pode-se utilizar como exemplo a presença de listras nas bandeiras de times de futebol carioca, ostentadas com orgulho por seus torcedores; entretanto, na Idade Média as listras eram usadas nas roupas de pessoas marginalizadas pela sociedade, e constituíam uma forma de discriminação.

²⁶ Como se Pode ser Esportivo? In.:BOURDIEU, Pierre. Questões de Sociologia. Rio de Janeiro: Marco Zero. 1983. p. 136.

²⁷ Ibid. BOURDIEU, 1983. p. 137.

Mais do que simples levantamento de informações disponíveis para formar um repertório iconográfico dos times de futebol cariocas, o presente estudo pretende, através da formulação de perguntas sobre a origem dessas escolhas gráficas, preencher uma lacuna na abordagem do tema, ou seja, buscar o porquê do emprego de tais e tais formas, estabelecendo uma análise interpretativa particular, sem se ater somente à dimensão formal, mas também aos motivos culturais. Por que quase todos os primeiros uniformes dos times de futebol eram preto-e-branco? Por que os uniformes quase sempre são listrados? Qual a relação entre as listras do esporte e as listras da guerra? Como a listra se traduz concretamente em identidade visual das agremiações esportivas?

Nessa perspectiva, procuramos evidenciar processos de construção da imagem inserida em seu contexto histórico, através das renovações técnicas, da linguagem verbal e do imaginário, características de uma época, dentro das fronteiras epistemológicas do campo do design. O uso desses artefatos testemunha não só o hábito de novas formas de socialização, como os esportes, mas também a necessidade de representação de uma mentalidade específica, prudente e ordenadora, que eventualmente poderíamos mesmo, sem nenhuma pretensão, chamar de burguesa ou moderna.

Vários são os componentes gráficos da identidade visual esportiva; contudo, de forma simplista, podemos considerar o escudo e as listras como elementos gráficos mais recorrentes. O simples olhar para as diferentes agremiações esportivas parece indicar o fato. Pela abundância dos exemplos, tudo indica que o futebol se apropriou do escudo e das listras, e fez destes uma de suas marcas de identificação visual.

Os uniformes podem ser listrados, total ou parcialmente. Nos calções, as listras costumavam ser localizadas nas laterais, aplicadas em sentido vertical. Esse recurso atualmente se encontra, sobretudo, nos times patrocinados pela empresa Adidas, a marca que emprega três listras no seu símbolo gráfico.

Quando o esporte, ao lado de antigas e tradicionais práticas sociais, como as práticas religiosas, passou a ser o suporte social das "modernas" atividades de interação social no início do século XX, os designers começaram a explorar ao máximo as possibilidades estéticas de semelhante recurso visual como suporte gráfico da roupa esportiva. Foi assim com as listras, e assim também com as

marcas consistem em escudos de diversos formatos, e nos remetem ao antigo sistema heráldico da Idade Média.

Dentro desse aspecto, seja no passado, seja nos dias de hoje, existe a crença na relação de similaridade das marcas, bem como nos atributos que estas dizem representar. As marcas seriam a expressão de qualidades ou méritos de quem as trazia estampadas em escudos, uniformes ou bandeiras. Assim, a figura de um leão, de uma águia ou de um urso, impressa em uma bandeira, significava que seu portador detinha as mesmas virtudes do animal representado. Há, portanto, persistência da crença na homologia entre o design (a imagem) das várias identidades visuais esportivas e a forma pela qual as equipes desejam ser reconhecidas. Ao analisar outro caso de emprego de marcas, as marcas de empresas e grandes corporações, Marcelo Lacerda de Almeida²⁸, discutiu a eficiência dos signos empresariais na tradução da "imagem" que as empresas desejam "passar" para o consumidor. As conclusões desse pesquisador afirmam que tal possibilidade inexiste. Uma empresa poderia empregar qualquer forma que desejasse, pois esta produziria o mesmo resultado, isto é, teria a mesma eficácia; o sentido da marca é dado *a posteriori* e por outras variáveis, não exclusivamente pelo projeto de design, por uma metodologia projetual. Considera-se que essa abordagem não pode ser aplicada de forma restrita ao universo do futebol, conforme pretendemos mais adiante desenvolver com maior profundidade. A composição visual das agremiações esportivas é composta também por cores e outros recursos gráficos, como as listras, os quais apresentam um significado construído da cultura do futebol. Esses elementos, além das marcas, podem materializar aspectos culturais através dos símbolos esportivos adotados, captar ou potencializar o interesse particular por estes símbolos, criando com seus simpatizantes uma identificação coletiva. Nesse sentido, para Sérgio Augusto²⁹, a estrela Alvinegra é interpretada como símbolo de aspectos dialéticos dos torcedores alvinegros. "Guiados por uma estrela e pelo fogo que Prometeu roubou do Olimpo e Lúcifer levou para o inferno, nós, botafoguenses, somos bons e

²⁸ ALMEIDA, Marcelo Lacerda de. A eficiência do signo empresarial e as estratégias de legitimação do campo do design. Dissertação de Mestrado – PUC-Rio, 2006.

²⁹ AUGUSTO, Sergio. Botafogo: Entre o Céu e o Inferno (C.Camisa 13). Rio de Janeiro: Editora Ediouro, 1994

maus, cerebrais e supersticiosos, racionais e passionais, eufóricos e deprimidos, fanáticos e 'blasés', apolíneos e dionisíacos. O Botafogo não é preto nem branco: é preto e branco, e branco e preto." Contudo, nos casos em que há padronização das formas aplicadas a marcas de diferentes agremiações, percebem-se alguns aspectos que reforçam parcialmente a idéia apresentada por Lacerda

Tomemos como exemplo as marcas dos seguintes times: Flamengo, América e São Cristóvão (Figura 25). Todos possuem marcas gráficas muito parecidas, embora facilmente reconhecidas por seus pares. A estrutura das formas são brasões, nos quais estão geralmente aplicadas listras e duas cores contrastantes. Acreditamos que essa característica ou estilo é determinada muito mais por imposição das normas sociais de conduta, do que por razões estéticas, e menos ainda por razões técnicas. Não há como vê-los de forma mais ergonômica ou pregnante. Os brasões parecem transmitir a idéia de que os seus portadores obedecem a uma conduta hierática, uma convenção arbitrária, empregada para caracterizar os atletas de determinada modalidade esportiva ou do esporte em geral. Para discutirmos a questão da similaridade das marcas esportivas, bem como os modos de proceder em público, cabe uma reflexão sobre as palavras de Pedro Guitton. 30 Em seu livro "Logos do Brasil", esse designer apresenta o seguinte comentário: "Muitas vezes paro e me pergunto: até que ponto, ao se desenvolver um projeto de identidade visual, é válido insistir no conceito já utilizado por seus concorrentes? Será que as marcas, assim como os produtos, estão virando commodities?" O autor ressalta que, agrupadas em segmentos, as marcas não apresentam diferenciação conceitual e caem no 'lugar comum'. Guitton, no entanto, não chega a levar em consideração o processo de consagração e legitimação de uma identidade visual dentro de um campo específico, ou as forças que ali interagem.







Figura 25 - Escudos do Flamengo, do América, e do São Cristóvão.

30 GUITTON, Pedro. Logos do Brasil. Rio de Janeiro: Editora Rio Books. 2003. p. 10.

A similaridade formal de certos objetos pode não ser intencional, isto é, produto da vontade de um artista ou de um designer. A partir dos estudos de Pierre Bourdieu, e empregando-se como fio condutor o conceito de campo, esse modelo teórico pode ser revisto. Para o autor, a "noção de campo" é um espaço social de relações objetivas entre os agentes e as respectivas obras. Ainda nesse sentido, o campo é entrelaçado pelas instâncias de produção, reprodução e consagração de bens simbólicos. Há uma organização social na qual cada agente ocupa certa posição dentro das instâncias, e esta posição determina suas ações, ou seja, a escolha de certos padrões ou estilos. Os designers, na condição de agentes produtores, buscam alcançar a consagração social através das instâncias legitimadoras de sua própria área ou dos seus pares. No campo do design, as instâncias estão representadas por aqueles que exercem a crítica e, em especial, pelas escolas de design. O todo, o campo, não pode ser compreendido apenas por uma de suas instâncias, mas pela forma triádica (produção, recepção e circulação) de operação das instâncias e de seus agentes. A partir dessas considerações podese compreender que o sucesso de uma marca não se deve obrigatoriamente à sua originalidade, mas o que dizem a seu respeito os pares da área do design. Quem pode afirmar o que é um bom design? Por qual motivo essa marca é mais comunicativa do que aquela? Quem elabora os critérios de validade disso que denominamos design?

Cabe destacar que o campo está sempre em mutação, em demanda da sua autonomia em relação aos demais, o que significa a busca de independência para estabelecer as suas próprias regras. Os designers, por exemplo, não gostam de ser confundidos com artistas; consideram também que um projeto de design é distinto do projeto de um arquiteto.

As instâncias específicas para legitimação; as normas e instituições; os peritos de consagração (jornalistas, debatedores esportivos, patrocinadores, etc.); e o público consumidor – são os componentes que determinam a independência do campo do design perante outros campos³¹. Como exemplo pode-se citar a tentativa do Fluminense Futebol Clube, em 2001, no sentido de adotar a camisa de

cor laranja como terceiro uniforme de seu time (Figura 26 e 27). Houve embate entre os diversos agentes representantes de vários interesses, e hoje podemos verificar que se tratou de adotar a forma encontrada pelo *marketing* esportivo da Adidas, patrocinadora do Clube, para alavancar as vendas e permitir a mudança da camisa a cada temporada, sem supostamente descaracterizar a camisa tradicional do Clube. Outro caso recente foi a mudança da tonalidade do verde original da camisa do Palmeiras, para o verde-limão fluorescente, no igual objetivo de aumentar as vendas. A medida provocou polêmica entre os agentes do campo, por se distanciar do tradicional verde palmeirense (Figuras 23 e 24).





Figuras 26 e 27 - Camisas laranja do Fluminense e verde-limão do Palmeiras.

Segundo Bourdieu, o campo³² molda o *habitus* de grupo, e também o *habitus* individual; ambos correspondem a um conhecimento adquirido, e não universal, o que define o agente não apenas como suporte da estrutura em que se localiza, mas como indivíduo dotado de liberdade de ação. O *habitus* não significa apenas ação, mas capacidade inventiva. Diversas lógicas regulam as relações objetivas dos agentes em busca de legitimação – o que Bourdieu chamou de luta pelo poder simbólico.

Cipiniuk³³ define jocosamente o comportamento dos jogadores de futebol como o melhor exemplo concreto da capacidade inventiva do *habitus*: o desempenho na partida é ajustado e supõe *habitus* homólogos entre os participantes – o que revela, portanto, acordo entre estes. Durante o jogo há uma

³¹ CIPINIUK, Alberto. Notas de aula sobre Design e Sociedade. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2006.

³² BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 1999. p.

^{39.}

³³ CIPINIUK. Notas de Aula sobre Design e Sociedade. Rio de Janeiro, 2006.

parte de automatismo, de antecipação, bem como uma parte de improvisação e criatividade de ações; mantém-se, contudo, a regularidade das condutas. Para Bourdieu, trata-se de uma espécie de racionalidade prática, e não teórica.

Para considerar o início da formação do campo esportivo como organização autônoma no Brasil, devemos remontar ao final do século XIX. Dentro dessa mudança podemos caracterizar o crescimento da demanda do consumo do esporte; o estabelecimento de um calendário próprio de competições; a profissionalização de alguns atletas; o ponto de partida do funcionamento da imprensa como instância de legitimação; e o início da formação das instituições em torno das agremiações. Muitos imigrantes europeus trouxeram essas práticas consideradas civilizatórias e as introduziram no Rio de Janeiro. Pode-se afirmar que a modernidade já via o esporte como espetáculo de consumo. O turfe, contudo, foi o primeiro esporte moderno a funcionar como esporte especializado e influenciou os que o sucederam, seja nas regras, seja no comportamento ou na indumentária.

Ao focalizar o campo do design esportivo no Rio de Janeiro, é possível observar a presença de determinado padrão gráfico, que se apresentava consagrado em diversos times: as listras. Desde o momento da implantação das atividades esportivas praticadas em clubes brasileiros, ou seja, no Rio de Janeiro do final do século XIX, percebemos que os uniformes esportivos já exibiam listras. Possivelmente os principais responsáveis pela legitimação das práticas esportivas em clubes foram os costumes europeus, que representavam parte da cultura burguesa, aquela dedicada à valorização de saudáveis padrões de vida, como algo "moderno" e recomendável para os que buscavam distinção social. Pelo fato de o esporte ser inicialmente praticado pelas elites, a inspiração de empregar uniformes para o seu exercício provinha do exterior, onde igualmente se dava a aquisição deste equipamento.

