

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA

RONALDO BENHUR DA SILVA

OS MITOS DO IMORTAL TRICOLOR

São Borja

2010

RONALDO BENHUR DA SILVA

OS MITOS DO IMORTAL TRICOLOR

Monografia de Conclusão de Curso, apresentada ao Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Pampa (Unipampa), como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof. Ms. Marco Bonito

**São Borja
2010**

RONALDO BENHUR DA SILVA

OS MITOS DO IMORTAL TRICOLOR

Monografia de Conclusão de Curso, apresentada ao Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Pampa (Unipampa), como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda.

Dissertação defendida e aprovada em: 16 de julho de 2010

Banca examinadora

Prof. Ms. Marco Bonito (Orientador/Unipampa)

Prof. Dr. Gabriel Sausen Feil (Unipampa)

Prof. Dr. Fabio Rodrigues Corniani (Unipampa)

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço a minha família, que desde muito cedo me apoiou para seguir o caminho dos estudos, mesmo pagando o preço de ficar longe do filho. À eles, Henrique, Ivete e Leônidas, meu muito obrigado pela compreensão, e minha eterna gratidão por terem me proporcionado essa oportunidade única de crescimento.

Também aos amigos que formei dentro da faculdade, verdadeiros irmãos que levarei comigo para toda a vida. Se for permitido, os nomearei: Coruja, Gui, Guizinho, Nasi, Rodrigo e Toiço. Sem esquecer aqueles que faziam parte dessa turma, e que por algum motivo tomaram caminhos diferentes, mas que também ficarão guardados: Duda, Letícia e Vini.

A todos aqueles que também deveriam ser citados, mas que acabaria por tornar essa página de agradecimentos somente com nomes, e ainda assim correria o risco de esquecer alguém, meu muito obrigado. Vocês sabem quem são.

A todos os professores que trabalharam com a nossa turma, pelo auxílio nas horas difíceis e alegria nas felizes, tendo noção de que, junto com o nosso crescimento pessoal, estávamos também construindo uma universidade federal.

Ao meu orientador, Ms. Marco Bonito, pelas discussões futebolísticas analisadas fora do ângulo tradicional de uma mesa redonda. Apesar do pouco tempo de convivência e as muitas orientações online, pude ver que além do aluno-orientando também existe o aluno-orientador. Por essa constante aprendizagem mútua, muito obrigado. Também ao professor Dr. Gabriel Sausen Feil, pelo auxílio na pesquisa bibliográfica e nas definições sobre os mitos, e ao professor Dr. Fábio Rodrigues Corniani, por ter sido meu primeiro orientador, e também por mostrar outras formas de analisar o mesmo conteúdo.

E por fim, pra fechar e tudo o mais, para toda a torcida do Grêmio, pois esse trabalho surgiu e foi baseado nela. E também à instituição Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense, pelos anos e anos de choros, lágrimas, sorrisos e alegrias compartilhadas por mais um torcedor que nas arquibancadas do Olímpico vira mais um entre tantos que, juntos, compartilham desse amor descontrolado chamado Grêmio. Saudações tricolores.

“O futebol é uma máquina de fazer doidos, aproximar culturas, unificar classes, transformar personalidades, expor ídolos e destruir credibilidades, mas não confie em quem é adverso a ele.”

(Cristian Bonatto, colunista do Blog do Torcedor – Imortal Tricolor no globoesporte.com)

RESUMO

Este estudo contempla uma análise sobre alguns mitos de um clube de futebol, especialmente o *“Imortal Tricolor”*, do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense, uma das designações do clube gaúcho, sob os conceitos de Roland Barthes. Para isso, procuramos compreender os elementos determinantes para a criação dos signos míticos, no caso, as estratégias mitológicas formadoras deste mito. Para tanto, foram analisadas peças publicitárias e comunicacionais desenvolvidas pelo Grêmio, para que se pudesse identificar e conferir sob quais aspectos há a significação do *Imortal Tricolor*.

Palavras-chave: Futebol. Mito. Signos. Herói.

ABSTRACT

This work consists of an analysis of some myths in a football club, in this case, “*Immortal Tricolor*” of Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense, one of the “gaucho” club designations, under the concepts of Roland Barthes. For that, we try to comprehend the determinant elements to the creation of the mythic signs, or else, the mythologies strategies that forms the myth. So, we analyzed some advertising and communicational releases developed by Grêmio, to indentify and check under which aspects the signification of *Immortal Tricolor* can be found

Key words: Football. Myth. Signs. Hero.

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	9
2.	SEMIOLOGIA E O MITO BARTHESIANO.....	12
2.1.	Os princípios gerais da linguística saussureana.....	13
2.2.	Metalinguagem e uma nova significação.....	16
2.3.	O horizonte de uma terceira cadeia semiológica.....	22
3.	ESTRATÉGIAS MITOLÓGICAS DO GRÊMIO FOOT-BALL PORTO ALEGRENSE.....	23
3.1.	Portão 10: <i>Geral do Grêmio</i>	23
3.1.1.	E dá-lhe tricolor: os cantos da <i>Geral</i>	27
3.1.2.	As referências aos ídolos presentes nas bandeiras e nos trapos.....	35
3.1.3.	Avalanche tricolor.....	41
3.2.	Danrlei de Deus.....	45
3.3.	71 segundos: a Batalha dos Aflitos.....	48
3.4.	Imortal tricolor, o mito.....	51
4.	O MITO NO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO.....	54
4.1.	Inacreditável – a Batalha dos Aflitos.....	54
4.2.	A Batalha dos Aflitos, os bastidores de um dia inesquecível.....	57
5.	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	63
6.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	67
7.	APÊNCIDES.....	69
8.	ANEXOS.....	70

1. INTRODUÇÃO

O Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense¹ foi fundado em 1903, na cidade de Porto Alegre. Ao longo dos anos, o clube foi ganhando jogos, conquistando títulos, e por consequência admiradores, tanto na cidade de Porto Alegre quanto no estado do Rio Grande do Sul, no Brasil e no mundo. Em 1953, em homenagem aos 50 anos do clube, Lupicínio Rodrigues, compositor brasileiro nascido em Porto Alegre, compôs uma marcha que, anos mais tarde, acabaria se tornando o hino oficial do clube.

Na letra composta por Lupicínio, em 1953, consta o trecho: “50 anos de glória, tens imortal tricolor”. Hoje o Grêmio está com 108 anos, e o hino segue cantado com os “50 anos de glória”. Porém, essa não é a parte que nos interessa nesse estudo. O que nos interessa é que Lupicínio não imaginava que a denominação *Imortal Tricolor* deixaria de ser somente uma parte do hino de seu time, mas que passaria a caracterizar o clube desde então, criando uma significação tão forte com a torcida que acabou fazendo com que essa realmente passasse a acreditar na imortalidade do clube.

A contemporaneidade do tema é interessante, já que o Grêmio é chamado regularmente pela imprensa esportiva como o Imortal Tricolor, assim como o Corinthians é o Timão e o Atlético-PR é o Furacão. E também porque, ao contrário dessa contemporaneidade do mito imortal, o estudo dos mitos e suas significações já é feito e elaborado há algum tempo.

Percebemos então um efeito que o clube acaba por transmitir, tanto para seus adeptos quanto para quem não torce pelo Grêmio. O mito do imortal tricolor. Uma aura imortal que o clube comunica estrategicamente. Para construir essa imortalidade, foram necessários muitos anos de crescimento, jogos importantes, jogadores que fizeram os jogos importantes, demonstrações de amor por parte da torcida. Esses elementos formam o que chamamos de estratégias mitológicas, a partir das quais o mito constrói uma base sólida e então se legitima.

¹ Clube de futebol da cidade de Porto Alegre. Fundado em 15 de setembro de 1903 no prédio 47 da (atual) rua Dr. Flores, no centro de Porto Alegre, é representado pelas cores azul, preto e branco, e é popularmente conhecido como *Tricolor Gaúcho*, *Tricolor dos Pampas* ou *Imortal Tricolor* (denominação que será estudada, e que o estudo pretende legitimar).

O que se pretende com o estudo é, principalmente, identificar e analisar o papel do mito do *“Imortal Tricolor”* em ações comunicativas e de marketing do Grêmio Foot-Ball Porto Alegre. Se fôssemos tratar da imortalidade em sua totalidade, teríamos que voltar até os anos de 1930, abordando o papel e as histórias míticas que existem desde o goleiro Eurico Lara², ou outros jogos importantes que fizeram parte da história do clube nas décadas de 1920, 1930 e 1940.

