

Conclusão

Neste trabalho estudamos o padrão de significados incorporados aos símbolos do futebol. 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. Descartamos a análise meramente formalista. Discutimos a cultura como construção social capaz de conferir sentido à realidade de um povo e seus artefatos, constituindo, portanto, a tradução da realidade representada através de formas iconográficas. Ao estudar os motivos de certas escolhas gráficas e sua dimensão simbólica, pretendemos de certa forma tangenciar a dimensão gráfica que supostamente deveria ser privilegiada, e formular questões periféricas para relativizá-la.

Ao término do estudo confirmamos a presença de uma dimensão religiosa ou sagrada na iconografia das agremiações de futebol – reflexo indireto do culto das imagens religiosas, e aspecto indelével da cultura brasileira. Apontamos também aspectos históricos entre as agremiações leigas coloniais e as agremiações esportivas. O processo de construção social, expresso através de imagens de santos, cores, bandeiras e símbolos gráficos dessas comunidades, produziu um sistema de imagens identitárias, perpetuado até hoje. Os símbolos gráficos estão vinculados aos valores simbólicos mais profundos, ao sagrado, e são venerados e legitimados dentro da cultura do futebol que lhes atribui uma aura divina. Em síntese, as imagens em si não são apenas imagens gráficas, artefatos construídos por artistas ou designers, mas resultado de uma estranha associação que encontra a sua origem na transcendência do sagrado, além da religiosidade. A Iconografia esportiva é reflexo de ambos os aspectos. Está impregnada de traços místicos e religiosos, que se expressam nas suas imagens. Somos nós que lhes atribuímos uma aura religiosa.

Dois autores foram fundamentais para a nossa análise: Pierre Bourdieu e Michel Pastoureau. Embora pertençam a diferentes campos do conhecimento, ambos consideram importantes o viés antropológico e o uso do aspecto cultural em um sentido mais amplo.

O entendimento da noção de campo levou-os a concluir que a consagração das práticas esportivas se organizou do mesmo modo que as práticas sociais dos agentes responsáveis tanto pela legitimação de determinados elementos gráficos em detrimento de outros, quanto por sua reprodução pelos produtores da imagem (designers). Criou-se uma dinâmica de apropriação de elementos gráficos estranhos ou estrangeiros, trasladados para o Brasil. Os 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. Assim, parece ser mais verdadeiro afirmar que essas formas gráficas foram criadas pela “sociedade em geral”, mais especificamente pelo “campo” que materializou os seus valores nesse artefato simbólico, do que por um “método projetual” desenvolvido por determinada categoria profissional, os designers.

Quanto ao aspecto gráfico da identidade visual, realizou-se uma pesquisa com base no pensamento de Michel Pastoureau, historiador francês. O autor aborda a questão de como esse objeto de estudo se constitui na modernidade, e de que maneira o código social é capaz de inverter aquilo inicialmente apresentado como desvantagem ou inferioridade, convertendo-o mais tarde em promoção. Pode-se utilizar como exemplo a presença das listras nas bandeiras de times de futebol carioca, ostentadas com orgulho por seus torcedores. Entretanto, na Idade Média, as listras eram usadas em vestimentas de pessoas situadas à margem da sociedade, como forma de discriminação.

A partir da identificação de movimentos populares através das torcidas organizadas, do resgate da identidade visual tradicional do passado, bem como do comportamento do mercado, foi possível verificar de forma clara o ingresso contemporâneo da moda retrô no ambiente do futebol, com implicações significativas sob o aspecto da iconografia. O universo esportivo está marcado pela presença maciça das relações de mercado nas práticas cotidianas. Os torcedores não encontram, nessas relações, elementos que particularizem suas ligações com as respectivas agremiações esportivas.

A infinidade de produtos esportivos, a constante atualização das marcas e uniformes, e a abundante cobertura da mídia criaram um vácuo na construção de uma identidade mais sólida e permanente para os clubes. Essa identidade deve incluir as transformações e a modernidade típicas do cenário contemporâneo, mas também permitir a continuidade da identidade daquela agremiação na sociedade à qual pertença. Nesse sentido, pode ser observada a tendência dos clubes de futebol em recorrer à moda retrô nos uniformes esportivos. Resgatar a 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 seu clube, tem sido uma estratégia do mercado ligado ao futebol. No âmbito do esporte, 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 de certa tendência observada em várias empresas e nos mais diferentes ramos. *Jingles* marcantes; histórias de antigos botecos do Rio; marchinhas de carnaval; biografias de personalidades ou de desconhecidos que representem um momento específico ou uma fase determinado 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 trazer novos significados ao presente das mais diferentes instituições. Esse movimento representa, portanto, uma multiplicidade de práticas que promovem a cultura da memória.

Nesse contexto, o passado vem servir de elo entre as agremiações e o público, resgatando os valores mais importantes para formar uma imagem contemporânea compatível com a identidade que as empresas esportivas, as torcidas ou o próprio clube desejam construir. O uniforme materializa essa memória afetiva das glórias esportivas e valoriza a disputa entre as torcidas, através também de seu passado. Entre um presente fluido, marcado pelas constantes intervenções dos interesses do mercado empresarial nos clubes, responsáveis pela constante alternância entre jogadores, técnicos e produtos esportivos, e o futuro glorioso das vitórias, encontramos tanto nos uniformes e marcas do passado, quanto nos ídolos e nos números que os identificam, verdadeiros “*lugares de memória*”, seguindo a perspectiva de Pierre Nora. Esses signos vêm construindo o vínculo com o passado, criando a perspectiva de

pertencimento do público/torcedor a uma instituição maior – a agremiação esportiva.