Tratava-se, possivelmente, de uma forma de evidenciar distinção e *status* social. Parece-nos que as listras foram adotadas, na maioria das vezes, por mimetismo em relação aos times ingleses, âmbito em que já estava estabelecida a prática dos esportes em agremiações esportivas. Na época da fundação dos times brasileiros de futebol, o campo do design ainda não era institucionalizado; as camisas européias foram legitimadoras das formas gráficas das camisas brasileiras. Como exemplo de tal mimetismo, dentre muitos casos, podemos citar

adquirir novas camisas na Europa, o representante do clube não as encontrou nas cores desejadas; a solução foi abandonar as especificações originais e adotar as cores disponíveis no mercado europeu: a camisa tricolor, verde, grená e branco, cores que até hoje identificam o Fluminense. A iniciativa original da diretoria do Fluminense no sentido de buscar captar as tendências da "moda" diretamente na Europa, traduz uma característica particular desta agremiação, a qual veio a ser consolidada e valorizada por seus integrantes ao longo do tempo. O "certo ar europeu" verificado nos uniformes do Fluminense, seja nas cores, seja nas caprichosas letras do brasão, encontra desta forma explicação na sua origem.

Embora na Europa o campo do design ainda estivesse em formação, até então apresentava-se mais ligado ao desenvolvimento industrial e à demanda de bens de consumo europeus. Os uniformes europeus, à época, ostentavam cores próprias, isto é, aquelas disponibilizadas pela indústria, e uma tipografia característica do estilo *Art Nouveau*, hegemônico por ocasião do surgimento dos clubes de futebol do continente O estilo *Art Nouveau* rejeitava as formas meramente funcionais. Era um estilo industrial, mas não recuperava a iconografia tradicional das artes gráficas, mais de acordo com os estilos legitimados pelas escolas de arte. Ainda que adotasse formas sinuosas e curvilíneas, pode-se dizer que o *Art Nouveau* era um estilo moderno e inovador, pois destoava da forma de quase todos os objetos decorativos provenientes da produção industrial em massa. Assim, podemos afirmar que o *habitus* do europeu representou um dos modos de legitimação das formas gráficas adotadas pelo campo esportivo no Brasil.

Os bens simbólicos esportivos são legitimados também pela superstição, ou seja, pela produção e reprodução de crenças que confirmam e tornam crível determinada visão de mundo. A superstição exerce função quase mágica e legitimadora dentro do campo. Muitos uniformes foram modificados por se acreditar que atraíam a derrota. A superstição constitui prática social não inserida em uma flecha do tempo, ou seja, não condicionada diretamente pelo desenvolvimento histórico e social; assim podemos observar grande desenvolvimento tecnológico em uma sociedade supersticiosa e obscurantista. A modernização industrial ou tecnológica não é, e parece nunca ter sido, fator de desenvolvimento cultural. Veja-se o caso do domínio da energia nuclear. Embora vivamos hoje em paz, essa forma de energia foi desenvolvida para fins belicosos. Não teríamos chegado aonde chegamos se essa tecnologia não tivesse sido criada para a guerra.

Muitas sociedades pré-modernas tinham o costume de cumprir rituais para controlar as adversidades do mundo real. Os homens pré-históricos, por exemplo, costumavam pintar um bisão nas paredes das cavernas, no propósito de obter sucesso ao caçá-lo no dia seguinte. Na época da cultura da Pós-Modernidade ainda é recorrente, tanto no futebol quanto na vida social, a presença da superstição como forma de controlar o imponderável por intermédio de imagens. Existiria uma relação direta entre as coisas do mundo e suas representações. Muitos atletas crêem que, ao se mudar a cor da camisa, terá fim a sucessão de derrotas ou de vitórias que seus times atravessam. A mudança de determinados elementos gráficos, como a cor, corresponderia à materialização de valores subjetivos, como a sorte ou o azar. Essas crenças, portanto, foram legitimadoras da forma de muitos artefatos desportivos. Dentre inúmeros casos, podemos citar a mudança do uniforme do Flamengo, apelidado de "papagaio vintém" – a frente da camisa era composta de quatro grandes quadrados (dois pretos e dois vermelhos, alternados); por se assemelhar muito às pipas/papagaios da época, a camisa ganhou o apelido jocoso de "papagaio vintém" (Figura 28). O uniforme "papagaio vintém" do Flamengo perdeu o primeiro Fla-Flu da história, no campo do Fluminense, em 7 de Julho de 1912. O time chegou ao fim do campeonato como vice-campeão, o que se repetiu em 1913, usando sempre o "papagaio vintém". Esses vice-campeonatos ajudaram a desenvolver crescente implicância com a camisa, que ganhou a fama de 'dar azar'. E em 1914 as camisas passaram a ser quase iguais às do remo: intercalaram-se listras brancas bem fininhas entre as vermelhas e pretas. Logo a camisa foi apelidada de "cobra-coral" – e com ela o Flamengo ganhou os campeonatos de 1914 e 1915 (Figuras 29).

No Brasil, podemos ainda citar o uniforme azul e branco utilizado na Copa do Mundo de 1950. Com a derrota para o Uruguai, o uniforme foi considerado símbolo de azar. O gaúcho Aldyr García Schlee, curiosamente um torcedor da seleção uruguaia, venceu o concurso para escolha do novo uniforme. Surgiu então a lendária camisa "canarinho". Ao mesmo tempo, tais crenças, ao promoverem a fabricação das formas das novas camisas, caminham de par com fatores de ordem

comercial dele se apropriou como estratégia de vendas, aparentemente hoje hegemônica no Brasil³⁴ e no mundo inteiro. Nos times de tradição, é comum a adoção de um terceiro uniforme, com intenções meramente comerciais. Atualmente, por exemplo, tanto o time Barcelona (Figuras 30 e 31) quanto o Real Madrid (Figuras 32 e 33) costumam trocar a cor da camisa a cada temporada, o que lhes assegura lucro bastante significativo.



Figuras 28 e 29 - Camisas Papagaio de Vintém e Cobra Coral.



Figuras 30 e 31 - Camisas do Barcelona: primeiro e terceiro uniforme

34 Segundo o jornalista esportivo Celso Unzelte, na publicação O Livro de Ouro do Futebol. São Paulo: Ediouro, 2002, o futebol brasileiro movimenta 16 bilhões de reais no fabricação de artigos esportivos.



Figuras 32 e 33 - Camisas do Real Madrid: primeiro e terceiro uniforme.

O entendimento da noção de campo nos leva a concluir que a consagração das práticas esportivas se organizou do mesmo modo que as práticas sociais daqueles responsáveis pela legitimação de determinados elementos gráficos em detrimento de outros, e por sua reprodução pelos produtores da imagem. Criou-se uma dinâmica de apropriação de elementos gráficos estranhos ou estrangeiros, trasladados para o Brasil. Seus significados e valores foram gerados não apenas por "artistas" ou "designers", isoladamente produtores de formas gráficas, mas por razões de ordem extra-estética. Assim, mais uma vez, julgamos comprovar que o exame dos elementos gráficos não pode ser compreendido apenas por intermédio da interpretação de questões técnicas ou estéticas, situadas no âmbito da produção, mas abrange outros agentes (recepção e circulação), conforme explicitado por Bourdieu. Portanto, parece ser mais verdadeiro afirmar que essas formas gráficas foram criadas pela sociedade - mais especificamente pelo "campo" que materializou os seus valores nesse artefato simbólico - do que atribuí-las a um "método projetual" desenvolvido por determinada categoria profissional, os designers.

2.1. Estruturas de superfície e padrões gráficos aplicados

Pastoureau³⁵ classifica a estrutura da superfície gráfica em quatro grandes categorias de sinais: os lisos, os estampados, os malhados e o listrado. Dentro dos

dois últimos encontram-se numerosas variantes. Antes de nos determos no estudo da superfície lisa, traremos uma reflexão do ponto de vista histórico. O liso sem aplicação de sinais, com cores perfeitas e uniformes, aplicado impecavelmente aos tecidos na Idade Média, era raro, e por isso notável. Os artesãos usavam o artifício de preencher as tramas têxteis com hachuras, matizados, jogando assim com um resultante contraste de textura, densidade, luminosidade ou matéria. O contraste cromático, por exemplo, é recorrente no futebol, em times alvinegros, rubronegros e tricolores. O liso, ou o emprego de uma única cor na camisa, é também adotado no futebol. É o caso de alguns times: América, São Cristóvão e Palmeiras, respectivamente vermelho, branco e verde.

O estampado é sempre positivo: trata-se de um liso adensado e valorizado. Consiste em um fundo monocromático, geralmente mais claro em relação às figuras, sobre o qual são dispostos, em intervalos regulares e dentro de um padrão de pequenas formas gráficas – sejam estas geométricas, sejam retiradas do repertório dos brasões – os seguintes elementos: besantes, estrelas, anéis, cruzetas, trevos, flores-de-lis, leão, etc.

O malhado³⁶ é um semeado irregular. Nesse caso o padrão são as manchas: elas próprias têm forma irregular, e estão dispostas de maneira desordenada sobre a superfície. Assim, traduzem idéia de desordem, confusão e transgressão. No corpo do homem a mancha surge como sinal de doença bubônica, pustulenta, ou como uma das moléstias mais temíveis da época, a lepra. As imagens maléficas são muitas vezes malhadas. O verbo 'malhar' também era usado – e ainda o é, na expressão "malhar o Judas" – com o significado de criticar ou falar mal.

Tal estrutura, portanto, foi excluída no design esportivo. Possivelmente na cultura ocidental, em particular no meio esportivo, essa forma gráfica jamais seria adotada. No Ocidente, o padrão manchado serve para traduzir a idéia de doença e impureza. Remete a sintomas de terríveis doenças que se manifestam na pele.

³⁵ PASTOUREAU. O pano do diabo: uma história das listras e dos tecidos listrados. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 1993. p. 33.

³⁶ Dentre as definições de malha, encontra-se no Dicionário Aurélio: Roupa colante, feita de malha, que consiste em uma só peça (de calças compridas, e com mangas ou sem elas), e que, por sua elasticidade, é usada por bailarinos, acrobatas, ginastas, etc. A palavra 'malha' e a palavra 'mancha' provêm do latim macula.

Cabe lembrar que o esporte moderno nasceu como culto à saúde e à higiene. Como veremos a seguir, as listras guardam diferentes simbolismos acumulados ao longo dos tempos e permitem distinguir diversas interpretações.

Já afirmamos que as listras são amplamente usadas na iconografia esportiva, mas faltou indagar como se deu essa escolha gráfica. Por que não se utilizaram estampas nos mais diversos motivos? Por que não se usam nos uniformes esportivos motivos florais, *putti*³⁷, formas abstratas como as de Jackson Pollock, ou *pied-de-poule*³⁸? Nem mesmo o futebol feminino as utiliza. As características das listras oferecem alguns pontos que justificam a predominância dessa escolha gráfica. O listrado, ao contrário das demais formas gráficas, é considerado pelo campo como uma estrutura ritmada, dinâmica, narrativa que indica ação e mudança de um estado para o outro. Para Mondrian, por exemplo, as listras verticais representavam vitalidade, e as horizontais, tranqüilidade. Do ponto de vista técnico, as listras também são sinaléticas e enfáticas: podem ser vistas de longe e permitem a aplicação de duas ou mais cores em uma superfície ou suporte.

A possibilidade de não se distinguirem com precisão zonas e planos só enfatiza com maior intensidade o contraste de cores que nós, no Ocidente, chamamos de "quentes". ³⁹

As listras estão inseridas na história da humanidade e na dinâmica cultural. Simbolizam valores e práticas sociais. Se analisarmos a sua origem, verificaremos que os códigos sociais medievais as viam com desprezo. Atravessando os séculos, o que se verificou foi uma inversão, através do código social, daquilo que inicialmente constituía uma desvantagem ou um empecilho ao bom funcionamento.

Na contemporaneidade, elementos gráficos listrados se tornam uma promoção, sem, contudo, se descartarem de seus antigos significados. Muito ao

³⁷ Plural do italiano putto, do latim putus, "menino", figura de menino nu, pequeno e rechonchudo, usada como elemento ornamental na escultura e na pintura, sobretudo na Renascença.