Assim, para não estendermos as estratégias mitológicas, já que elas poderiam vir de qualquer fonte, foi optado por uma divisão em três grandes grupos, cada qual com um elemento principal que sintetiza a estratégia mitológica em questão:

- A torcida, fonte de vários elementos de significação, que mais tarde serão apropriados pelo mito em uma segunda significação. Como a torcida poderia compreender todos os torcedores, optou-se por escolher e focar na *Geral do Grêmio*, torcida criada em 2001 e que, de certa forma, melhor sintetiza e representa o sentimento do torcedor pelo Grêmio;

- Um jogador importante, destacando a imagem de Danrlei, goleiro que atuou durante 11 anos com a camisa gremista, um dos atletas mais identificados com o clube e que participou de várias conquistas gremistas, tornando-se assim um, dos maiores ídolos recentes do clube;

- Um jogo histórico, em especial a chamada *Batalha dos Aflitos*³. Estudar esta partida é importante porque ela reúne todos os elementos construtores do mito imortal: a presença dos jogadores, as significações que eles passam para a torcida, e as significações que a torcida também repassa para o clube. Optou-se pelo jogo entre Náutico x Grêmio, pelo Campeonato Brasileiro da Série B de 2005, pelo fato de que os elementos de significação formadores do mito estiveram presentes durante toda a partida.

² Goleiro que defendeu o Grêmio durante 15 anos, ficou conhecido pela lenda de que teria morrido em campo, em um Grenal no ano de 1935.

³ Jogo entre Náutico e Grêmio, realizado no dia 26 de novembro de 2005, no Estádio dos Aflitos, na cidade de Recife, válido pelo quadrangular final do Campeonato Brasileiro – Serie B, de 2005. O jogo ficou conhecido como “A Batalha dos Aflitos” devido aos acontecimentos que se sucederam durante a partida, pelo nome do estádio onde o jogo se realizou (Estádio dos Aflitos) e, principalmente pelas viradas inesperadas que aconteciam ao longo da partida.

A fim de também restringir o corpus do trabalho na análise do uso do mito imortal em ações de comunicação pelo Grêmio, o espaço será restringido para algumas ações trabalhadas após 26 de novembro de 2005, data desta partida, por se tratar de um jogo importante na história recente do clube e também por ajudar, de certo modo, na percepção eficaz do mito imortal. Neste caso, notamos um ponto que ajudou a elevar, mais ainda, a significação percebida, pois além da dramaticidade do confronto entre Náutico e Grêmio, o nome do estádio onde ocorreu a partida ocorreu no Estádio dos Aflitos.

O período proposto para o estudo – pós 26 de novembro de 2005 – é propício justamente por ser um momento onde o mito da imortalidade voltou a ser percebido e comunicado, devido aos acontecimentos que ocorreram ao longo da partida, e que ajudaram a transformar um jogo em um evento, um espetáculo.

As peças analisadas serão referência aos dois filmes que foram lançados, tendo como tema central a partida de Recife: *Inacreditável*, *A Batalha dos Aflitos*, e *A Batalha dos Aflitos: os bastidores de um dia inesquecível*.

Do primeiro filme, *Inacreditável*, produzido pela G7 Cinema e TGD Filmes, serão estudados os trailers do filme, que contém entrevistas com personalidades gremistas, torcedores ilustres, dirigentes, jogadores e ex-jogadores. Este primeiro filme não foi produzido pelo Grêmio.

Do segundo filme, *A Batalha dos Aflitos*, produzido pela Iniciativa Produtora LTDA e Kives Filmes, com a autorização do Grêmio Foot-Ball Porto Alegre, serão analisadas peças impressas de lançamento do filme, e também a própria capa do DVD. Isto porque, nesse caso, como em outros mais adiante no caso das estratégias mitológicas, percebemos uma forte relação entre o futebol e uma guerra, notados durante o desenvolvimento do estudo.

Com este estudo, o que se pretende, enfim, é estudar como o Grêmio adotou para si elementos de significação provenientes das estratégias mitológicas, e como o clube retransmite, principalmente para uma das estratégias mitológicas, a sua torcida, essa imagem de *imortal tricolor*. Para isso, passaremos desde os princípios básicos dos signos linguísticos de Saussure até as contribuições de Barthes ao modelo saussureano, com a introdução dos conceitos de mito, passando pelas estratégias mitológicas que se utilizam do modelo de Barthes para se criar, e, por fim, como o clube incorpora para si essa significação, e a retransmite para o seu público: sua torcida.

2. SEMIOLOGIA E O MITO BARTHESIANO

Por se tratar de um estudo que engloba o universo da linguística e da semiótica, devemos, em um primeiro momento, compreender e conhecer os conceitos necessários para poder avançar na análise do mito como objeto de estudo.

Para Santaella (1983), semiótica vem da raiz grega *semeion*, que quer dizer signo. Sendo assim, podemos entender a semiótica como a ciência que estuda os signos, a linguagem. Porém foi percebido que para estudar os signos, seria necessário fundar uma ciência da linguagem verbal, a qual Ferdinand de Saussure⁴ batizou de semiologia.

Segundo Santaella (1983, p. 17), para Saussure essa semiologia teria por objetivo o estudo de todos os sistemas de signos na vida social. Assim, o estudo linguístico que ele elaborou e desenvolveu, seria parte da Semiologia.

Assim, primeiramente devemos entender os princípios gerais da linguística propostos por Saussure, já que foi a partir deles que se construiu a semiologia de Roland Barthes⁵. Barthes esteve entre os principais pensadores que estabeleceram, estudaram e deram seguimento à semiologia saussureana na França, popularizando a semiologia por toda a Europa. Então, devemos entender e estudar os conceitos introduzidos por Saussure, para depois mostrarmos as contribuições barthesianas ao modelo saussureano, destacando principalmente a introdução de um conceito que dá base ao estudo: a transformação do signo linguístico em mito.

Essas definições serão importantes, já que a posterior análise será feita em um objeto com características peculiares, uma comunidade de pessoas, e que apresentam diversas formas de representação de significação, no caso a torcida *Geral do Grêmio*.

⁴ Linguista e filósofo suíço. Seus estudos propiciaram o desenvolvimento da linguística, entendendo-a como uma ciência mais geral dos signos, propondo chamá-la então de semiologia.

⁵ Escritor, sociólogo, semiólogo e filósofo francês. Formado em Literatura Clássica em 1939 e Filosofia em 1943, ambas pela Sorbonne (antiga Universidade de Paris), é adepto do estruturalismo francês, corrente que se inspirou no *Curso de Linguística Geral* de Ferdinand de Saussure, percebendo a realidade social como um conjunto formal de relações.

2.1. OS PRINCÍPIOS GERAIS DA LINGUÍSTICA SAUSSUREANA

A introdução da linguística saussureana pode ser datada de 1916, quando da publicação do seu *Curso de Linguística Geral*. Nesse livro, Saussure expande a atuação da semiologia, que agora não mais trata somente da língua, mas abrange também as formas não-verbais de comunicação.

Em seu *Curso de Linguística Geral*, Saussure apresenta os princípios gerais sobre os quais a linguística se sustenta. Dentro desses princípios, encontramos várias dicotomias que ajudam a entender a natureza do signo linguístico: língua x fala; lei sincrônica e lei diacrônica; sintagma x paradigma; imutabilidade x mutabilidade do signo; e o mais importante para o desenvolvimento do estudo proposto, a dicotomia existente entre o significante e o significado.

A língua seria o conjunto de convenções necessárias adotadas pelo corpo social, a fim de permitir o exercício da linguagem por parte do indivíduo (SAUSSURE apud CAMARA, 1969). A língua pode ser entendida, então, como uma espécie de linguagem verbal, falada. É o principal meio de comunicação que possuímos, porém não é somente através dela que conseguimos nos comunicar. Existem outras formas de linguagem, que serão expostas no decorrer do estudo.

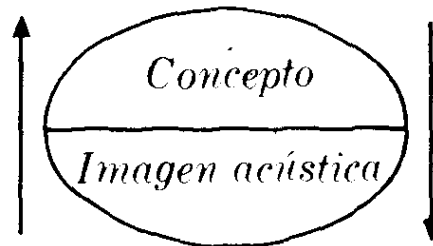
Como o sentido de fala no trabalho vai ser o abordado por Barthes, e também para não ocorrerem confusões conceituais futuras com essa nomenclatura, nos ocupamos então de relacionar e conceituar somente alguns princípios propostos por Saussure: a relação entre significante e significado, a linearidade do significante, a arbitrariedade do signo linguístico e os princípios da mutabilidade e imutabilidade do signo linguístico.

Em um primeiro momento, cabe destacar que para Saussure (p.91) o processo que vincula um nome a alguma coisa não é fruto de uma operação simples, muito pelo contrário. Para ele, os signos linguísticos são unidos por um vínculo de associação, por uma relação de equivalência que existe entre eles.

Temos, então, que o signo linguístico não une somente uma coisa e uma palavra, mas sim um conceito e uma imagem acústica. Essa imagem acústica não é uma imagem física, mas uma representação psíquica dada pelos sentidos, tanto que Saussure exemplifica constatando que as pessoas conseguem se comunicar psiquicamente consigo mesmas, definindo assim o caráter psíquico das imagens

acústicas. Isso ocorre, pois as pessoas têm, em suas memórias, lembranças dessas representações psíquicas, e então as relacionam com os conceitos.