Elementos apresentados neste trabalho nos permitiram caracterizar o universo do futebol carioca de forma diferenciada com relação ao restante do Brasil, destacando-se o aspecto cultural e geográfico. A existência geográfica do mar e a incorporação dos aspectos culturais decorrentes da sua presença dão lugar à consideração de que este elemento representou um diferenciador de grande influência, principalmente no campo esportivo. Levando em conta a relevância do Rio na prática desse esporte, em sua conição de sede do campeonato mais tradicional e do clássico mais charmoso e colorido do Brasil, observa-se que tal influência foi mais marcante nas agremiações esportivas cariocas. Dentro do aspecto cultural, considera-se que o próprio sincretismo religioso, a natureza carnavalesca e a festividade carioca também compõem uma diferenciação. Dessa forma permitimo-nos concluir que a iconografia do futebol carioca pode ser percebida, de forma sutil, como a mais circense, listrada e carnavalesca do Brasil. Vale lembrar que tal proposição foi ressaltada no presente trabalho como essencialmente especulativa, uma vez que não nos detivemos em nenhum tipo de análise mais apurada de natureza científica.

A partir de um estudo de Pastoureau que indicava a influência da heráldica no campo esportivo, verificamos de forma clara aspectos desta influência de forma particular na iconografia do futebol, em especial no emprego do escudo e das estrelas associadas às conquistas. A comparação entre os escudos da seleção brasileira de futebol, onde se ostentam orgulhosamente cinco estrelas, referentes aos títulos mundiais conquistados, e o uniforme oficial da seleção do vôlei, no qual, apesar da recente e vitoriosa campanha e da conquista de títulos expressivos, não se adota semelhante prática – permitiu-nos entender que a influência da heráldica na iconografia do futebol se apresenta particularmente pronunciada, em detrimento de outros campos esportivos. No simbolismo do escudo de futebol, antes localizado necessariamente ao lado esquerdo do peito, sobre o coração, pudemos identificar elementos que acentuam o predomínio do aspecto mercantilista que modernamente permeia as práticas esportivas. Desenvolvemos essa perspectiva a partir dos estudos de outro autor igualmente importante para o progresso do presente trabalho, Adrian Forty.

Associamos ainda a esse aspecto a mudança de algumas tradições, usando como exemplo a constante mutação do número de estrelas que compõem os distintivos – interpretadas como medalhas impressas – em função do entendimento temporal do significado das conquistas.

Sob a perspectiva dos estudos de Adrian Forty apresentamos a importante influência do viés social e cultural na caracterização das cores das principais agremiações esportivas cariocas. Ainda a partir dos estudos de Forty, consideramos que as camisas de futebol dos clubes sofreram modificações em seu design, e analisamos as mudanças formais desses artefatos industriais, segundo o princípio de que qualquer explicação de mudança deve-se apoiar na compreensão da maneira pela qual 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 relações sociais em objetos concretos, capazes de apontar questões complexas. As camisas de futebol certamente sofrem mudanças formais a cada ano ou campeonato; em muitos casos, fogem às cores originais para atender ao valor de troca do mercado, distanciando-se dos seus valores identitários. Forty afirma que podemos entender essas transformações como a construção de uma gramática formal básica, como a que constituiu o repertório formal do design em objetos industriais. Para exemplificar esse fenômeno, o autor citou o design dos aparelhos de rádio, tendo em vista que esta construção visava ao consumo. Portanto, ao respeitar a tradição, ainda que em relação a objetos análogos (móveis) – pois o rádio constituía um objeto industrial novo –, demonstrou-se o *modus operandi* dos designers, e qual a essência das transformações que estes realizavam desde os primeiros objetos industriais, no contexto da Revolução Industrial.

O texto de Forty pode ser associado às nossas pretensões para concluir este trabalho, pois nas últimas observações verificamos que nosso estudo também apontou a dimensão cultural presente na iconografia das agremiações de futebol – reflexo indireto do culto das imagens religiosas, e aspecto indelével da cultura brasileira. Identificamos também aspectos históricos entre as agremiações leigas coloniais e as agremiações esportivas. Apuramos que o processo de construção social expresso através de imagens de santos, cores, bandeiras e símbolos gráficos dessas comunidades produziu um sistema de imagens identitárias, perpetuado até hoje.

Atestamos que os símbolos gráficos estão vinculados aos valores simbólicos mais profundos, ao sagrado, e são venerados e legitimados dentro da cultura do futebol que lhes atribui uma aura divina. Em síntese, as imagens em si não são apenas imagens gráficas, artefatos construídos por artistas ou designers, mas resultado de uma estranha associação que traz a sua origem na transcendência do sagrado, bem como na religiosidade. A Iconografia esportiva é reflexo de ambos os aspectos. Está impregnada de traços místicos e religiosos, que se expressam em suas imagens.

Longe de desejar que nossa interpretação seja hegemônica no que se refere aos estudos da imagem, ressaltamos a existência de uma forma contemporânea de tornar inteligíveis os fatos que observamos; consideramos, porém, que nossa forma de ver é histórica, e outras razões também se manifestam. Ainda que não saibamos muito bem sobre as antigas tradições e sejamos sistematicamente convidados a deixá-las, em busca do novo, das novidades, estas tradições estão presentes em nosso imaginário, e volta e meia emergem com o mesmo vigor. Seu emprego se justifica como base teórica para análises e interpretações. Talvez ainda determinemos nossas escolhas por esses motivos, motivos culturais, e não apenas técnicos ou estéticos – estes últimos, diga-se de passagem, também culturais.