³⁸ Termo em francês que designa um tecido de armadura cruzada, formando uma espécie de trançado xadrez.

³⁹ PASTOUREAU, op. cit, p. 45.

⁴⁰ Idem, p. 35-37.

contrário, os simbolismos são justapostos em camadas, de maneira bastante sofisticada. ⁴¹

No Ocidente, a utilização de listras como recurso gráfico está fundamentalmente relacionada com a transgressão. Historicamente, de acordo com Pastoureau (1993), as listras tiveram os primeiros registros de aparição na Europa, ainda na Idade Média. O rei Luís IX, mais tarde canonizado São Luís de França, ao retornar de longa Cruzada no Oriente, onde sofrera derrota, trouxe em sua companhia um grupo de irmãos Carmelitas, trajados com mantos listrados. Esse tipo de vestimenta causou escândalo na Paris do século XIII.

A rejeição às listras estava baseada em discussões teológicas, com fundamento nas escrituras bíblicas, que não recomendavam o seu uso. A justificativa de tal exclusão constitui bom exemplo de como as formas gráficas detêm um sentido cultural. Além do caráter religioso, a rejeição às listras também representa um problema técnico, relacionado à forma pela qual funciona nosso aparelho biológico da visão. De qualquer forma, o homem da Idade Média achava perturbadora qualquer superfície que não permitisse clara distinção entre figura e fundo. Esse aspecto atribuía às listras um *status* negativo e perigoso. Ainda de acordo com Pastoureau, tal elemento gráfico situava à margem da sociedade aqueles que o trajavam, servindo para designar o louco, a prostituta, os bandidos, o bufão, o saltimbanco, o palhaço, o histrião, doentes contagiosos, e até o personagem de Judas.

Entretanto, com o tempo as listras adquirem novo sentido cultural, relacionado às práticas revolucionárias, e se encontram presentes em duas importantes bandeiras representativas de eventos históricos revolucionários que marcam a cultura ocidental: a bandeira dos Estados-Unidos e a da França. A Revolução Francesa (1789), ao representar graficamente sua bandeira, aplicou-lhe as listras tricolores: azul, branca e vermelha. A bandeira tricolor passou a constituir-se em emblema nacional, juntamente com a figura de Marianne – personificação da República Francesa (Figura 34).

⁴¹ CIPINIUK, Alberto. Notas de Aula sobre História do Design. Rio de Janeiro, 2006.

⁴² Não há unanimidade entre os cientistas sobre a questão ser biológica, psicológica ou construída culturalmente. De qualquer maneira, cabe aqui a menção de outra possibilidade de compreendermos o assunto.



Figura 34 - As bandeiras tricolores na França. Quadro *La Rue Montorgueil*, de Claude Monet, 1878.

Esse símbolo gráfico associado à revolução na França teve origem no movimento de independência americano, simbolizado pela bandeira com treze listras vermelhas e brancas, que representavam as treze colônias dos Estados Unidos. É preciso lembrar também que, embora os princípios da revolução independentista americana fossem internacionais, a base das discussões filosóficas e políticas desse movimento encontrava-se na França. A adoção das listras americanas pela Revolução Francesa pode, dessa forma, ser considerada uma homenagem desta última a si própria. Naquela época, estava em moda o sentimento de anglofobia, que exaltava a América, antiga colônia inglesa, e louvava os países opositores à Inglaterra. Atualmente as listras seguem associadas a ideologias políticas e práticas revolucionárias. Essa voga listrada marcou culturalmente inúmeras bandeiras de agremiações esportivas: o Fluminense, o Santos, o Botafogo e o Flamengo (Figura 35).

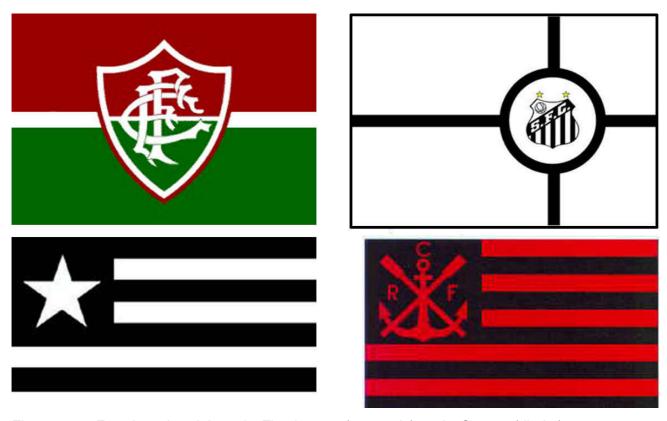


Figura 35 - Em cima, bandeiras do Fluminense (esquerda) e do Santos (direita); em baixo, bandeiras do Botafogo (esquerda) e do Flamengo (direita).

Este último, por sugestão de um dos fundadores, baseou-se na bandeira dos Estados Unidos. Foi idealizada uma bandeira de largas listras horizontais em azul celeste e ouro, com o acréscimo sugerido por Felisberto Laport: duas âncoras vermelhas entrelaçadas sobre um fundo negro no canto superior, junto ao mastro, à moda da bandeira americana. ⁴³

Outro aspecto cultural importante das listras está ligado às transformações dos costumes, ocorridas na passagem do século XIX para o século XX. Consolida-se a idéia do banho de mar com fins terapêuticos, as praias começam a ser freqüentadas por recomendação médica. As roupas de banho e os acessórios de praia ganham listras, inspiradas nas camisas dos marinheiros. Os médicos teriam preferido que a roupa dos banhistas fosse toda branca; porém em contato com a água, o tecido iria se tornar transparente. A solução encontrada foi aplicar as listras, no intuito de quebrar o fundo branco. A ciência validou o emprego das listras sobre a cor branca — esta última já culturalmente identificada com pureza —, embasando a noção científica que associou tal combinação ao bem-estar e à saúde.

⁴³ COUTINHO, E. Zelins, 1995 apud. KOWALSKI, 2002, p. 127.

O código cultural baseou-se na antiga sintaxe – associada à transgressão – e inverteu o sentido atribuído às listras: aquilo que inicialmente assinalava desvantagem ou inferioridade ganhou o acepção de promoção, embora também se mantivesse a interpretação anterior. As listras esportivas assumem novas formas, sem abandonar seus antigos traços, e passam a conotar significados positivos – são saudáveis, dinâmicas, estivais, libertárias, sinaléticas, histriônicas, emblemáticas e higiênicas. A partir de então figuram na iconografia esportiva.

2.2. Listras do Remo

A aplicação das listras se dá, inicialmente, em roupas de banho praianas; estas mais tarde se transformam e chegam a influenciar os praticantes de esportes marítimos, incluindo-se neste grupo o uniforme dos atletas do remo. Nessa época as listras assumem novos significados e se difundem em outras categorias esportivas, mas é preciso entender que a relação do homem com o mar era bem diferente de hoje em dia.

Mais uma vez, antes de avançarmos, para compreender o desenvolvimento do remo no Rio de Janeiro, precisamos tomar ciência de que foi preciso uma mudança cultural na cidade para que a praia fosse utilizada como lugar de lazer pela população. A prática do banho de mar começa a se estruturar no Rio no último período do século XIX, por recomendação médica. Anteriormente as praias eram lugares desabitados, e a relação do homem com o mar era de distanciamento e aversão.

O banho de mar, por exemplo, não representava costume entre os habitantes da cidade. A mesma falta de hábito se aplica aos banhos com o auxílio de tinas e baldes, ou mesmo em rios e lagoas, para se limpar. A princípio a higiene diária era realizada pela manhã, e resumia-se a passar no corpo um pano embebido em aguardente e/ou loção. 44

Essas regras vinham estabelecidas, muitas vezes, nos manuais de boas civilidades. Sob esse aspecto, a troca de roupa significava um hábito de limpeza

mais regular do que banhar-se imerso na água. A água do banho seria contagiosa, uma espécie de esponja, que absorveria as doenças externas. Nela estariam as pestes que se infiltrariam na pele. Essa teoria representava de forma simplória a noção de que a pele era um portal exposto às ameaças de doenças contagiosas presentes na água.

Vigarello⁴⁵ relata o fato de que, no século XVI, ao final de um jogo de péla (primórdios do tênis) era comum o jogador trocar a camisa branca para eliminar a transpiração decorrente da partida. Contudo não parecia natural que a água viesse a desempenhar essa função. As roupas íntimas e as camisas eram geralmente alvas, requisito necessário para entrarem em contato com o corpo. Da época feudal até a segunda Revolução Industrial, aproximadamente, a sensibilidade ocidental não tolerou que os trajes e os tecidos diretamente próximos ao corpo nu (camisas, véus, calções, ceroulas, lençóis) fossem de outra cor que não a branca. Por questão da moral religiosa não se permitia à pele nua o toque impuro das mãos ou de tecidos coloridos. Nesse sentido, a veste branca tinha a utilidade de eliminar a sujeira e reter as impurezas. Exercia a função de purificar o corpo. A limpeza se restringia a lavar as partes visíveis do corpo, ou seja, as mãos e o rosto.

Dentro desse pensamento, Pastoureau⁴⁶ escreve que o branco representava a purificação da água. Simbolizou essa noção durante longos séculos. Só ao final do século XVII a burguesia iria criar tecidos leves aplicados a novas estampas gráficas que vão se compor com o branco.⁴⁷ A troca de roupa já não era suficiente. A mudança do branco para a cor não se operou em todos os suportes ao mesmo tempo; sempre houve um período intermediário. Pastoureau ressalta que nesse período de transição adotou-se em geral o listrado como tintura do tecido, associado à cor não-saturada ou aos tons pastéis. Mais à frente, na década de 30 do século XX, as cores consideradas frias, tal como o azul, foram

Lisboa: Fragmentos, 1988. p. 98.

⁴⁴ MELO Victor Andrade de. 1998. "Remo, a modernidade e Pereira Passos: relações no Rio de Janeiro da virada do século". In: VOTRÉ, Sebastião Josué (org.). Coletânea do VI Encontro Nacional de História do Esporte, Lazer e Educação Física. Rio de Janeiro, UGF.

⁴⁵ VIGARELLO, Georges. O limpo e o sujo. A higiene do corpo desde a Idade Média. Lisboa: Fragmentos, 1988. p. 98.

⁴⁶ PASTOUREAU, Michael. O Pano do diabo. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 1993. 47 VIGARELLO, Georges. O limpo e o sujo. A higiene do corpo desde a Idade Média.

escolhidas para essa função.

A listra de certa forma assume novo valor, exercido predominantemente pelo branco associado à profilaxia, e passa a se estampar de forma difundida nos vestuários.

Ademais, de acordo com a herança religiosa da época, acreditava-se que o mar era a porta de entrada de epidemias, e também o associavam a imagens fantasmagóricas. As pessoas o temiam e julgavam que em suas profundezas habitavam monstros aterrorizantes. Nos relatos bíblicos narrados no primeiro livro do Gênesis, existe a célebre passagem do dilúvio, quando Noé recebe o anúncio do fim do mundo e a ordem de construir uma arca. No livro do Apocalipse vamos encontrar o mar como vítima da fúria dos anjos decaídos que transformam água em sangue. Apesar de o povo judeu ser constituído de pastores e viver em áreas semidesérticas, o mar guarda forte conteúdo simbólico nas narrativas bíblicas, que muitas vezes expressam a sensação de insegurança e impotência. De acordo com Corbin (1989), a ocupação das praias na Europa teve também relação direta com a queda da influência da visão religiosa católica referente ao mar, a qual induzia medo e certa repulsa.

Notamos esse medo do mar no costume popular de se erguerem carrancas ou cariátides na proa dos barcos, a fim de afastar a má-sorte, os maus espíritos, e proteger as embarcações. Além desses recursos, como vimos acima, para oferecer proteção às embarcações o fundo dos barcos de pesca, tanto os portugueses quanto os africanos, era pintado de vermelho.⁵⁰

Através dos séculos as listras sempre estiveram presentes no universo marítimo, estampadas nos corpos dos marinheiros, nas velas dos navios e nos pavilhões. A camisa listrada do marinheiro era na verdade uma roupa de baixo

⁴⁸ JUNQUEIRA, Eduardo. Navio e Navegadores. Editora Arte e ensaio. Rio de Janeiro 2004. p.33.