Assim, o signo linguístico é uma entidade psíquica de duas faces, que pode ser representada pelo esquema da figura 1.



Fonte: Saussure, 1945, p. 92
FIGURA 1: Esquema do signo linguístico

Como proposto por Saussure, o signo exprime uma relação entre o significante e o significado. O que pode acontecer é, às vezes, o signo ser utilizado como a imagem acústica, tendo em vista que ele exprime um conceito de tal maneira que a parte sensorial implica a total. (SAUSSURE, 1945)

A fim de não ocorrerem confusões de nomenclatura e também para um melhor entendimento e exposição dos termos, Saussure propôs continuar denominando *signo* o total dessa relação, porém substituir o conceito e a imagem acústica por *significante* e *significado*, respectivamente. Assim, podemos notar claramente a oposição que os elementos têm entre si, e também no sistema total de qual fazem parte. Para Saussure, a alteração de qualquer uma das partes dessa relação acabaria por alterar todo o sistema, gerando novos e incontáveis significados.

Topamos aqui com duas dicotomias do signo linguístico, importantes ferramentas para o entendimento desse signo, ambas propostas por Saussure: a arbitrariedade do signo e o caráter linear do significante; e o princípio da mutabilidade/imutabilidade do signo.

A arbitrariedade do signo aparece quando percebemos que o que une o significante ao significado é arbitrário. Assim, sabendo que o significante possui uma relação de equivalência com o significado, podemos concluir que o signo linguístico formado por essa relação também é arbitrário. O que comprova essa arbitrariedade são as diferentes línguas que existem para expressar o mesmo significante.

Devemos, porém observar que o signo não é arbitrário por uma simples e livre escolha, mas sim porque o significante é imotivado, arbitrário em relação ao significado, não possuindo nenhuma relação entre eles na realidade.

Já a linearidade do significante se explica já que o este, sendo de natureza auditiva, desenvolve-se no tempo unicamente e tem as características que toma do tempo: representa uma extensão, no caso, uma extensão mensurável em uma só dimensão: é uma linha. (SAUSSURE, 1945, p. 95)

Para Saussure, o signo é imutável porque é imposto. Ele está tão encravado na língua que seria impossível alterá-lo. De fato, percebemos essa imposição dos signos linguísticos quando nos deparamos com o fato de que a língua é um legado herdado de gerações anteriores: o único objeto real da linguística é a vida normal e regular de um idioma já constituído. (SAUSSURE, 1945, p. 97) Assim, entramos novamente na arbitrariedade do signo: essa arbitrariedade impede qualquer tentativa de modificação da língua de lado. Em outras áreas, seria pertinente debater algumas questões, desde que se baseie em uma norma razoável. Já na linguística isso não se faz necessário: por ser um sistema de signos arbitrários, não existe motivo para alterarmos os significantes. Se a língua é imutável, significa que ela está inserida em determinado tempo.

E é esse mesmo tempo que garante a mutabilidade do signo: como está sujeita à ação social e do tempo em que está inserida, a relação entre significante e significado pode, sim, sofrer alterações. Isso ocorre porque a língua não possui defesas contra esses fatores externos que deslocam essa relação significante/significado: é uma das consequências da arbitrariedade do signo. Assim, a língua se altera e evolui, sendo influenciada por quaisquer fatores que atinjam os sons ou significados.

Entendendo os objetos formadores do sistema linguístico de Saussure, e algumas de suas implicações, podemos avançar para o entendimento do método barthesiano. A principal diferença entre Saussure e Barthes é que o último trata o signo não somente como um processo linguístico ou comunicacional, mas sim como um processo de produção de sentidos. E o produto desse processo é o que será chamado, mais tarde, de mito.

2.2. METALINGUAGEM E UMA NOVA SIGNIFICAÇÃO

O sistema mítico inicia logo que o sistema linguístico se encerra.

Segundo Barthes, em princípio o mito é uma fala. Mas não uma fala qualquer, e sim um sistema de comunicação, uma mensagem. Sendo uma mensagem, ele carrega consigo toda uma carga de significação, uma forma, onde a sociedade tem um papel ativo e fundamental. Percebemos esse papel da sociedade, pois com o tempo, a história humana faz passar ao real o estado da fala, regulando e controlando a vida ou a morte de qualquer linguagem mítica (BARTHES, 2009), ou seja, nunca existirá um mito eterno, já que a história humana segue sempre em constante alteração.

Sendo o mito uma mensagem, ele não é necessariamente oral, conforme Barthes explica:

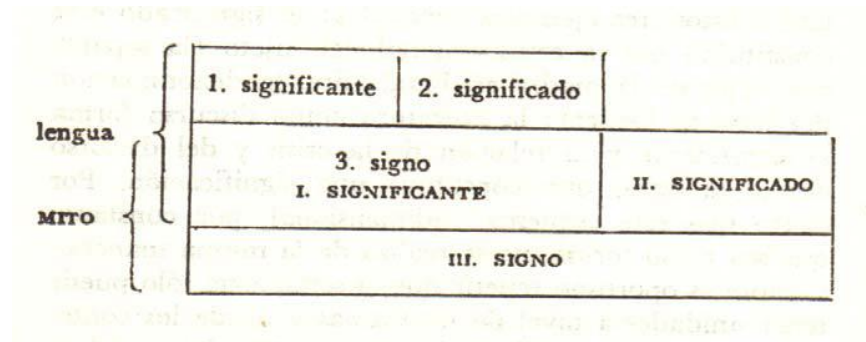
Pode ser formado por escritas ou representações: o discurso escrito, assim como a fotografia, o cinema, a reportagem, o esporte, os espetáculos, a publicidade, tudo isso pode servir de apoio à fala mítica. O mito não pode se definir pelo seu objeto, nem pela sua matéria, pois qualquer matéria pode ser arbitrariamente dotada de significação. (BARTHES, 2009, p. 200).

Neste sentido, como qualquer matéria pode ser dotada de significação, a fala mítica se constitui de uma matéria já trabalhada, tomando apenas para si a sua forma de comunicação. Como entramos na comunicação, devemos transpor os limites da linguística, pois o mito depende então de um segundo caminho semiológico.

A principal diferença entre as linhas defendidas por Saussure e Barthes está em que: para Saussure, temos um sistema semiológico que é a relação entre dois termos, o significante e o significado, de onde resulta o signo. É importante lembrar que os termos dessa semiologia não constituem uma igualdade, mas sim uma equivalência: significante e significado dependem um do outro para formar o signo relacionado e eles.

Já para Barthes, o signo formado pela relação significante-significado de Saussure é apenas o primeiro termo de uma nova equivalência, que resultará no

signo da linguagem mítica, que ele chama de significação, ou mito. Essa relação pode ser melhor compreendida na figura 2.



Fonte: Barthes, 2009, p. 205
FIGURA 2: Sistema metalinguístico

Assim sendo, encontramos no mito o mesmo esquema linguístico: significante, significado e signo. Porém, segundo Barthes (2009, p. 205) o mito se constrói a partir de uma cadeia semiológica que já existe antes dele: *é um sistema semiológico segundo*. Nessa equivalência, o signo linguístico volta ao estado de significante para o sistema mítico.

É bom também criarmos um nome para o sistema linguístico e o sistema mítico: o sistema linguístico é considerado a *linguagem-objeto*, já que é dessa linguagem que o mito se apropria para construir o seu próprio sistema; e o mito em si, que nesse caso chamaremos de *metalinguagem*, pois é uma segunda linha semiológica, na qual falamos da primeira. Como tratamos aqui da metalinguagem, o que devemos considerar é o termo global, o segundo signo ou o signo global, desde que preste ao mito.

Para não correremos o risco de confundir os termos (assim como já propôs com os sistemas linguísticos), já que em suma são os mesmos, Barthes sugeriu uma nova nomenclatura para os termos tanto da linguagem-objeto quanto da metalinguagem: como termo final do primeiro sistema, o significante mítico é chamado de *sentido*, e como primeiro termo do segundo sistema, deu-se o nome de *forma*. Em ambos os sistemas o significado continua sendo chamado de *conceito*.

Já a relação entre significante e significado nos dois sistemas recebe também uma nomenclatura especial: no sistema linguístico, essa relação continua sendo o *signo*, e como não podemos chamar novamente de signo a relação existente na metalinguagem, já que no mito o significante já é formado pelos signos

da língua, Barthes propôs que o terceiro tema dessa metalinguagem fosse chamado de *significação*, pois o mito designa e notifica, faz compreender e impõe. (BARTHES, 2009)

O significante do mito é, simultaneamente, sentido e forma. Ele é completo de um lado, e vazio de outro. Completo por já ter em si uma significação. Porém, quando passa da linguagem-objeto para a metalinguagem, ou seja, quando deixa de ser sentido e se torna forma, esse sentido perde o seu conteúdo, se esvazia e empobrece. Para Barthes, ocorre uma regressão anormal do sentido à forma, do signo linguístico ao significante mítico. O sentido continha em si um sistema de valores que o tornava completo; a forma o esvazia, restando a sua pobreza ser enriquecida com uma significação que o preencha. Costuma-se dizer que a forma não suprime o sentido, mas apenas o empobrece e o deixa à disposição para essa nova significação preencher essa lacuna percebida. Assim, para Barthes (2009, p. 209) o sentido perde o seu valor, mas conserva a vida, que é o que vai alimentar a forma do mito. O que define o mito é a constante troca de valores entre o sentido e a forma: a forma se esconde no sentido, e também encontra nele sua fonte de alimentação.

Assim, temos que as diferenças do sentido em relação à forma são que:

The *form* is what can be described exhaustively, simply and coherently (epistemological criteria) by linguistics without resorting to any extra-linguistic premise; the *substance* is the whole set of aspects of linguistic phenomena which cannot be described without resorting to extra-linguistic premises.⁶ (BARTHES, 1964, p. 24)

Por conta disso, o significado, como percebido anteriormente, pode ser dotado de vários significantes. Isso ocorre principalmente no sistema linguístico, tendo visto que vários termos podem ser utilizados pelo significante para designar o mesmo significado. O mesmo ocorre com o conceito mítico. Barthes (2009) conclui que, quantitativamente, o conceito é mais pobre que o significante: como as possibilidades de definição desse último são muitas, o conceito limita simplesmente a rerepresentar-se. Porém, no mito, esse conceito pode abranger uma grande

⁶ A forma é aquilo que pode ser descrito exhaustivamente, simples e coerente (por critérios epistemológicos) pela linguística sem recorrer a nenhuma premissa extralinguística; o sentido é todo conjunto de aspectos e fenômenos da linguística que não podem ser descritos sem recorrer a premissas extralinguísticas.

extensão de significantes: uma pequena forma (palavra, gesto, desde que seja notado) pode servir de significante a um conceito repleto de uma história extremamente rica. (BARTHES, 2009, p. 211) O próprio livro *Mitologias*, de Barthes, pode servir de exemplo: nesse caso, o livro inteiro visa identificar o que é um mito, e a explicar o seu processo de construção. E também, dentro do livro encontramos várias definições e locais de percepção desse mito construído.

O significante mítico tem duas faces: o sentido e a forma: o sentido é pleno, a forma é vazia. O conceito se apropria e deforma o sentido, que fica transformado em um gesto. Costuma-se dizer que o conceito deforma, mas não elimina o sentido. Para Barthes (2009) o sentido existe para apresentar a forma, e a forma existe para distanciar o sentido. Assim, para o significante mítico, a forma permanece vazia, mas presente; o sentido é ausente, mas pleno.

Uma das principais diferenças entre a linguagem-objeto e a metalinguagem é que, enquanto na linguagem-objeto o significante pode ser, em alguns casos, psíquico, na metalinguagem o significante mítico já é formado por um sentido constituído. Outra diferença é que, enquanto o signo linguístico é arbitrário, a significação sempre é motivada. Assim, o mito costuma se apropriar de elementos pobres, incompletos, onde o sentido já esteja diminuído e, assim, disponível para uma nova significação. Essa apropriação é o que Barthes chama de aspecto transpassado da fala mítica: o mito rouba uma fala, mas a sua restituição não é a mesma que foi roubada.

O mito pode desenvolver seu esquema segundo a partir de qualquer sentido existente, ou até sobre a privação do sentido. Essa privação é perceptível quando notamos que determinado objeto não passa uma motivação: essa ausência de motivação é percebida e objetivada, e é em cima dela que se constrói uma motivação segunda, sobre a qual o mito se constituirá.

Barthes propõe três leituras do mito:

- partir de um conceito, procurar uma forma: nesse caso, o significante é vazio, e o conceito se encarrega de preencher a forma do mito. Essa significação se torna literal: determinado sentido será um *símbolo*;

- decifrar o mito, compreendendo uma deformação: nesse caso, o significante é pleno, e é facilmente perceptível a distinção entre o sentido e a forma. Assim, a deformação que um impõe ao outro destrói a significação do mito;

- a significação como *presença*: aqui, o significante do mito é uma totalidade imutável de sentido e forma. Sendo assim, a significação recebida é ambígua: para Barthes, o leitor reage de acordo com o mecanismo constitutivo do mito, com a sua dinâmica própria, transformando-se assim também em um leitor do mito.

As duas primeiras leituras analisam e destroem o mito: a primeira é cínica, e a segunda, desmitificadora. (BARTHES, 2009, p. 220) Na terceira leitura, o mito é consumido simultaneamente como uma história verdadeira e irreal. A elaboração de um segundo sistema semiológico vai permitir que o mito escape ao dilema: obrigado a revelar ou liquidar o conceito, *naturaliza-o*. (BARTHES, 2009, p. 221)

O mito é uma fala extremamente justificada. Barthes diz que o que se espera do mito é um efeito imediato: a leitura se esgota rapidamente. Pouco importa se, logo depois de sua recepção ele é desmontado, desmitificado. Esse rápido esgotamento é muito utilizado no jornalismo, onde as manchetes em letras grandes praticam uma chamada para a leitura; nessa chamada, está o fato mais importante da notícia, porém algumas vezes deslocado de seu contexto original. Uma leitura mais aprofundada desse mito não aumenta ou subtrai seu sucesso ou seu fracasso: para Barthes, o mito é, simultaneamente, imperfectível e indiscutível, e o tempo e o saber nada poderiam lhe acrescentar ou subtrair, visto que a sua ação é imediata. O leitor, também, não percebe ver um sistema semiológico no mito, mas sim um sistema indutivo.

Barthes cita o exemplo de uma manchete de jornal: “*PREÇOS: COMEÇAM A CEDER. LEGUMES: PRIMEIRA BAIXA.*” Notamos aqui uma chamada muito forte, e o que define uma das características do mito: seu caráter imediato. Pode-se aferir daí que os preços baixam porque o governo decidiu. Porém, pouco importa se no texto que segue a chamada essa imposição deixa de ser percebida, vindo com um texto que diga que os preços baixaram porque a oferta de legumes aumentou. Para Barthes (2009, p. 222) sua ação é mais forte que as explicações racionais que podem desmenti-lo, fazendo com que a leitura do mito se esgote de uma só vez.

Podemos aferir, então, que todo o sistema semiológico é um sistema de valores; ora, o consumidor do mito considera a significação como um sistema de fatos: o mito é lido como um sistema factual, ao passo que é apenas um sistema semiológico. (BARTHES, 2009, p. 223).

Esse sistema de valores é uma fala roubada, um roubo de linguagem. De fato, para Barthes (2009) nada pode se proteger do mito, podendo este se

desenvolver a partir de qualquer sentido, ou até da privação de um sentido. A fala mais roubada pelo mito é a linguagem, e ela oferece pouca resistência e muitas vezes não apresenta, desde o início, um sentido pleno, indeformável. Como essa linguagem não oferece muita resistência, o mito consegue se apoderar dela facilmente. Porém, o poder de um segundo mito provém da sua capacidade de instituir o primeiro como ingenuidade observada (BARTHES, 2009, p. 228).

O campo mais propício para o desenvolvimento de mitos, significações míticas, é a nossa sociedade. Barthes cita o exemplo de que, nos anos 70, a sociedade era burguesa, e que toda e qualquer formação social que não fosse burguesa era obrigada a *pedir emprestado* à burguesia. Isso ocorre porque a ideologia burguesa pode preencher tudo e não perder seu nome.

A sociedade burguesa abole a denominação burguesa, e é exatamente o mesmo que ocorre com o mito: para Barthes (2009), ele é constituído pela eliminação da qualidade histórica das coisas, perdendo um pouco a lembrança de sua produção. Ou seja, o mito transforma uma intenção histórica em natureza, uma eventualidade em uma eternidade.

Porém, ao mesmo tempo, o objeto mais natural contém um rastro político, a presença do ato humano que o produziu, organizou e utilizou, por mais fraco que este rastro seja (MARX, 1924, p. 161 apud BARTHES, 2009, p. 235). Assim, o mito pode vir a enfraquecer ao longo do tempo, já que a relação homem-mito se baseia muito em sua utilização. Muito por isso, Barthes diz que se consideramos um mito politicamente insignificante, é porque ele não foi feito para nós. Qualquer alteração no sistema que o rodeia resultará em uma mudança em seu alcance. Isso explica o fato de que, mais adiante, o mito imortal só será percebido, sentido e terá influência única e exclusivamente nos elementos que rodeiam o Grêmio. Qualquer pessoa de fora desse sistema perceberá somente o mito como uma imagem negativa. O que não deixa de considerar o imortal como um mito, já que não importa a imagem que esse mito passa, se é positivo ou negativo; o mito produz um sentido, logo, é real, se faz presente.