⁴⁹ Devemos levar em conta que o século XIX foi bastante rico no que se refere à chegada de novas religiões, destacando-se as religiões oriundas do protestantismo, principalmente as presbiterianas e metodistas. Sem esquecer do espiritismo Kardecista que, no Brasil, conviveria com as religiões locais de origem indígena, bem como daquelas da tradição trazida pelos negros, sintetizadas e sincréticas não só com a religião católica, mas com os muitos misticismos influentes na estrutura social brasileira. Contudo o dado histórico mais importante foi a separação entre Estado e Igreja, em 1888, além da implantação do Estado Leigo e da chegada do Positivismo, que tinha também a sua religião.

⁵⁰ FREYRE, Gilberto. Casa-Grande & Senzala. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1993. p. 98.

para aquecer o corpo e, como explica Pastoureau⁵¹, foi mais tarde assimilada pelas roupas íntimas, aquelas que tocam diretamente no corpo. Podemos especular se o seu papel não seria proteger o corpo contra a sujeira, mas também contra ataques exteriores, doenças maléficas, ou até contra nossos desejos impuros. Mas é certo que o homem também produz artefatos no propósito de se proteger das ameaças incontroláveis do mundo.

No início do século XIX, consolida-se no Rio de Janeiro a idéia do banho de mar com fins terapêuticos, e as praias começam a ser freqüentadas por recomendação médica. A sociedade descobre as propriedades do banho de mar, que passa a ser considerado profilático. O sal marinho era reputado mais importante do que o sol no tratamento de doenças articulares e de pele. Surgem então as primeiras casas de banho da Rua Santa Luzia, situadas às margens da Baía de Guanabara. Costumavam ser pequenos sanatórios de cura através da água do mar. Sevcenko as descreve da seguinte forma:

Os banhos de mar eram originalmente feitos sob condições de estrita privacidade, donde necessidades das fortalezas em que se internavam, sobretudo as moças, a fim de se submeter ao tratamento terapêutico, mais por exigência médica que por sua Vontade. Aos poucos os trajes foram se encurtando ganhando leveza, modelando o corpo. ⁵²

Havia uma norma de "boa utilização" para os banhos de mar, assim como para a indumentária de banho; as roupas eram elegantes, mas complicadíssimas de vestir. Observam-se os primeiros trajes de banhos femininos na descrição de Luiz Edmundo: ⁵³

Como indumentária de banho traz umas calças muito largas de baeta tão aspera que, mesmo molhada, não lhe póde cingir o corpo. Do mesmo tecido, um blusão com gola larguissima, à marinheira, obrigada a laço, um laço amplo, que serve de enfeite e, ao mesmo tempo, de tapume a uma possível manifestação de qualquer linha capaz de suggerir o feitio vago de um seio. As calças vão até tocar o tornozello, quando não cáem num babado largo, cobrindo o peito do pé. Toda a roupa é sempre azul marinho e encadarçada de branco. Sapatos de lona e corda, amarrados no pé e na perna, à romana. Na cabeça, vastas toucas de oleado, com franzido à Maria Antonieta, ou exagerados chapelões de aba larga, tornando disformes as cabeças, por uma época em que os cabelos são uma longa, escura e pesada massa. ⁵⁴

⁵¹PASTOUREAU, op.cit..1993.

⁵² SEVCENKO, Nicolau. 1998. "A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio". In: História da vida privada no Brasil - 3. São Paulo, Cia. das Letras.

⁵³ EDMUNDO, Luiz. O Rio de Janeiro do meu tempo. Vol. 3. Rio de Janeiro: Conquista, 1938. p. 860.

⁵⁴ Ibidem.

A moda do banho na praia deslocou as listras, do alto mar para a areia. As cabines para troca de roupa; os trajes de banho das moças; os assentos; as sombrinhas; e a roupa das crianças – quase tudo costumava ser listrado.

Segundo Pastoureau55, os médicos desejariam que os trajes de banho fossem todos brancos, mas o branco quando molhado na água torna-se transparente. O traje não poderia ser escuro, porque o preto era insalubre para tocar diretamente a pele. A solução foi associar uma cor clara com uma cor escura, em geral o azul marinho, para quebrar a transparência do branco. Mas realmente relevante nessa questão é a grande mudança ocorrida nos séculos XIX e XX, responsável por transformar as listras marítimas em praianas, e posteriormente em listras esportivas. Pastoureau comenta o fato:

Essa voga balneária das listras não se explica apenas por um fenômeno de moda. Suas causas devem ser procuradas além do desejo da sociedade mundana de imitar o uniforme de um grupo profissional desfavorecido: os marinheiros. Sem dúvida, na praia, as pessoas se libertam de certas amarras, ousam o que não ousariam na cidade, transgridem certos costumes, as vezes ate adotam um comportamento "marginal". Mas não se vai à praia só para isso. Também se vai à praia para respirar ar puro, tomar banho, fazer exercício, fortificar a saúde. Freqüentar as praias é, na 'Belle Époque', uma atividade tanto higiênica quanto mundana. ⁵⁶

No campo das artes plásticas, as obras impressionistas de Manet, Degas e Pierre Renoir (Figuras 36 e 37) nos permitiram acesso à descoberta da sociedade em relação aos prazeres da praia. Na pintura dos impressionistas foram retratados piqueniques nas areias, passeios à praia, banhos de mar e regatas. No Rio de Janeiro, podemos ver a coleção do Museu Nacional de Belas Artes, a maior coleção de Eugène Boudin, fora da Europa. E perguntamo-nos por que motivo esses quadros foram comprados por um brasileiro? Não estaria este último, o rico Barão do Café, encomendado para sua coleção imagens "modernas" ligadas ao mar, para depois doá-las, a fim de figurarem nas galerias do museu como atributo de mérito social? Em relação à obra de Boudin, Pastoureau destaca a presença das listras:

Eugène Boudin que nos deixou, a partir de 1858-1860, numerosos testemunhos: tendas e assentos, roupas dos banhistas, vestidos de damas, sombrinhas de moças, trajes de crianças; na praia quase tudo listrado. O fenômeno atinge também as costas do sudoeste da França, e depois as da Inglaterra e da Bélgica. Às vésperas da segunda Guerra mundial, não há

-

⁵⁵ PASTOUREAU, op.cit., p.10 56Ibidem.

uma só praia da Europa temperada que não tenha se tornado um verdadeiro teatro das listras.⁵⁷





Figuras 36 e 37 - Obras impressionistas de Manet: *O barco-atelier*, 1876; e *Na Praia de Trouville*,1870.

As obras dos Impressionistas se mostram de grande importância para os estudos do cotidiano das práticas sociais do século XIX. Cipiniuk comenta esse aspecto afirmando que a imagem possibilita uma espécie de transcendência ou congelamento de certos valores individuais. Quando se analisa o retrato de Manuel Correia dos Santos (Figura 38), apresentado na Primeira Exposição Geral de Belas Artes no Rio de Janeiro, em 1841, período que antecede à renovação estilística dos impressionistas, observa-se, curiosamente, a representação de um marujo seminu, pintado por August Miller. Podemos nos perguntar se nesse quadro há uma relação que anuncia novo valor cultural para a sociedade, no sentido da aproximação do homem e de seus atos heróicos com a atmosfera do mar. De acordo com Cipiniuk, "parece que o retrato faz parte de um emaranhado de vasos comunicantes, equivalentes à forma como os indivíduos coletivamente se organizam para regular e estabelecer valores para uma sociedade".



Figura 38 – Retrato de Manuel Correia dos Santos, Museu de Belas Artes no Rio de Janeiro.

No sentido de verificar as particularidades da iconografia carioca dentro do contexto do futebol brasileiro, é possível evidenciar de forma relativamente consistente a influência marcante da iconografia do remo. Numa análise preliminar, observa-se que os mais tradicionais times do Rio, Botafogo, Vasco, Flamengo e Fluminense (Figura 39), apresentam listras na composição de seus uniformes e bandeiras, ao passo que em São Paulo, entre o Corinthians, o São Paulo e o Palmeiras (Figura 40), sopmente este último apresenta listras na sua identidade visual.



Figura 39 - Uniformes do Botafogo, do Flamengo, do Fluminense, e do Vasco da Gama.







Na análise dos aspectos iconográficos esportivos marítimos, a partir dos estudos do pesquisador Victor Mello⁵⁸, autor do levantamento da identidade visual dos principais associações de Remo entre 1897 e 1916, pode-se notar a presença de listras no uniforme da maioria dos Clubes náuticos: Grupo de Regatas Gragoatá, *Club* de Regatas Icaraí, *Club* de Regatas do Flamengo, *Club* de Regatas Vasco da Gama, *Club* Internacional de Regatas, *Club* de Regatas Piraquê, *Club* de Regatas Lage e *Sport Club* Fluminense.

Pretende-se posteriormente, dentro do capítulo desenvolvido para o estudo de caso, aprofundar esse tema através do detalhamento do contexto histórico da formação das agremiações esportivas cariocas, destacando os elementos esportivos mais relevantes na caracterização dos símbolos das agremiações. Considera-se que o aspecto geográfico revelou influência marcante nesse sentido, particularmente pela existência do mar e de toda carga cultural intrínseca à sua presença, então disseminada na sociedade carioca.

Verifica-se que se destacam outros símbolos associados à marinharia: âncoras, bóias salva-vidas, estrelas, barcos, cruzes e lemes. Há também equipamentos para a prática esportiva, como as pás de remo que se localizam geralmente cruzadas ao fundo, assemelhando-se ao estilo heráldico de cruzamento de formas duplas. Apesar de alguns elementos representativos das agremiações nos parecerem estranhos, como no caso da bóia salva-vidas do *Club* Natação e Regatas, do *Sport Club* Fluminense e do *Club* de Regatas Guanabara (Figura 41), essa iconografia se justifica pelo novo significado da representação do mar e do esporte, associado à modernidade. A representação da bóia significa receio do mar, pois o oceano não fazia parte da cosmologia Ocidental até o início da Idade Moderna, quando começaram as grandes navegações. O mar marcava o fim do mundo, isto é, o fim da terra conhecida. Embora fosse navegável, constituía um espaço sagrado, habitado por monstros marinhos, e inspirava distância e medo. Paralelamente à bóia, outro símbolo que merece ser destacado é a âncora, associada às embarcações. A bóia e a âncora aplicadas sobre os escudos, por

⁵⁸ Informações gentilmente fornecidas pelo Professor Victor Andrade de Melo (UFRJ), excoordenador do site A Memória do Remo no Rio de Janeiro. Disponível em www.lazer.eefd.ufrj.br/remo/. Acesso em 04/02/2007.

apresentarem formas arredondadas, serviam como moldura, no estilo de escudo circular.







Figura 41 – Símbolo da bóia no *Club* Natação e Regatas, 1896; no *Sport Club* Fluminense,1916; e no *Club* Regatas Guanabara, 1899.

A âncora é também um símbolo religioso. Na religião católica, significa a esperança, uma das três virtudes teologais (Fé, Caridade e Esperança). É preciso lembrar que no Brasil desse período, após a separação entre Igreja e Estado, em 1888, muitos brasileiros abandonaram a antiga tradição das Irmandades leigas e Ordens Terceiras da igreja do Padroado, e adotaram novas formas da prática católica, especialmente aquelas trazidas por Ordens francesas que, na Europa, tentavam revitalizar a religião católica associada à Santa Sé. Tomemos como exemplo os cultos a Nossa Senhora de Lourdes e Nossa Senhora de Fátima. Poderíamos facilmente associá-los ao catolicismo carismático de Padre Marcelo, capaz de reunir, nos dias de hoje, em São Paulo, um milhão de pessoas para fazer frente ao avanço dos cultos neopentecostais. No final do século XIX foi construída uma igreja neogótica na praia de Botafogo, ao lado de um colégio para moças, o Imaculada Conceição. A igreja era frequentada por inúmeros intelectuais da República Velha, adeptos das novas práticas católicas, inclusive o famoso Rui Barbosa. Remonta por sua vez ao início do século XX a construção da estátua do Cristo Redentor, que "protegeria" toda a baía da Guanabara. Muitos dos participantes dos clubes náuticos eram católicos. Ora, a âncora é considerada um símbolo de firmeza, significa proteção, amparo ou arrimo. Constitui a última salvaguarda do marinheiro na tempestade. Permanece como apoio, impedindo que o barco navegue à deriva. É emblemática em relação às dificuldades da vida: "essa esperança nós conservaremos como âncora sólida e firme de nossa alma", afirma São Paulo, na Epístola aos Hebreus (6:19)⁵⁹ (Figuras 42 e 43).



Figura 42 – Símbolo da âncora: Club de Regatas Icarahy, 1895; Club de Natação e Regatas, 1896; Club de Regatas Guanabara, 1899; Club de Regatas São Christovão, 1899.



Figura 43 - Club de Regatas Piraquê, 1906; Club de Regatas Lage, 1908; Sport Club Fluminense, 1916.

Encontramos também no turfe a recorrência da figura da estrela; o astro era o símbolo do *Jockey Club*, (Figura 44), nas cores preto e encarnado. Este último, após a fusão com o *Derby Club Brasileiro*, passou a ostentar em sua bandeira a estrela de cinco pontas em ouro sobre o fundo azul, reproduzida mais tarde como símbolo do *Club* de Remo Botafogo. Na seqüência deste trabalho, pretende-se apresentar detalhamento mais específico do turfe dentro do contexto carioca, considerando-se a sua relevante influência dentro do aspecto da iconografia esportiva, sobretudo a carioca. Apesar da influência dos aspectos do mar que absorveu em sua iconografia, o turfe desenvolveu contornos particulares na própria identidade visual, vindo a marcar de maneira significativa os aspectos

⁵⁹ CHEVALIER, Jean; GHEERBRANT, Alain. Dicionário de símbolos. Rio de Janeiro: Editora José Olympio, 1994.

iconográficos das agremiações esportivas cariocas, em virtude principalmente de sua popularidade, de certa forma também transferida para o futebol.



Figura 44- Símbolo do Jockey Club

Retomando o tópico da utilização da estrela de cinco pontas, verificamos a sua aplicação nas armas da República do Brasil. Segundo a Constituição brasileira, a estrela transformou-se em um dos símbolos representativos do regime republicano, desde a proclamação da República. Se a cruz era preponderante nos regimes monárquicos, a estrela prevalece na iconografia republicana. Tomemos como exemplo a bandeira brasileira republicana, que não representa de maneira formal a cruz, embora esta se encontre indiretamente representada no nome da constelação do Cruzeiro do Sul. Essa ausência provavelmente se deve ao fato de a Igreja não ter se revelado presença de peso no apoio à proclamação da República. A bandeira do Brasil imperial, criada por Jean-Baptiste Debret, trazia a cruz da Ordem de Cristo sobre uma esfera armilar, e era adornada lateralmente por ramos de café e tabaco.

O associado do *Club* de Regatas Vasco da Gama homenageava o navegador português, batizando assim a agremiação com o seu nome, uma vez que naquele ano comemorava-se o IV Centenário da descoberta do caminho marítimo para as Índias em expedição chefiada pelo explorador lusitano. A maioria dos participantes do *Club* era composta de pequenos comerciantes portugueses, que provavelmente escolheram a cruz da Ordem de Cristo estampada nas velas da caravela do Vasco da Gama, para caracterizar a filiação ao território de origem. Podemos considerar também a escolha da caravela como um símbolo associado ao

Se analisarmos a representação gráfica do símbolo do *Club* de Regatas Botafogo (Figura 45), poderemos observar que a forma da estrela é similar à das estrelas republicanas; bastante divulgada no território nacional; esta forma é empregada pelos militares para indicar suas patentes mais altas, uma vez que está presente no brasão e nas Armas da República (Figura 46). É obrigatório o seu uso pelos poderes executivo, legislativo e judiciário dos Estados, Territórios e do Distrito Federal, bem como nos papéis de expediente, nos convites, e nas publicações oficiais dos órgãos federais⁶⁰.





Figuras 45 e 46 - *Club* de Regatas Botafogo, 1894; e símbolo das armas da República do Brasil.

Nos dias de hoje as estrelas são empregadas como símbolos religiosos por Islamitas e Judeus. Podem ser encontradas entre os partidos políticos comunistas e socialistas. Muitos clubes desportistas cujos países estão sobre a liderança dos partidos comunistas usam a estrela vermelha como símbolo. Alguns craques de futebol são chamados de 'estrelas'. Posteriormente vamos apresentar o emprego de estrelas como signo associado ao escudo, e relacionado a conquistas. Astro que brilha no alto do céu, a estrela significa sucesso.

2.2.1. Goleiros, árbitros, hinos e campos

Segundo Pastoureau⁶¹, no campo de futebol o goleiro apresentava uma característica diferenciada. Nos jogos praticados em campos, havia necessiade de

⁶⁰ É obrigatório o uso das Armas Nacionais, segundo o art. 26 da Lei 5.700/71, com a redação dada pela Lei 8.421/92.

⁶¹ PASTOREAU, Michael. Dicionário das cores do nosso tempo: Simbólica e sociedade. Lisboa: Editorial Estampa, 1993.p. 30.

certos participantes serem reconhecidos visualmente, destacados dos demais jogadores. Nesse caso a diferenciação é sinalética ou técnica, mas há também um aspecto que provém da cultura do próprio esporte - o árbitro e o goleiro de futebol gozam de um privilégio que os distingue dos outros jogadores: a vantagem de poder tocar a bola com as mãos. Do mesmo modo, o goleiro passou rapidamente a despontar como uma pincelada de cor viva, no meio de um conjunto mais mortiço ou mais sombrio. Foram os goleiros que primeiro trouxeram aos campos de futebol as cores exóticas e mais transgressoras. A única cor que lhes era interditada era o preto, desde muito tempo reservada ao árbitro e aos dois juízes de linha. Atualmente a flexibilização do uso de cores alternativas pelos árbitros permite a adoção do preto, de forma menos restritiva.

Raul Plassmann (Figura 47), antológico goleiro do Flamengo na campanha pelo título mundial e em gloriosas vitórias dos anos 80, foi o primeiro a 'agarrar' com uma camisa amarela. Nos anos 60, por ocasião de sua estréia no Cruzeiro como substituto de Tonho em partida disputada contra o Atlético, Raul verificou que a blusa do goleiro titular era pequena para o seu tamanho; para resolver o problema, pegou emprestado um moletom amarelo, pertencente ao lateral esquerdo, Neco, e improvisou com esparadrapo o número I.

O jogo terminou em empate, 0 x 0, mas Raul defendeu várias bolas, e o presidente Felício Brandi, supersticioso, adotou a camisa. O ato celebrizou o jogador e lhe rendeu o apelido de Muralha Loura.





Figura 47 – Camisa amarela do goleiro Raul.

Recentemente Rogério Ceni, goleiro do São Paulo, lançou moda ao usar o segundo uniforme como vestimenta oficial. Dessa forma, Ceni, já proclamado ídolo do São Paulo, reforçou sua identificação com as cores do clube. A iniciativa

É difícil precisar quando os juízes desportivos passaram a se vestir de preto. Anteriormente sua camisa trazia listras verticais, em preto e branco, pois estas eram sinaléticas, feitas para serem vistas de longe e ressaltavam mais que a cor lisa. Em alguns esportes essa representação é mantida. No rúgbi, as cores vivas foram substituídas recentemente pelo negro e pelas listras de épocas anteriores. A tradição do preto se mantém até hoje. No Ocidente, o preto é a cor da autoridade, mantido ainda na toga do juiz e no uniforme de futebol. As vestes pretas impunham respeito e medo. Na França de Pastoureau, o uniforme preto e o apito são utilizados pelos guardas de trânsito. Guardas de trânsito e árbitros possuem um gestual fortemente codificado, e o decoro é rigidamente imposto. Lembremos do escândalo provocado pelo juiz Armando Marques, quando este empregava gestos afeminados durante os jogos que apitava. Os policiais, cada vez mais presentes no campo de futebol, também usam a cor preta.

Outro recurso associado aos árbitros é a utilização dos cartões coloridos para o exercício de sua autoridade: cartão amarelo para advertência, e vermelho para a penalidade máxima de expulsão. É interessante notar a utilização dessas cores que hoje denominamos quentes, para casos específicos. O vermelho além de representar falta grave é também a cor do perigo; dos bombeiros; da proibição e da sinalização de estradas, rodovias e ferrovias; do sinal de trânsito; e da bandeira dos salva-vidas na praia. A sinalização dos semáforos relegou o amarelo à segunda instância, como um alerta para situação de perigo, uma espécie de "subvermelho". Durante muito tempo o amarelo foi considerado a cor da traição e da mentira. Na linguagem popular de alguns idiomas, inclusive o português, a cor amarela significa covardia. É a cor de Judas e da sinagoga, a cor imposta aos judeus (a estrela amarela dos confinados nos guetos e nos campos de extermínio), aos excluídos. E também aos reprovados no futebol – a cor da meia sanção. No campo do futebol, essa alegoria cromática não produziu inovações; na verdade colaborou para difundir os códigos de cores.

Tal artifício cromático substituiu os recursos da palavra e do gesto, que antigamente dispunham de peso suficiente para alertar os jogadores. Segundo análise de Pastoureau⁶², a introdução dos cartões em substituição à palavra

ocorreu pelo fato de o espetáculo do futebol ter se tornado uma liturgia, na qual movimentos, palavras e sons se orquestram em consonância.

Há outros artefatos culturais associados ao futebol, mas os hinos e as formas lingüísticas de irradiar os jogos são os mais famosos. Nesses artefatos podemos observar grande analogia entre os jogos e a guerra. Pode-se dizer que semelhantes analogias já eram antigas e recorrentes na linguagem esportiva, pela importância que assumiam desde os primórdios do futebol. Observem-se expressões táticas como atacar, defender e contra-atacar; avançar e recuar; guarnecer e desguarnecer a cancha ou a meta. A própria palavra 'peleja', que significa combate, luta, batalha, na época bastante usada para denominar a partida de futebol, mostra bem a ambivalência da linguagem esportiva no tocante à linguagem das estratégias bélicas e militares. Segundo Elias⁶³, o esporte é a sublimação da guerra.

Na cultura medieval, o verde é a cor do jogo, a cor do movimento, e a cor da fortuna. É a mais instável e ambígua de todas as cores. Assim como sucede com as listras, o verde carrega o aspecto transgressor e veste os jograis, os saltimbancos e os bobos, aqueles personagens à margem da sociedade; mas ao mesmo tempo simboliza a esperança. Ocorreram muitas mudanças desde então, mas o verde permanece vivo. Na atualidade, essa cor se manifesta nos panos verdes dos jogos de cartas, nos dados, na roleta e no bilhar. A apropriação do verde nos campos de futebol e no esporte se dá também em razão de questões de ordem técnica. A grama amortece o impacto dos pés no solo. Mas o parentesco simbólico entre o verde jogo de azar e o do jogo está presente no pingue-pongue, praticado em uma mesa obrigatoriamente verde.

2.3. A Simbologia dos Números

Um elemento relevante na composição da iconografia esportiva reside na numeração característica incorporada aos uniformes oficiais. No futebol, em especial, a numeração ganhou dimensão simbólica, identificando uma personalidade comum aos jogadores, conforme o número ostentado por estes, nas diferentes agremiações. Nos tempos atuais a numeração dos times de futebol no

63 ELIAS, Norbert & DUNNING, Eric. A busca da excitação. Lisboa: Difel, 1992.

_

Brasil é particularmente padronizada, de acordo com a função exercida por cada jogador. À diferença de outros países, no Brasil esse critério se mostrava até certo ponto rígido. Contudo, foi se moldando ao longo do tempo.

De acordo com o jornalista Roberto Porto, a numeração foi adotada no futebol brasileiro a partir da necessidade de um técnico estrangeiro em identificar os jogadores, levando em conta a sua dificuldade de chamá-los pelo nome. Recentemente, no programa televisivo "Bem, Amigos", Galvão Bueno celebrou o atual emprego da numeração como mecanismo facilitador da locução esportiva, ao analisar imagens de arquivo do time Atlético Paranaense, aproximadamente da década de 50, referentes à série de 12 vitórias que conferiram ao time o apelido de Furação. Naquela ocasião, a numeração era distribuída ainda de forma aleatória. Com o tempo, as diferentes posições foram incorporando as numerações. Dessa forma, o goleiro passou a ser o número1; o zagueiro, o número3; o pontaesquerda, o número11; e assim por diante. As variações táticas acabam gerando por sua vez outras pequenas variações, mas basicamente é mantida a essência da numeração.