E é essa presença que será abordada nos capítulos seguintes: a presença da figura do mito imortal na comunidade gremista, e a posterior análise dessa presença comunicada pelo clube.

2.3. O HORIZONTE DE UMA TERCEIRA CADEIA SEMIOLÓGICA

Em um primeiro momento, o estudo estaria centrado na definição das estratégias mitológicas como signos linguísticos onde, a partir de suas bases, a significação mítica imortal se construiria.

Porém, durante a leitura do livro *Mitologias*, de Roland Barthes, foi constatado que essas estratégias mitológicas já podem ser consideradas, isoladamente, como um mito, expoente de significação, e não mais como somente um signo linguístico. Assim, a estruturação do trabalho sofreu uma pequena alteração quanto a essa construção do mito, e suas posteriores análises.

Agora, o mito imortal não será mais analisado em um segundo sistema semiológico, ou metalinguagem. Visto que as estratégias mitológicas já resultam em uma significação independente umas das outras, o mito imortal será construído pela apropriação dessa significação das estratégias, em um esquema que apresentamos com o nome de sistema semiológico terceiro, ou melhor, adaptado para uma segunda metalinguagem, já que agora o mito não se constrói mais sobre o esgotamento de um signo linguístico definido, mas já a partir do esgotamento de uma significação pré-existente.

Barthes (2009, p. 227) diz que o mito rouba e se apropria de uma linguagem; então, o segundo mito roubaria essa primeira linguagem já constituída, colocando-a como ponto de partida em uma nova cadeia semiológica, já que o sistema semiológico segundo é sempre elevado à potência. Os termos continuam os mesmos, adicionando somente uma nova relação entre a significação, que agora passa a ser uma *significação primeira* que retornaria a um estado de *significante segundo (forma segunda ou sentido segundo)* e que, unido a um *conceito*, resultará em uma *significação segunda*, no caso, o mito imortal.

Os termos estudados serão tanto internos quanto externos ao Grêmio FBPA. As estratégias mitológicas internas ao clube seriam os jogadores, em especial a figura de Danrlei; e as partidas importantes que marcaram a história do clube, dando um valor especial para a Batalha dos Aflitos. Já o fator externo ao clube a ser analisado é a sua torcida, mais pontualmente a *Geral do Grêmio*, maior torcida organizada do clube.

3. ESTRATÉGIAS MITOLÓGICAS DO GRÊMIO FOOT-BALL PORTO ALEGRENSE

Percebemos, assim, que a construção do mito se dá através de uma convergência de fatores. Primeiro, ocorre o processo da linguagem-objeto, resultando em um signo linguístico, que depois será apropriado pelo sistema de metalinguagem, dando origem ao mito. Essa construção depende de uniões de formas, conceitos, signos e significações, que resultam no mito. A essa convergência de fatores daremos o nome de estratégias mitológicas, que são os processos comunicacionais, linguísticos e metalinguísticos necessários para a formação da segunda significação, o mito imortal.

Dentre estas estratégias que o mito se apropria para sua construção, daremos destaque a três: a torcida *Geral do Grêmio*, por ajudar, à sua maneira e com as suas próprias estratégias mitológicas, a construir e legitimar o mito; a figura do jogador Danrlei, representando um construtor atuante do mito imortal, e um dos maiores ídolos recentes do clube; e um jogo em especial, a Batalha dos Aflitos, onde diversas significações puderam ser percebidas durante toda a partida. Na Batalha dos Aflitos, também encontraremos uma síntese de uma relação existente entre o futebol e a guerra, com as suas nomenclaturas e princípios básicos semelhantes.

3.1. PORTÃO 10: *GERAL DO GRÊMIO*

A *Geral do Grêmio* é a maior torcida do Grêmio Foot-Ball Porto Alegre. Apesar de não ser uma torcida organizada que pode ser quantificada e controlada, a *Geral*, como popularmente é conhecida, engloba uma boa parcela dos torcedores que vão ao Estádio Olímpico, inclusive sócios do clube que tem uma área específica

destinada a eles, as cadeiras que ficam atrás das casamatas⁷. Foi a primeira torcida do estilo *barra brava*⁸ do Brasil.

O princípio básico de uma torcida é o mesmo de uma comunidade: parte do pressuposto de que, entre seus membros, existe uma interação social. Esta interação também pode ser chamada de relação. Toda relação implica em uma via de duplo sentido, em uma troca. Para Silva (2006, p. 13), essa relação pode ser entendida como o comportamento da busca de suprimentos para atender às necessidades de sobrevivência de cada indivíduo. O indivíduo busca, em um ambiente inerente a ele, formas de se completar e se sentir pleno. Após ocorrer essa relação, o homem tanto pode se sentir suprido e satisfeito, como insatisfeito, o que o fará criar novas relações para suprir determinadas carências que não puderam ser preenchidas com outras relações.

Essa interação social, segundo Rappaport⁹ (1977), surge como resultado do compartilhamento de características comuns entre seus membros, e também ao fato de que são um pouco diferentes da sociedade onde estão inseridos. Isso se mostra uma verdade, já que a sociedade onde essa comunidade está inserida não compartilha, necessariamente, dos mesmos gostos da comunidade, apesar de ambas viverem no mesmo espaço territorial.

A questão territorial é outro fator que ajuda a construir uma comunidade. Isso porque, geralmente, pessoas que compartilham do mesmo espaço social compartilham de alguns pensamentos semelhantes. Isso se vê presente na formação da cultura gaúcha, segundo Ribeiro (1995, p. 413), nos vários momentos em que as tendências separatistas dos povos sulinos (especialmente o gaúcho), já que contavam com uma economia com interesses próprios, estavam longe dos principais centros urbanos do país no século XVII e XVIII, e também sofriam com influências políticas e intelectuais de centros urbanos culturalmente avançados para a época, como Buenos Aires e Montevideu.

⁷ Segundo João Machado de Queiroz, casamata é o abrigo de material plástico que protege os jogadores reservas e a comissão técnica, fazendo clara referência ao abrigo blindado que protegia os soldados na guerra. No Rio Grande do Sul, a casamata é mais utilizada do que banco de reservas.

⁸ Barra-brava é um movimento de torcidas de futebol muito comum em países da América Latina, e tem como principal característica o apoio constante durante toda a partida, independentemente da situação em que a equipe se encontre.

⁹ Julian Rappaport, professor emérito da Universidade de Illinois – Estados Unidos. PhD. em Psicologia pela Universidade de Rochester – Estados Unidos.

Devido a essa proximidade territorial com a Argentina e o Uruguai, muito da cultura e dos costumes do povo do Rio Grande do Sul tem semelhanças com o dos povos dos países vizinhos até hoje. Isso ocorre porque, devido a essa proximidade territorial, a relação entre os povos acaba sendo mais forte, o que acaba por modificar um pouco a relação dos gaúchos com o restante do povo brasileiro. Inclusive, o termo gaúcho, embora no Brasil seja considerado o povo que vive no Rio Grande do Sul, abrange todos os povos que vivem na bacia do Rio da Prata, sejam eles argentinos, bolivianos, brasileiros, paraguaios ou uruguaios.

Nos dias de hoje, comunidade pode ser tratada, segundo Boudon (1990) como um conjunto de relações sociais complexas, cuja natureza e orientações são examinadas em enquadramentos específicos. Isso conclui que uma comunidade pode ser caracterizada pelo seu perfil econômico, caráter científico, orientação religiosa, orientação sexual, classe social, classe racial, todas as formas que, de uma maneira ou de outra, ajudam a caracterizar e a aproximar (e também afastar) as pessoas.

Como toda torcida, a *Geral do Grêmio* engloba torcedores que compartilham de sentimentos semelhantes em relação ao Grêmio. Esses torcedores se reúnem em busca de um bem comum em relação a todos, e essa bagagem cultural herdada se deixa transpassar entre eles.

Quando surgiu, em 2001, seu nome era *Alma Castelhana*. O termo “Castelhana” se justifica porque entre alguns de seus fundadores, estavam alguns torcedores argentinos, advindos de outras torcidas de seus países, e que admiravam o Grêmio. Com o passar dos anos, a Alma Castelhana foi crescendo e incorporando torcedores de outros setores do estádio, o que acabou por torná-la a torcida do clube, sendo assim, teve o seu nome alterado para *Geral do Grêmio*, por ficar justamente na arquibancada geral do Estádio Olímpico.

Inclusive, a forma de torcer se assemelha muito com as torcidas uruguaias e argentinas. O termo uruguaio *hinchas* denomina essa forma de torcer, caracterizada pelos cantos de apoio que exaltam a paixão pelo clube, as faixas, trapos¹⁰ e bandeirolas, e o maior diferencial das hinchas em relação às outras torcidas: o apoio incondicional ao clube. Essa apropriação de elementos de outras culturas ocorre

¹⁰ Uma das principais características das torcidas argentinas e uruguaias, também adotado pelo Grêmio, são os trapos. Assemelham-se às bandeiras, porém seu material é inferior e geralmente é produzido em casa pelos próprios torcedores. Contém imagens de jogadores ou frases de apoio.

segundo Ribeiro (1995), porque a coexistência de povos complexos em uma mesma região opera ativamente no sentido de homogeneizá-los, difundindo os traços e costumes de um ao outro. Isso explica a identificação que a torcida apresenta com elementos da cultura latina, diferenciando-a de maior parte das outras torcidas do futebol brasileiro.