A maior demonstração da força do simbolismo da numeração encontra-se na camisa 10, eternizada por Pelé. Os registros históricos apontam para o fato de que este número foi utilizado de forma casual por Pelé, ainda em sua condição de reserva na Copa de 1958. Contudo, após a sua antológica participação na competição, decisiva para a conquista do primeiro título mundial, o jogador adotou definitivamente a camisa 10. Com a consolidação de Pelé como o principal personagem da história do futebol, e sua aclamação como Rei do Futebol, a camisa foi incorporada à cultura deste esporte como símbolo maior da habilidade no campo. A camisa 10 é reservada, com relativa cerimônia, aos craques de cada agremiação. No livro A Magia da Camisa 10, os autores André Ribeiro e Valdir Lemos referem-se aos detentores do "privilégio" de utilização desta camisa em suas respectivas agremiações como supostos "donos do time". Posteriormente alguns "gênios" da bola ajudaram a reforçar a mística da camisa 10, como Zico, Diego Maradona e Zinedine Zidane. Na Argentina, o "endeusamento" de Maradona chegou a gerar intenção coletiva – inicialmente proposta pela Federação de Futebol – no sentido de "imortalizar" a camisa 10 e não permitir a sua utilização por outros jogadores. A idéia foi rechaçada pela Federação determinados jogadores, responsáveis por marcarem época nas respectivas agremiações. É o caso da camisa 7 de Garrincha, e da camisa 11 de Romário. No caso da camisa 10, a identificação da numeração extrapolou o âmbito esportivo; a expressão "camisa 10" passou a ser usada para assinalar eficiência e destreza, ou mesmo para destacar integrantes de um grupo em virtude de sua capacidade. Existe ainda a utilização de determinadas numerações para fins meramente promocionais e de *marketing* pessoal. Não é raro atualmente celebrarem-se centenários ou datas comemorativas com a ostentação dos correspondentes numerais nas camisas dos atletas.⁶⁴ No centenário do Flamengo, por exemplo, Romário vestiu a camisa número 100, em partida contra o Uruguai. (Figura 48). Nitidamente mais uma invenção do mercado, e uma deturpação das "antigas" tradições.



Figura 48 - Número 10 associado à idéia de eficiência nas empresas.

⁶⁴ A expectativa da Olympikus, candidata a marca patrocinadora do CR Flamengo, é de vender cerda de1 milhão de camisas do ano de 2008, ultrapassando a marca do São Paulo FC em 2007. Disponível em http://wwww.lancenet.com.br. Acesso em 05/05/2007.

A identificação da numeração se mistura de forma clara com o conceito e a necessidade coletiva de formação de ídolos. Como vimos no capitulo anterior, nessa definição de imagem empregamos o estudo de Debray⁶⁵, que entende a representação de imagem como algo sagrado. Não a imagem qualquer, mas a que sempre se abre para algo diferentede si própria, evidenciando, por parte de quem a olha, a tentativa de apreender as forças que transcendem o natural. Tentativa decorrente da necessidade dos seres humanos de se relacionarem com o medo da morte. Tentativa de trazer à vida, à materialidade, algo que se extinguiu. Nesse sentido, a transmissão simbólica da imagem transcende o seu significado para um status que faria referência a outro conceito básico deste trabalho – o sagrado. A mesma evolução pode ocorrer com o ídolo, do grego eídolon, que inicialmente significa 'fantasma dos mortos', 'espectro' e, somente em seguida, 'retrato'. Os escultores na Antiguidade por vezes representavam na matéria os guerreiros mortos em combate, considerados uma glória, como forma de exaltar o triunfo da vida. Ainda hoje homenageamos ídolos do esporte, como Ayrton Senna, com nome de ruas ou com estátuas. Porém, a idolatria se estende a ídolos vivos, e ressalta as suas glórias no futebol de tempos passados. Observa-se em manifestação recente a "materialização" dessa idolatria por meio de forma gráfica, em camisas comemorativas de alguns times esportivos. Percebe-se que esse movimento se confunde com a moda retrô, fenômeno contemporâneo que alcançou o campo esportivo, em particular o futebol.

O culto à memória do passado materializado nos ídolos esportivos tem se tornado referência emblemática para a cultura contemporânea. O design das camisas e das bandeiras de futebol parece estar cada vez mais associado ao "antigo". A nostalgia dos grandes ídolos do esporte; *o remake* de filmes; a restauração dos centros urbanos; as novas maneiras de contar e recontar episódios históricos em livros, filmes ou documentários. Até o jornalismo esportivo atribui destaque ao passado, como o programa televisivo "Loucos por Futebol" (Figura 49), transmitido pela TV por assinatura ESPN. As novas tecnologias de comunicação (satélites, fibras óticas, redes informatizadas), aliadas ao processo de globalização, têm alargado a nossa experiência para além das fronteiras territoriais

⁶⁵ DEBRAY, Régis. Vida e morte da imagem: uma história do olhar no Ocidente. Rio de

que definem nossas comunidades de pertencimento, provocando o que alguns teóricos denominam a compressão espaço-tempo.⁶⁶



Figura 49 – Programa televisivo Loucos por Futebol: destaque ao passado

Nesse sentido, verificou-se há pouco tempo no mercado forte influência e comercialização de produtos retrô. Nota-se uma especialização em moda retrô aplicada ao campo esportivo e particularmente voltada para o futebol. A "Liga Retrô" é uma marca especializada nos uniformes de futebol que de alguma forma "marcaram época". Numa evidência da associação – recentemente fortalecida e já apresentada neste trabalho – entre o culto ao ídolo e a onda retrô, foi lançada pela marca esportiva oficial do Flamengo a camisa comemorativa do título de 1981, personalizada com a numeração e a assinatura do maior ídolo da história do Flamengo, Zico (Figuras 50 e 51). Na mesma linha foi lançada a camisa amarela eternizada pelo Raul, já detalhada também neste trabalho. No São Paulo⁶⁷, o *marketing* esportivo não esperou a consolidação da figura carismática de Rogério Ceni como ídolo, para também lançar uma camisa nos moldes daquela lançada pelo Flamengo, com a assinatura e a numeração da original usada pelo famoso goleiro.

Janeiro: Vozes, 1992, p. 60.

⁶⁶ HARVEY, David, Condição pós-moderna. Editora Loyola: Rio de Janeiro, 1992.

⁶⁷ O São Paulo FC é considerado o clube brasileiro de maior receita em 2007 (aproximadamente US\$ 2 bilhões). Outra marca expressiva, ainda com base em 2007: neste ano foram vendidas 400 mil camisas oficiais do time. Disponível em http://www1.folha.uol.com.br/folha/esporte/ult92u110194.shtml. Acesso em 23/03/ 2008.



Figura 50 – Camisa 10 retrô do Flamengo, com base no modelo de 1981, personalizada com a assinatura de Zico estampada na frente e à direita, juntamente com a identificação do ano da "maior" conquista do Flamengo.



Figura 51 – Ídolos do passado estampados; e bandeira com o ano de 1981 em destaque, referente à conquista do Mundial pelo Flamengo. Torcida organizada Urubuzada, 2007.

A tendência dos clubes de futebol em recorrer à moda retrô nos uniformes esportivos pode ser entendida como uma iniciativa para o resgate da memória dos clubes através do registro de suas vitórias mais significativas, como a conquista de campeonatos de maior relevância, ou através dos números e uniformes de jogadores que tiveram sua trajetória de sucesso eternizada no clube. Essa prática tem sido usada como estratégia do mercado ligado ao futebol. No âmbito do esporte e mais especificamente do futebol, o recurso de usar a valorização da memória para ressignificar o lugar do clube perante a sociedade e seus torcedores vem ao encontro da tendência observada em várias empresas e nos mais diferentes ramos. *Jingles* marcantes; histórias de botecos antigos do Rio; marchinhas de carnaval; biografias de personalidades ou mesmo de desconhecidos que representem determinado momento ou fase da história; e ainda a tendência para o surgimento de centros de arquivos da memória de grandes empresas – tudo tem sido usado como meio de reconstruir o passado a fim de conferir novos significados, ao presente, nos mais diferentes instituições. Essa movimento

apresenta, portanto, uma multiplicidade de práticas que promovem a cultura da memória.

O conjunto dessas práticas pode ser observado de modo aplicado nas recentes campanhas do Fluminense e do Flamengo no Campeonato Brasileiro. Tais recursos mostraram-se patentes em especial na campanha da extraordinária recuperação do Flamengo - inicialmente ameaçado de rebaixamento, até a consagração, com a conquista do terceiro lugar do campeonato, e consequentemente a vaga para cobiçada disputa da Taça Libertadores da América. A adoção de *jingles* e bandeiras estilizadas à moda antiga e com identificação de antigos ídolos propiciou um contagiante clima, que sem dúvida criou condições favoráveis para exacerbação de toda a conhecida paixão da torcida. Pode-se entender que esse conjunto contribuiu de forma decisiva para a conquista, o que é reconhecido principalmente pelos jogadores, em suas repetidas declarações, e pela diretoria. Em iniciativa pioneira, a diretoria "aposentou" a camisa 12 na numeração oficial dos jogadores, em homenagem à torcida. Ainda como consequência de todo o clima criado em torno da campanha, o governo público municipal, por intermédio de decreto, elevou a torcida do Flamengo à condição de patrimônio cultural da cidade.

Da mesma forma, a torcida do Fluminense adotou uma série de práticas no intuito de afirmar que a onda retrô invadira de forma irreversível o futebol carioca, conforme palavras de um líder de torcida. Antes dos jogos foram distribuídas inúmeras pequenas bandeiras ao estilo dos anos 70, e entoaram-se cânticos antigos, criando toda uma ambientação nostálgica, que nitidamente reacendeu o clima de comoção entre os torcedores. Há uma tentativa, aparentemente espontânea, de reverter o aparente estado de letargia apresentado pelas torcidas diante da nova realidade de mercado que envolve o futebol. Pretendemos desenvolver melhor esse assunto no capítulo referente ao estudo de caso dos clubes cariocas.

Consideramos oportuno destacar que, em nossa visão, essa prática do comportamento retrô não é manipulada exclusivamente pelo mercado, apesar das constantes – e muitas vezes frustradas – iniciativas nesse sentido por parte das grandes corporações. As práticas de *marketing* certamente capitalizam e aceleram tendências, mas, em nosso entendimento, não detêm a capacidade irrestrita de

Nesse sentido, criou-se uma camisa criada para ser utilizada em jogos amistosos no ano do centenário do Flamengo (1995); esta, entretanto, não alcançou boa recepção por parte da torcida, e não foi aprovada pelo conselho deliberativo do clube. Assim, a camisa não foi usada em nenhum jogo oficial. O modelo era azul escuro com listras pretas, vermelhas e amarelas – em referência às quatro cores empregadas pelo clube ao longo do tempo (azul e amarelo, as cores iniciais; e vermelho e preto, as cores atuais). O escudo do clube, e não o do futebol, figurava à esquerda e no alto (Figura 52).



Figura 52 – Camisa comemorativa do ano do centenário do Flamengo, rejeitada pela torcida e pelo conselho: azul escura com listras pretas, vermelhas e amarelas, em referência às quatro cores que o clube já ostentou.

Possivelmente no momento atual a camisa seria mais bem recepcionada; contudo, em 1995, não existia talvez predisposição mais acentuada para resgatar as tradições do passado. De certa forma entende-se que as empresas de *marketing* esportivo não sejam as "creadoras" que se imagina. Estamos nos utilizando de uma definição presente em alguns livros de auto-ajuda, com relação à tradução da palavra latina '*creare*' (crear, gerar, procrear, produzir) para a palavra 'criar'. *Creare* seria a manifestação da essência em forma de existência — criar é a transição de uma existência para outra existência.⁶⁸

-

⁶⁸ ROHDEN, Huberto. *Ídolos ou Ideal?*. Martin Claret. São Paulo, 2000.P.4.

Nessa linha de pensamento, o poder Infinito é o 'creador' do Universo, um fazendeiro é um criador de gado; haveria entre os homens gênios 'creadores', embora não sejam talvez criadores; e a conhecida lei de Lavoisier, "na natureza nada se crea, nada se aniquila, tudo se transforma", se grafada "nada se crea", estaria certa, mas se escrita "nada se cria", resultaria totalmente falsa. Nesse sentido, podemos entender que as práticas de *marketing* são meras "criadoras" de moda.

2.4. O ESCUDO

O escudo, assim como outros elementos gráficos adotados no esporte, é usado para compor a identidade visual dos grupos esportivos, isto é, o conjunto de características visuais que identificam os clubes de futebol. Os escudos estão amplamente aplicados nas bandeiras, nos uniformes, e nas demais peças gráficas que representam o clube, a federação, ou as confederações de futebol mundiais. A maioria das agremiações esportivas do Brasil apresenta o escudo em suas camisas.

Procuramos identificar simbolismos implícitos na sua aplicação, em detrimento de uma análise meramente estética. É comum a prática de o jogador de futebol beijar o escudo da camisa, ao ingressar em nova associação. Percebemos que semelhante ato simbólico demonstra um sentimento de amor ao time; neste caso o escudo estaria representando a própria associação. Esse gesto nos permite entender como o homem estabelece relação com o artefato por meio dos sentidos, externando sentimentos para além da razão. Contudo o esporte, inserido no atual mercado globalizado, acaba por banalizar esses rituais esportivos, que perdem a sua força. Os jogadores trocam de time como trocam de roupa, e a cada mudança repetem no novo clube o ato simbólico, terminando por vulgarizá-lo.

Na simbolismo do escudo de futebol, podemos ainda citar um elemento pleno de significação: a localização do distintivo ao lado esquerdo do peito, sobre o coração. Em contraposição a essa percepção, é importante registrar que, na contemporaneidade, observa-se o deslocamento do escudo, agora posicionado no centro da camisa, centralizado juntamente com as marcas esportivas. Essa particularidade se fez notar, desde a Copa de 2006, nas camisas patrocinadas pela

marca esportiva italiana *Puma*. O futebol moderno tem revelado incidência cada vez maior de tal fenômeno, o que acentua o predomínio do aspecto mercantilista que modernamente permeia as práticas esportivas. (Figura 53)

A partir da situação exposta no último parágrafo e dos exemplos apresentados anteriormente para as camisas do Palmeiras e Fluminense – as quais viram distorcidas as suas cores originais –, constatamos que as camisas de futebol dos clubes sofreram modificações no seu design. Procuramos analisar as mudanças formais desses artefatos industriais com base nos estudos de Adrian Forty

⁶⁹, segundo o qual qualquer explicação de mudança deve se apoiar na compreensão de como o design afeta ou é afetado pelo modo de produção das economias modernas. Forty sugere que o design de qualquer bem manufaturado transforma as idéias sobre o mundo e as relações sociais em objetos concretos, que podem apontar questões complexas. As camisas de futebol certamente sofrem mudanças formais a cada ano ou campeonato e, em muitos casos, fogem às cores originais para atender ao valor de troca do mercado, distanciando-se dos seus valores identitários.

⁶⁹ FORTY, Adrian. Objetos de desejo - Design e sociedade desde 1750. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.



Figura 53 – Seleção da Itália, campeã da Copa de 2006 - o escudo da marca Puma encontra-se centralizado na camisa juntamente com o escudo da seleção da Itália.

Um elemento que normalmente compõe o design dos escudos nas camisas de futebol de agremiações detentoras de titulo são as estrelas. As estrelas são hoje em dia comumente usadas como referência aos títulos de maior "relevância" alcançada pelas distintas agremiações. Essa aplicação pode ser entendida como a representação gráfica de medalhas. Medalha, por definição, é um termo abrangente: indica a concessão de um prêmio, de uma ordem, ou de uma condecoração, seja por serviços prestados ao governo (por exemplo, as Forças Armadas), seja em reconhecimento por realizações em áreas específicas (como o Nobel), seja ainda para os primeiros colocados em competições esportivas (em geral as medalhas de ouro, prata e bronze). No Brasil, o interesse pelas medalhas teve grande impulso com a chegada de D. João VI, em 1808, e a renovação promovida pelos artistas da Missão Francesa. A tradição de cunhar medalhas representa um meio importante de eternizar, para a futura humanidade, acontecimentos e personalidades, transmitindo um testemunho indestrutível, gravado em metal. Colecionar medalhas constitui uma atividade muito especial, que diz respeito à história e à cultura.

A seleção brasileira de futebol ostenta orgulhosamente cinco estrelas,

nos permite identificar inicialmente uma peculiaridade do futebol. O uniforme oficial da seleção do vôlei, por exemplo, apesar da recente vitoriosa campanha, com conquistas de títulos olímpicos e mundiais, não adota essa prática. Pode-se entender, assim, que a influência da heráldica na iconografia do futebol, conforme desenvolvemos em seguida neste capítulo, apresenta-se particularmente difundida no futebol, em detrimento de outros campos esportivos. O uso de estrelas nesse contexto nos remete facilmente ao emprego similar verificado nas corporações militares – referência aos méritos conquistados pelos oficiais, que estampam este signo em seus uniformes. Em última instância, vale ressaltar que todo o simbolismo militar tem sua origem na heráldica. (Figura 54).



Figura 54 – Nota-se que a camisa da Seleção brasileira de vôlei não apresenta estrelas; em compensação, nas de futebol, configuram-se cinco estrelas, referentes às vitórias conquistadas.

Outro aspecto que merece ser destacado relaciona-se com o significado "relativo" das conquistas, que em última forma acabam materializadas na camisa, em forma de estrelas. Deve-se destacar o entendimento "temporal" da relevância dos títulos. Como exemplo, o Flamengo, que até 2004 adotava por critério a utilização de estrelas para simbolizar, em suas camisas, o número de tricampeonatos conquistados, aboliu esta prática, para destacar somente uma única estrela que simboliza o título mundial conquistado em 1981. A estrela do campeonato mundial é particularmente celebrada, na medida em que o Flamengo ostenta o *status* de único time carioca a conquistar semelhante feito. (Figura 55 e 56).

No caso em questão, as tradicionais estrelas que celebravam as conquistas estaduais perderam importância do ponto de vista do *marketing* esportivo, apesar de, à época da conquista do último tricampeonato, terem sido exaustivamente celebradas após o decisivo gol de Petcovic, em 2001



Figura 55 – A campanha publicitária afirmava que a estrela do tricampeonato estaria para sempre gravada no peito. Poucos anos depois as estrelas foram novamente mudadas, prova da característica volatilidade em relação ao entendimento da relevância dos títulos.



Figura 56 – Camisa oficial do Flamengo atual, com o distintivo retrô de 1981 e uma única estrela, relativa à conquista do campeonato mundial.

Na época, o que mais importava era ser tricampeão carioca. Hoje se percebe que a grande realização de um time no Brasil está na conquista da sonhada vaga em Tóquio, para disputa do Mundial Interclubes, que implica em classificação prévia e conquista da Copa Libertadores da América. A vaga em Tóquio é sinônimo de glória, celebrada através do resgate de músicas, como "Arigatô Flamengo", as quais povoam o imaginário coletivo no meio dos torcedores com a recorrente expressão "Rumo a Tóquio", a cada início de temporada. Essa realidade encontra-se também expressa de forma visual em bandeiras estampadas com o sol, o símbolo japonês.Para um desavisado, num primeiro momento pode causar total estranhamento a presença da bandeira do Japão numa torcida organizada do Flamengo, mas o simbolismo está implícito no significado da conquista. Esse significado nos parece relativamente fluido, à medida que analisamos o exemplo do Flamengo e os diferentes significados das estrelas adotadas nas distintas agremiações. Fluidez visivelmente capitalizada pelo marketing esportivo, no sentido de inovar, ou seja, criar "novas" tradições. Contudo, apesar de o *marketing* esportivo atuar como catalisador, não nos parece o único elemento desse processo. Inicialmente pode-se entender, por exemplo, que a desvalorização das conquistas regionais estaria relacionada aos aspectos da globalização. Apesar de ainda existir, parece ter perdido sua força o argumento de valorização dos campeonatos regionais, segundo o qual o importante era a oportunidade de poder gozar o rival no dia seguinte. Num exercício de elucubração, cabe a dúvida: essa importância do título mundial no Japão não correria o risco de ser esvaziada à medida que o campeonato brasileiro ganhasse mais notoriedade com o reingresso de todos os seus craques? Na Europa, essa conquista visivelmente não é tão valorizada, assim como não teria a menor importância para o time campeão do basquete da NBA, pela sua excelência, a disputa de um título mundial contra o time europeu.

Considera-se que as figuras 57 e 58 trazem um simbolismo acentuado com relação à volatilidade das tradições. Enquanto na figura 55, a campanha publicitária referente à conquista do quarto tricampeonato do Flamengo, no ano de 2001, prega que "essa conquista ficará para sempre gravada em nosso peito"; na figura 56, de cinco anos mais tarde, a camisa do clube traz somente uma estrela,

associada à conquista do mundial, descartando as "relevantes conquistas" do passado.



Figura 59 – Manifestação do anseio popular com relação a eventual possibilidade da participação emTóquio.



Figura 60 – Bandeira adotada pelo Internacional de Porto Alegre em comemoração do titulo mundial conquistado em 2006, em Tóquio.

2.4.1.

Origens

Do ponto de vista etimológico a palavra 'escudo' provém do latim scutum, e conservou seu significado original de arma de defesa, assim evidenciado pelo dicionário Aurélio⁷⁰: "S.m. 1. Arma defensiva para proteger de golpes de espada ou de lança 2. Peça em que representam as armas nacionais, municipais, ou brasões de nobreza." O Dicionário dos Símbolos também concorda com essa definição, embora ofereça uma exposição mais minuciosa.⁷¹ Segundo essa obra, "o escudo é uma arma passiva, defensiva e protetora, embora às vezes possa ser também mortal". Muitos guerreiros na Antiguidade decoravam o escudo com figuras de astros celestes, com a finalidade de opor a força cósmica aos seus inimigos. Podiam ainda ornamentá-lo com a configuração da sua cidade natal ou com tudo aquilo que estivesse em jogo numa batalha e corresse risco de ser perdido. Algumas vezes também o guarneciam de figuras horripilantes, para assustar o adversário. Segundo Pastoureau⁷², existem exemplos de escudos gregos guarnecidos por figuras de animais, por vezes com função meramente decorativa ou religiosa. Outros tipos eram ornamentados com insígnias, fazendo alusão ao nome do usuário. Contudo, foi na Idade Média que teve início o uso do complexo sistema heráldico, que não apresentava nenhuma conexão com os escudos da Antiguidade.

De acordo com o autor, a difusão dos brasões foi extremamente rápida, tanto no espaço geográfico como no espaço social. Pode-se admitir que, por volta de 1350, toda a sociedade ocidental – incluindo-se a classe agrícola – os utilizava. Todos se representavam através dos brasões.

⁷⁰ In: FERREIRA Aurélio Buarque de Holanda. Novo Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999, p.802.

⁷¹ In: GHEERBRANT, Jean Chevalier Alain. Dicionário de Símbolos. Rio de Janeiro: Editora José Olympio, 1988, p. 387.

⁷² PASTOUREAU, Michael. Heraldry: An Introduction to a Noble Tradition. New York: Abrams, Harry N Inc, 1997, p. 17.

O sistema heráldico encontra-se em seu apogeu entre 1230 e 1380. Caracteriza-se por sinais de identidade, marcas de posse e ornamentos decorativos não materializados, presentes em todo tipo de suporte: fatos militares e civis, edifícios, documentos oficiais, objetos de arte e da vida quotidiana em geral. A partir do século XIII, a heráldica se faz predominar largamente nas igrejas.

2.5.1 O SISTEMA HERÁLDICO

A Heráldica é a área que estuda os brasões de armas (*armorial bearing*). As armas podem ser definidas como emblemas em cores, pertencentes a um indivíduo ou a um grupo individual, à família ou a uma comunidade. Sua composição é governada por regras específicas e pouco numerosas, que distinguem o sistema medieval europeu de heráldica dos outros sistemas heráldicos em geral.⁷³ A partir do século XII o uso de brasões proliferou em toda a sociedade ocidental, e não permaneceu restrito à nobreza. Todas as agremiações, cíveis, militares ou religiosas, carregavam suas insígnias, aplicadas também em vários utensílios da vida cotidiana. Podemos compará-los aos nossos atuais cartões de visitas, utilizados por todas as classes profissionais e pelos indivíduos de maneira geral.⁷⁴

Surgida no século XII, a heráldica parece ter tido origem no campo de batalha, com a função de diferenciar o inimigo durante os combates, e veio solucionar um problema bélico. As armaduras e os capacetes cobriam quase todo o rosto dos guerreiros; consequentemente dificultavam o reconhecimento de cada combatente em ambiente de guerra. Para diferenciá-los, as vestimentas adotaram cores brilhantes e contrastantes, além de divisas muito estilizadas, que ajudavam a identificar aqueles que as transportavam.