Cabe ressaltar, também, que dentro da própria comunidade de torcedores existem diferenciações, sejam elas de classe social, racial, religião ou de qualquer outra procedência. Porém, no momento em que se reúnem, formam uma comunidade única, sólida, dando resultado a um único corpo social.

Todas as fotos das estratégias mitológicas presentes na *Geral do Grêmio* foram retiradas do site *Ducker.com.br*, criado por Richard Ducker, ex-integrante do Conselho Deliberativo do Grêmio, e atualmente colaborador do Departamento Consular do clube.

Ao identificarmos a *Geral* como uma estratégia mitológica, as principais formas de significação que a torcida produz são o que podemos chamar de rituais: os cantos, entoados por ela e acompanhados pelos demais setores do estádio; as bandeiras e os trapos, que ficam pendurados nas muretas do Estádio Olímpico e passam mensagens de apoio aos jogadores.

Por ritual entende-se, segundo Boudon (1990), como o conjunto de atos repetitivos e codificados, que podem ser tanto de ordem verbal, gestual ou postural. Esses atos possuem uma forte carga simbólica, porém, somente para aqueles aos quais os criam, e a que posteriormente se dirigem.

Esses três tópicos serão analisados separadamente, pois cada um apresenta uma particularidade que o diferencia dos demais, o que também acaba por alterar o seu processo de construção e percepção, porém que sempre resulta no mesmo produto final, ou seja, uma significação que faça referência ao mito imortal tricolor.

Finalizando, podemos entender que a torcida *Geral do Grêmio*, nesse caso, é um signo linguístico. O nome *Geral do Grêmio*, significante, é relacionado a todos os elementos que a compõem (cantos, trapos, bandeiras, avalanche), os seus significados. Como vimos anteriormente, em alguns casos o signo pode ser utilizado como a imagem acústica, já que ela exprime o conceito de tal maneira, que a parte sensorial implica a total (SAUSSURE, 1945). Neste caso, essas imagens

acústicas/significados se apoderam do nome *Geral*, e passam a representá-la como um todo.

3.1.1. E DÁ-LHE TRICOLOR: OS CANTOS DA *GERAL*

A principal forma de apoio que a torcida encontra são os seus cantos. São estes cantos que a caracterizam, e que servem de apoio para os jogadores quando estes estão em campo.

Os cantos apresentam a forma mais simples de significação que serão analisados. Isto porque os cantos oferecem as mesmas bases da significação linguística, já que podem ser considerados como uma escrita falada.

Dois dos primeiros cantos analisados não foram criados pela *Geral do Grêmio*: um é o hino do Grêmio, composto por Lupicínio Rodrigues e entoado pela torcida durante os jogos; e o outro é o Hino-Rio Grandense, cantado antes de o time entrar em campo, durante as cerimônias oficiais que precedem todas as partidas.

O Hino Rio-Grandense demonstra a ligação que existe entre a torcida e o estado do Rio Grande do Sul. Essa forte identificação com o estado remete à citação de Rappaport (1977), já que o orgulho pelo Rio Grande do Sul é exaltado pela torcida gremista, e também difere um pouco de outras torcidas de outros estados, que não possuem tamanha identificação com os seus respectivos estados.

Essa identificação com o estado de origem explica um dos personagens mais conhecidos da *Geral do Grêmio*: o torcedor Juliano Franczak (figura 3 - abaixo). Em todos os jogos no Estádio Olímpico, ele se posiciona a frente das bandeiras e trapos da *Geral*, sempre caracterizado como um típico gaúcho, com um adereço ao traje: a camisa gremista. Em todos os jogos, o torcedor aparece nas transmissões de televisão, já tendo se tornado figura frequente nos jogos do Grêmio, tanto no Estádio Olímpico quanto em alguns jogos fora de casa.



Fonte: Ducker.com.br
FIGURA 3: Torcedor Juliano Franczak

Notamos aí uma forte relação entre o Grêmio e a cultura gaúcha, expressada por meio de um de seus torcedores. É inegável que no contexto onde está inserido, a imagem de Juliano Franczak faz total sentido: ele (gaúcho) está inserido em um estádio de um clube gaúcho, com forte identificação com o Rio Grande do Sul, e que tem essa identificação compartilhada por toda a torcida do Grêmio. Agora vamos a outro ponto.

Voltando então ao Hino Rio-Grandense, temos em sua estrofe a maior carga de significação que podemos perceber. A estrofe do hino diz o seguinte: “Mostremos valor e constância, nesta ímpia e injusta guerra, sirvam nossas façanhas, de modelo a toda terra.” Notamos aqui que essa fala da torcida possui uma forte carga de significação.

Cabe aqui destacar um primeiro ponto importante dessa identificação gremista com a cultura gaúcha: essas cargas de significações só são percebidas porque nos são dirigidas, e nos transmitem algum sentido. Barthes (2009) já afirmara que um mito só não é insignificante quando ele é feito e dirigido para nós: qualquer mito que não nos provoque reação alguma será sumariamente ignorado. Como os povos de outros estados, que percebem e até podem conhecer a relação existente entre o Grêmio e o Rio Grande do Sul, porém para ele essa relação ficará somente nessa imagem supérflua.

O segundo ponto importante quando falamos do Hino Rio-Grandense é a sua história. É percebido que para o povo gaúcho o hino está recheado de significação, especialmente o refrão, que faz referência às guerras que ocorreram no Rio Grande do Sul, especialmente a Revolução Farroupilha durante o século XIX.

Barthes (2009) diria que, nesse caso, a significação está presente: assim, o significante do mito é uma totalidade imutável de sentido e forma. O *sentido*, completo, é a Guerra dos Farrapos, porém, transformado em *forma*, essa guerra perde a sua história, restando apenas a letra para analisarmos, e percebermos a significação resultante dessa relação.

Notamos aqui uma curiosidade existente no futebol: a forte relação existente entre o esporte, e a guerra. A utilização de seus termos exprime bem essa relação. No Rio Grande do Sul, costuma-se chamar o banco de reservas de casamata. Na guerra, a casamata era uma instalação militar, fortemente protegido contra projéteis inimigos, onde os soldados ficavam à espreita do inimigo com suas armas. Era uma espécie de defesa, e também uma reserva em relação aos homens do batalhão de frente, que ficavam à espreita, somente escondidos. No futebol, a casamata serve para abrigar a comissão técnica e os jogadores reservas, numa relação semelhante entre o batalhão de frente em uma guerra.

Cabe destacar também a figura do artilheiro. O artilheiro é o homem que mais faz gols em um time, em um campeonato. É ele quem ganha a maior parte das glórias nas vitórias, afinal foi ele quem desempenhou o papel mais importante em prol do time. E o artilheiro, a palavra, designa de artilharia. Na guerra, segundo Queiroz, a artilharia tem o papel de neutralizar e destruir o maior número possível de instalações inimigas. Para isso, usam armas de grande poder destrutivo. Costumeiramente, também se chama o artilheiro aquele membro do exército que consegue abater o maior número de inimigos em combate: há uma relação direta com o futebol, onde o que acaba contando no final é a eficiência do artilheiro em cumprir os objetivos de seu time, ou batalhão.

Outro ponto onde existe uma forte carga de significação presente é no Hino do Grêmio FBPA. Novamente para facilitar a análise, nos centraremos em sua estrofe, que diz: “Até a pé nós iremos, para o que der e vier, mas o certo é que nós estaremos, com o Grêmio onde o Grêmio estiver”. Aqui, a significação construída já não mais resulta em uma relação com o estado do Rio Grande do Sul, mas somente com o próprio Grêmio.

O “até a pé nós iremos”, aqui, não é literal. Mas quer passar essa imagem de ser literal. Como o mito se constrói segundo Barthes (2009), sobre um sistema de valores, é mais que natural que esses valores apresentem alguma significação para quem lhes é dirigido. Temos aqui o hino do clube, o significante linguístico, e o seu

significado, o seu conteúdo (no caso, a letra). Isto acaba por tornar o hino num signo. Quando entoado pela torcida gremista, este signo (agora, sentido de um sistema metalingüístico) se esvazia, restando apenas a sua forma. E essa forma que é apropriada pela metalinguagem, para criar uma significação real. Unindo a forma do hino, sua letra, a um conceito estabelecido pela *Geral* (aliada às outras formas de significação que a torcida produz) gera uma significação especial, tanto para os jogadores quanto para os próprios torcedores.