Para melhor entendermos o vocabulário da heráldica vamos definir algumas terminologias básicas dos elementos gráficos que constituem os brasões e se apresentam nos escudos esportivos.

⁷³ PASTOUREAU, Michael. O Pano do Diabo. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 1993.

p. 42.

Podemos entender a linguagem armorial como simultaneamente um código social e um sistema de signos.

As estruturas do brasão são compostas por dois elementos: a tintura e a divisa, dispostos sobre um escudo. Ambos são aplicados e organizados de acordo com certas convenções, princípios e regras. O corpo dessas regras e o repertório dessas divisões e tinturas formam um tipo de gramática chamada de arte heráldica.

Os símbolos heráldicos presentes no escudo empregavam geralmente como representação figuras de animais, flores, árvores e estrelas. No futebol brasileiro, a maioria dos escudos apresenta um esquema mais simplificado, identificando-se as agremiações a cores, estrelas, listras, ou às iniciais do nome do clube.

Muitos clubes europeus apresentam-se relativamente mais fiéis ao sistema heráldico tradicional. Podemos citar a Seleção Inglesa de Futebol, o Sporting (Portugal), o Chealsea (Reino Unido) e o Real Madrid (Espanha) (Figura 61). Este último chegou a ser agraciado com um título de nobreza. Na Espanha encontram-se outros clubes distinguidos com a nomenclatura de Real; todavia o Barcelona recusou-se a usá-la, por não se considerar estado integrante da Espanha.



Figura 61 – Escudos da seleção inglesa e de times europeus, o Sporting (Portugal), o Chealsea (Reino Unido) e o Real Madrid (Espanha), que traduzem a influência marcante do sistema heráldico tradicional.

No Brasil há exemplos similares, porém menos aproximados à heráldica tradicional. O Cruzeiro e o Botafogo, o Paraná Clube, e o Sport de Recife empregam símbolos heráldicos como a estrela, a gralha e o leão, respectivamente (Figura 62).



Figura 62 – Escudos de times brasileiros: o Cruzeiro; o Botafogo; o Paraná; e o Sport, traduzindo a influência sutil do sistema heráldico tradicional.

2.5.2

Os formatos do escudos

O desenho dos escudos pode variar de formato. As linhas de contorno podem adquirir diferentes formas: oval, retangular, de quadrado, de losângulo, e triangular – a mais comum.

De acordo com Pastoureau, a forma do losângulo, apesar de pouco usada, representava emblemas, distintivos e escudos femininos, a partir do século XVI. Embora essa forma seja pouco usada no futebol, é aplicada também em times "masculinos", como o Cabo-Frio (ADCF). Assumindo que a intenção do Cabofriense nunca foi se associar ao "feminino", podemos entender que a identificação com alguns simbolismos do passado parecem ter se dissipado. O design desse escudo, criado em 1997, nos remete facilmente a marcas esportivas mais recentes. Em nosso entendimento, prevaleceu nesse caso a questão meramente estética que, em última instância, está sob influência do aspecto cultural moderno. As razões do esvaecimento de determinados simbolismos poderiam ser especuladas, mas seria díficil determiná-las. A forma de distintivo circular, mais comum na heráldica japonesa do que na européia; foi adotada no primeiro escudo do Clube de Regatas do Vasco da Gama, em 1903, e no escudo do América Futebol Club, de 1904 (Figura 63).

No restante do Brasil, essa forma encontra-se presente em outros times, como o Grêmio, de 1903, o Corinthias, de 1910 e o Goiás, de 1943 (Figura

caso do América, por exemplo, o design do escudo foi desenvolvido sob influência da bandeira japonesa. Em última análise, a identificação do Japão com a prosperidade parece-nos ter legitimado os ideais expansionistas de Belfort Duarte.



Figura 63 – Formatos distintos aplicados a escudos de times brasileiros – Cabofriense, América, Grêmio, Corinthians e Goiás –, traduzindo a influência sutil do sistema heráldico tradicional.

Ainda no sentido de identificar o simbolismo implícito, os escudos constituem presença hegemônica nos uniformes de futebol. Se considerarmos o futebol como metáfora simbólica de uma batalha, e os jogadores como uma réplica de guerreiros, o escudo representaria um artefato bélico.

O escudo é uma arma de proteção e de defesa, embora eventualmente também de ataque:

À sua própria força (como objeto de metal ou de couro), ele associa magicamente forças figuradas. Efetivamente, o escudo é em muitos casos a representação do universo, como se o guerreiro a usá-lo opusesse o cosmo ao seu adversário, e como se os golpes deste último atingissem muito além do combatente à sua frente e alcançassem a própria realidade representada nos ornamentos do broquel.⁷⁵

2.7 Bandeiras, tipografias e mascotes

-

Existe forte dimensão emblemática ou simbólica na bandeira. Sua significação também se dá baseada em cores, emblemas, listras e símbolos gráficos. Através da bandeira, o atleta representa um clube, uma região, um continente ou um país. Nos grandes estádios de futebol as bandeiras atingem proporções extensas, cobrindo a torcida; flamejam as cores e os brasões dos clubes e, muito freqüentemente, apresentam listras horizontais, verticais e diagonais.

A utilização de bandeiras como forma de identificação ou distinção entre territórios foi adotada ainda na Antiguidade, e posteriormente, na fase medieval. Não se sabe ao certo quando se deu o nascimento da bandeira tal como a concebemos hoje – um pano de formato retangular, preso a uma haste por seu lado mais estreito. Tem-se conhecimento, entretanto, de que ocorreu na Grécia a primeira manifestação como símbolo do estado moderno. Foi a primeira vez que se encontrou definida a relação bandeira-pátria. Cada Cidade-Estado tinha seu lábaro, que representava o relevo geográfico local e o legado das tradições históricas.

As bandeiras romanas têm suas origens nas insígnias, sinais distintivos de poder ou de comando, usados desde a Antiguidade, figuras recortadas em madeira ou metal, ou pintadas nos escudos. A substituição dos signos figurados de material rígido por tecidos pintados em cores vivas foi feita pelos romanos, com seu *vexellium* (estandarte). Na linha de frente das batalhas do Império Romano, o estandarte estava sempre presente em todos os movimentos de expansão, sempre seguindo o mesmo formato, em razão das idéias de universalizar esses padrões simbólicos para além das suas fronteiras geográficas.

Como mencionamos anteriormente, a bandeira representava as corporações de oficio e os cavaleiros da Idade Média. O homem medieval conferia à imagem um grande poder sobre o espírito e sobre os sentidos, e a igreja se apropriará das imagens para formar e informar⁷⁶.

A carga didática e ideológica ou simbólica da imagem prevalece sobre o valor estético. A cor era fundamental nesse sistema simbólico mutável. Tomemos como exemplo a cor vermelha, cor imperial amplamente usada, que

⁷⁶ LE GOFF, Jacques. O homem medieval. Lisboa: Presença, 1989. p. 24.

posteriormente veio a ceder lugar ao azul, cor do manto da Virgem e do manto rei da França. Dentro desse contexto dos símbolos religiosos, a cruz constituía elemento preponderante nos estandartes medievais, e até hoje configura a bandeira do Vasco da Gama e da Seleção Brasileira de Futebol.

Os artesãos dividiam-se em agremiações profissionais e assistenciais, mas também religiosas. Tais associações, como vimos, eram denominadas Confrarias e Irmandades. Fundaram hospitais, hospícios e asilos. Em todo ato religioso e civil, as corporações eram representadas por bandeiras e estandartes, impressos em tecido ou em madeira. Ao centro, pintado ou bordado, havia o escudo da corporação ou do santo padroeiro.

Longe no tempo, desde a Bíblia, a bandeira constitui símbolo de proteção. Segundo o Êxodo, "Jeová é a minha bandeira" (17:15). O portador de uma bandeira ou de um estandarte ergue-o acima da cabeça, criando uma ligação entre o céu e a terra. Entre os semitas, as bandeiras desempenharam importante papel. E para os cristãos, simbolizavam a ressurreição gloriosa do Salvador. A Páscoa, festa cristã que celebra o renascimento do Cristo, inclui como símbolo processional a bandeira elevada aos céus, especialmente na representação do elo entre Deus e o mundo terreno dos homens, pois na liturgia cristã Cristo morreu na terra, ressuscitou, e subiu ao céu.

Cada bandeira esportiva apresenta narrativa própria. As bandeiras do Flamengo e do Fluminense foram criadas em função das cores dos uniformes. No América, por exemplo, o pavilhão era preto, com o monograma formado pelas três letras AFC. Mais tarde foi trocado por outro, inteiramente branco, tendo estampado no meio um circulo vermelho, à semelhança da bandeira japonesa.

Os aspectos gráficos seguem o mesmo sistema dos primeiros uniformes. O Flamengo se representa por listras horizontais, igualmente nos trajes e nas flâmulas. Assim seguem o Fluminense e o Botafogo. Esse fato corrobora a reflexão de Pastoureau, segundo a qual os atletas seguem os códigos das armas e das bandeiras. O atleta veste-se de sua bandeira, assim como o cavaleiro medieval.

Os brasões, em diferentes formas, estão presentes nas bandeiras de quase todos os times, com exceção do Botafogo, que se representa apenas por uma estrela solitária. Os trajes esportivos sofrem mudanças relevantes nos aspectos gráficos e têxteis, talvez por este vestuário pertencer ao mutável campo da moda,

temporada, atendendo à demanda do consumo. Ao contrário dos uniformes, as bandeiras não sofreram modificações relevantes; permanecem sagradas e intocáveis

A tipologia empregada na iconografia do futebol é expressa preponderantemente em letras entrelaçadas, com as iniciais dos clubes: CRF - Clube de Regatas do Flamengo; BFC - Botafogo Futebol Clube; CRVG - Clube de Regatas do Vasco da Gama; BAC - ou Bangu Athletic Club; FFC - Fluminense Futebol Clube. Outra característica importante é o fato de na maioria dos casos tais sinais gráficos estarem inseridos em um escudo ou em um brasão.

O primeiro monograma do América foi desenhado por D. Aída, mulher do capitão do time e figura renomada no clube, Vitor Belfort. Foi bordado sobre tecido fornecido pelo comerciante Alfredo G. Koehler, sócio do América e proprietário da Casa K. O escudo vigente – um círculo com as inicias AFC inscritas, só teve sua adoção em 1913. Foi idealizado por Marcos Carneiro de Mendonça, que solicitou à mãe que o bordasse em sua camisa. A principio o desenho era rústico, e foi melhorado por Belfort, que propôs a versão definitiva.

Podemos considerar que o Flamengo, o Fluminense, o Bangu, o Vasco e o Botafogo apresentam escudos com as iniciais entrelaçadas, pelo fato de se vincularem diretamente à cultura heráldica medieval. Esses escudos, na sua maioria, foram desenhados como cópias de modelos ingleses, ou bordados de improviso, artesanalmente, por associados e agregados, pessoas que não faziam desta prática a sua profissão.

A simbologia da iconografia não é estática ou fixada em determinado tempo histórico. Trata-se de cultura visual, faz parte da cultura em geral; assim, embora empregue alguns signos que encontram sua origem na tradição, também admite outros, apropriados das novas práticas, inclusive aquelas da indústria cultural contemporânea.

No Brasil, a presença das histórias em quadrinhos nas representações dos clubes cariocas e na criação de personagens do universo esportivo, muito embora estivesse relacionada à emergência da indústria cultural, dos *comics* e dos *cartoons* norte-americanos, tinha por responsável um autor provindo de outro país sul-americano – a Argentina. Contratado por Mário Filho para ilustrar aquele que se auto-intitulava "o matutino esportivo de maior circulação na América do Sul" –

1940, aqueles que seriam os símbolos dos principais clubes do Rio de Janeiro: o Marinheiro Popeye (Flamengo); o Almirante (Vasco da Gama); o Cartola (Fluminense); o Pato Donald (Botafogo); e o Diabo (América) – entre os clubes grandes. Os times pequenos também foram retratados pelo artista: Seu Leopoldino (Bonsucesso); o Anjo (São Cristóvão); e os índios Bariris (Olaria). Esses símbolos perdurariam até a década de 1960; em 1967, o chargista Henfil, contratado por Joffre para o Jornal dos Sports, os substituiu por outros, lançando as caricaturas até hoje reconhecidas pelos torcedores, como o Urubu, do Flamengo, e o Bacalhau, do Vasco da Gama.