Do mesmo modo, “até a pé nós iremos” não nos transmite uma imagem de que as pessoas vão, literalmente, a pé para acompanhar o clube, mas que elas não mediriam esforços para estar ao lado do Grêmio, suportando-o. Esta significação de apoio incondicional é uma das principais formas que as estratégias mitológicas fazem uso para construir o mito imortal.

Outra forma de apoio que a *Geral* faz uso e transmite uma significação são os seus cantos. Aqui, nos ocupemos também de mostrar somente algumas partes desses cantos, para facilitar a análise.

Cabe destacar aqui um ponto principal da maior parte das torcidas do estilo *barra brava* existentes no mundo: seus cantos, na maioria dos casos, são adaptações de letras e ritmos executados por outras torcidas. São poucos os casos onde um canto é originário de dentro do clube.

O primeiro exemplo é uma adaptação do canto *Horto Magiko*, da torcida grega do clube Panathinaikos. Aqui, a denominação imortal aparece diretamente na letra: “Ôôô, imortal tricolor, Ganhas ou percas, Te sigo aonde for...”

Também percebemos que aqui, como no hino do clube, a relação de cumplicidade da torcida com o Grêmio é importante, e os torcedores se comprometem a acompanhar o clube onde quer que este esteja, e em qualquer situação que se encontre. Como o canto faz uma relação com o hino gremista, é perfeitamente aceito pela torcida. O “ganhas ou percas” só serve para comprovar ainda mais a relação que existe entre o clube e sua torcida, e também uma das características principais das torcidas *barra brava*, o apoio incondicional.

Essa denominação *imortal* não é literal. Mas o sentimento, a significação transpassada pelo conceito de imortalidade é o que move a torcida gremista. Um famoso verso feito pelo torcedor e ex-colunista do blog tricolor no site Final Sports, Silvio Pilau, escrito antes de um jogo contra o Santos pelas semifinais da Libertadores de 2007, e posteriormente adaptado para abranger melhor o

sentimento, explica bem o que é esta imortalidade para os torcedores. Segundo PILAU (2007), se eles vierem com futebol, nós iremos com raça. Se eles vierem com raça, nós iremos com o coração. Se vierem com o coração, iremos com a vida. Se vierem com a vida, iremos com a imortalidade. Na sua fala, Silvio assume todos os leitores como torcedores do Grêmio, já que ele não fala, por exemplo, “se eles vierem com futebol, o Grêmio irá com raça”, mas sim “nós iremos com raça”.

Notamos que essa imortalidade percebida pela torcida transpassa os limites da própria vida. A crença em sua existência é tão forte que, em muitos jogos onde a situação é adversa, fica-se esperando para que o sentimento de imortalidade, de superação entre em ação, tanto para a torcida quanto para os jogadores. E essa crença na imortalidade também acaba sendo motivo de piadas por parte das torcidas adversárias, que vêem no clube um possível rival que, por ser imortal (e também porque, como todo clube de futebol, perde jogos importantes) poderá ser para sempre derrotado.

Vimos anteriormente que, para Saussure (1945), o significante linguístico é imotivado, arbitrário em relação ao significado, não possuindo entre eles relação na realidade. Daí, tiramos que, nesse caso da imortalidade, o que se tira não é o fato de ser imortal. Essa relação não existe. O significante ‘imortal’ não faz com que o seu significado seja a imortalidade, aquele que nunca morre, que há de viver para sempre. O clube não é imortal.

Isto se faz mais verdade quando notamos que o mito da imortalidade do Grêmio não pode ser evocado a hora que quiser. Ele aparece em determinadas situações, e em outras não se faz presente. A torcida não pode ficar refém deste mito de imortalidade: em alguns casos, ele há de aparecer, como foi o caso da Batalha dos Aflitos, que será analisado mais adiante, ou de outros tantos jogos onde a situação era adversa e o Grêmio saiu de campo vencedor; porém, em outros jogos a crença cega nessa imortalidade fez com que o clube perdesse jogos importantes, por acreditar que, devido à sua imortalidade, a qualquer momento poderia vencer as partidas.

A imortalidade percebida pela torcida é apenas uma imagem, um sentimento de apoio. E este apoio, base de sustentação da torcida, pode ser percebida no canto “Eu sou o tricolor de Porto Alegre, eu tenho a minha alma azul celeste, o Grêmio é um sentimento que se chama de coração, a vida por toda a vida, dale campeão.”

Notamos aqui o que foi dito anteriormente: a imortalidade não é um fato constatado, mas um sentimento da torcida em relação ao clube. Aqui também percebemos um pouco o desprendimento da torcida do Grêmio com o Rio Grande do Sul. Quando a torcida branda que tem a alma *azul celeste*, está se afastando um pouco da cultura rio-grandense, principalmente pelas cores que representam a bandeira do estado (amarelo, verde e vermelho), que será apresentado no próximo subtópico. Assim, a torcida gremista, de sangue e alma azul celeste, se caracterizaria como uma comunidade à parte, inserida dentro da comunidade gaúcha: compartilhando de alguns costumes em comum, porém com outros pensamentos semelhantes.

Um dos trapos que mostram essa diferença em relação ao pensamento do povo gaúcho encontra-se em um elemento muito forte da cultura gaúcha, o patriotismo. Até os dias de hoje, existem grupos de pessoas que são favoráveis a desfiliação do Rio Grande do Sul com o Brasil, formando assim a República Rio-Grandense (figura 4) Pensamento que corria durante os anos da Revolução Farroupilha, a idéia de uma República Rio-Grandense foi perdendo força, por encontrar questões que inviabilizariam a sua sustentabilidade, como a criação de um estado próprio, e outros encargos que lhe seriam impostos com a desfiliação ao Brasil.



Fonte: Ducker.com.br

FIGURA 4: Trapo República Rio-Grandense

Não se sabe ao certo se a *Geral* é favorável a essa desfiliação da nação ou não. Para isto, seria necessário outro estudo somente acerca deste fato. O que podemos perceber analisando a torcida é que como é uma comunidade inserida em outra comunidade, o trapo representa uma posição mais radical em relação à maioria do povo gaúcho: os gaúchos são reconhecidos pelo seu patriotismo, o amor pela terra onde vivem; os apoiadores da formação da nova República seriam, nesse

caso, os extremistas dessa posição, que gostariam que uma República Rio-Grandense tomasse forma.

Porém, nos contentemos em tirar do trapo somente aquilo que ele carrega de significação: a República Rio-Grandense original, que trás consigo toda a carga simbólica do povo gaúcho, aqui perde a sua ligação histórica com o Rio Grande do Sul. O que se nota é que, inserida dentro da *Geral*, a República toma outro corpo. Para Barthes (2009), o conceito deforma, mas não elimina totalmente o sentido; é o que notamos quando percebemos que a faixa, inclusive, não faz nenhuma referência às cores da bandeira do Rio Grande do Sul, o que será percebido em um trapo em especial mais adiante. A sua nova significação resultará de uma mistura de elementos da República Rio-Grandense idealizada pelo general Antônio de Sousa Neto, outros incorporados da cultura platina (em relação às cores, com a predominância o azul), azul este que também faz referência às cores do Grêmio.

A presença imortal novamente é percebida quando a torcida canta: “a vida por toda a vida, dale campeão”. Esse apoio constante, incondicional, está presente também em outra parte de um canto da torcida, se referindo principalmente aos jogadores: “passam os anos, passam os jogadores, Geral está presente, não para de apoiar”. O apoio incondicional é uma das formas de mostrar o comprometimento, passando o sentimento de imortalidade da arquibancada para o campo.

Outra relação existente entre clube, jogadores e torcida é encontrada em uma paródia da música *Bebendo Vinho*, de Wander Wildner. “Na rádio toca um velho rock ‘n roll, lembro Renato, o homem gol, nada mais apaga essa história, Grêmio imortal, macaco chora”. As referências, a carga simbólica presente nesses versos exprime algumas características da torcida do Grêmio: a preferência pelo rock ‘n roll, em detrimento ao samba característico do Brasil; a lembrança do jogador Renato Portaluppi, autor dos dois gols da vitória contra o Hamburgo, da Alemanha, na final do Mundial de 1983; a referência à imortalidade do clube; e a provocação aos “macacos”, forma como os torcedores do Grêmio se referem aos torcedores do rival Internacional.

A relação com o jogador Renato se refere ao fato de que o Grêmio, a partir de 11 de dezembro de 1983, o Grêmio era campeão do mundo, e nada iria apagar o que já estava feito. Entretanto, com o passar dos anos opositores desenvolveram uma tese de que o Grêmio não havia conquistado o título contra o legítimo campeão europeu daquele ano. Isto porque naquele ano o Hamburgo não teria vencido a

Juventus, da Itália, na final da Liga dos Campeões, mas mesmo assim teria sido escolhida como a representante europeia na Copa Intercontinental. O que de fato não ocorreu, já que o Hamburgo derrotou a equipe da Juventus, por 1 a 0, no estádio Olímpico de Atenas, na Grécia.

Contudo, isto não faz diferença alguma para o mito criado em torno do título conquistado, a história contada quase 30 anos depois, continua a ser reescrita de forma mitológica. Estas histórias vão ganhando forma na medida em que, em 1983, a possibilidade de ter as informações instantaneamente, como hoje, eram mais complicadas. Assim que um fato passa a ser discutido pela sociedade, sua forma vai, substancialmente, perdendo o seu conteúdo. Semelhante ao que acontece com a mutabilidade do signo linguístico de Saussure: como está sujeito a uma ação social, a relação entre o significante (Hamburgo) e o significado (nesse caso, os jogadores, a sua história) pode sofrer alterações ao longo dos anos.

A referência a um ídolo pode ser interpretada como uma cultuação, uma homenagem. Nesse caso, é o que percebemos quando se faz a referência a Renato Portaluppi, mais conhecido como Renato Gaúcho. Um dos maiores ídolos do clube, Renato sempre é lembrado pelas gerações passadas como um grande ponta direita, e essa imagem de grande jogador é passada para as novas gerações, que não o viram jogar. Semelhante ao que acontece com a língua, que nós é transmitida de geração em geração: não se sabe ao certo quem a inventou, quem instituiu que garfo seria a palavra que iria representar garfo, mas aceitamos. Alguns não sabem quem foi Renato, somente os mais velhos o viram jogar, porém a transmissão desse conhecimento é o que basta para a construção de uma significação: quem não o viu se baseia em suas histórias, para criar uma carga simbólica consistente.

Uma das formas que mais consegue passar, de forma consistente e direta, cargas simbólicas para a torcida tricolor, são os trapos e bandeiras presentes em todo o Estádio Olímpico. Principalmente os que ficam posicionados nas muretas de proteção da *Geral*, que de certa forma são aqueles torcedores que exprimem o que é a torcida gremista, que a diferencia das demais torcidas dos clubes brasileiros.

O que sustenta a diferença entre a torcida do Grêmio e a dos outros clubes do Brasil é que, segundo Bueno¹¹ (2005) o Grêmio não faz parte da história futebolística brasileira, pois o futebol praticado pelo clube se assemelha mais ao dos

¹¹ Eduardo Bueno, jornalista, escritor e historiador gaúcho, popularmente conhecido como Peninha.

países platinos e menos em relação ao brasileiro. Para ele, disputar uma Libertadores é estar entre seus semelhantes, jogando partidas contra adversários que se assemelhavam ao Grêmio, sobretudo à sua filosofia. Inclusive, para Bueno nenhum clube brasileiro deveria jogar a Libertadores, já que a Taça Libertadores da América surgiu como uma maneira de homenagear os heróis libertadores da América. Pessoas que lutaram pela independência das colônias sul-americanas, líderes populistas acostumados a amarrar cavalos nos obeliscos dos outros. Pessoas como Simón Bolívar, José Artigas, San Martín, Manuel Belgrano, Manuel Oribe, Juan Manuel José Domingo Ortiz de Rosas y López de Osornio (conhecido como Rosas) e Francisco Solano López.

Para Bueno (2005), D. Pedro I não se enquadrava nessa categoria pois, após declarar a independência do Brasil, manteve laços com Portugal através de uma monarquia escravocrata. Assim, de acordo com essa proximidade em relação a Argentina e Uruguai, o Grêmio não se enquadraria como um clube brasileiro mas sim platino.

Cabe ressaltar, antes do encerramento do subtópico, que todas essas significações presentes tanto no Hino Rio-Grandense, no Hino do Grêmio e em alguns cantos foram produto de uma relação de significante e significado, que resultou em um signo palpável.

Essa relação pode ser expressa como a relação entre a torcida (significante) e o ato de torcer (significado), sendo a *Geral* um signo resultante dessa relação. Ou como o hino (significante) e o seu conteúdo (significado), que resultam no Hino do Grêmio, ou no Hino Rio-Grandense.

Como visto anteriormente por Saussure (1945), em alguns casos o signo pode ser também utilizado como um significado, já que ele consegue exprimir todo o conceito que representa, a *Geral do Grêmio* exprime bem essa relação: seus elementos, suas estratégias mitológicas estão intrinsecamente ligados à ela, que acabam por formar uma única unidade sensorial.

3.1.2. AS REFERÊNCIAS AOS ÍDOLOS PRESENTES NAS BANDEIRAS E NOS TRAJOS

Os trapos são a forma encontrada pela torcida de explanar, de forma simples e convincente, as memórias e lembranças dos jogadores e símbolos importantes do clube. Entre essas formas de referência, destacamos três: a primeira, que mistura elementos da cultura gaúcha e gremista, para formar um dos trapos mais adorados pela torcida gremista; a segunda forma exprime frases e mensagens de apoio aos jogadores, também fazendo referências à cultura gaúcha e/ou platina; e a última, a referência direta a jogadores e ídolos da história do clube. Em geral, os trapos são carregados de uma forte carga simbólica.

Cabe aqui destacar uma diferença dos trapos em relação aos cantos. Diferentemente dos cantos, os trapos apresentam textos multimodais. Segundo Kress e van Leeuwen (1996) apud Petermann (2007), os discursos multimodais expressam seus significados por meio da utilização de mais do que um código semiótico. Antes objetos de uma linguagem falada, ou melhor, cantada, agora o que nos é mostrado faz referência direta através de uma imagem, que pode ou não ser acompanhada também de um texto.. O que nos é transmitido é mais facilmente identificado, a relação é direta; quando ouvíamos os cantos, era necessário fazer uma relação entre o canto, quem canta e o que queria transmitir, já no trapo a imagem está lá, esperando um conteúdo que a preencha e crie uma significação que transmita algo para a torcida.

Em um trapo em especial, notamos uma mistura de símbolos no mesmo espaço. Para Saussure (1945) o símbolo nunca é arbitrário: ele não é vazio, já que existe uma ligação entre o significante e o significado. Os símbolos em questão são o Brasão do Rio Grande do Sul (figura 5 - abaixo), acrescido de um símbolo gremista, o escudo do clube (figura 6 - abaixo). O Brasão em questão também está alterado: no lugar onde deveria estar escrito “República Rio-Grandense” e “20 de setembro de 1835” (dia da proclamação da República Rio-Grandense), notamos a frase “Canta o Rio Grande com o amor”, uma parte do hino gremista. Os dizeres logo abaixo do brasão, “Liberdade, Igualdade, Humanidade” (inspirado nos princípios humanitários da Revolução Francesa do século XVIII) foram alterados para “Amizade, Trago, Alento”, princípios que regem os torcedores que fazem parte da *Geral do Grêmio*.



Fonte: Ducker.com.br
FIGURA 5: Brasão Rio Grande do Sul



Fonte: Ducker.com.br
FIGURA 6: Trapo *Brasão Tricolor*

Notamos aqui que a significação percebida, após a mistura dos dois símbolos, opera em ambas as frentes: o trapo tanto significa a adoração e identificação da torcida com o Rio Grande do Sul, quanto mostra que essa identidade também é compartilhada pela entidade Grêmio FBPA.

E essa mistura de símbolos, do Rio Grande e do Grêmio, acaba por nos fazer perceber uma interessante relação de cores, especialmente a utilização da cor vermelha. Embora na maioria dos outros estados o azul e o vermelho não sejam consideradas cores contraditórias, no Rio Grande do Sul o são. Isso porque o vermelho é a principal cor do rival tricolor, o Sport Club Internacional. Na cultura futebolística local, o estado inteiro é dividido entre os azuis e os vermelhos.

Porém, o vermelho que representa o Internacional também está inserido em um contexto mais amplo, onde os dois clubes rivais se encontram. No caso o estado do Rio Grande do Sul, a cor vermelha aparece desassociada e é desligada de sua relação com o Internacional, o vermelho é aceito pela torcida gremista, tanto é que a torcida costuma levar bandeiras do Rio Grande do Sul para o Estádio Olímpico. Cabe ressaltar, claro, que a cor vermelha não está lá pela referência ao Internacional, mas sim porque ela, junto com as demais cores da bandeira rio-grandense, representa alguma coisa maior para a torcida.

Isto nos mostra também como uma carga de significação pode ser trabalhada. Neste caso, o vermelho perde toda a sua história e a sua relação com o Internacional, restando somente a cor crua, que é utilizada nas bandeiras com o acréscimo de um conceito que nada tem a ver com o Internacional, mas sim com o Estado do Rio Grande do Sul. Percebemos também que esta customização da bandeira não é feita de forma total.

Os termos *Liberdade, igualdade, humanidade* que fazem referência à Revolução Francesa foram facilmente alterados para *Amizade, Trago, Alento*, princípios da *Geral. A República Rio-Grandense*, e a data *20 de setembro de 1835* também foram alteradas para *Canta o Rio Grande com amor* sem nenhum problema.

Porém, a cor vermelha continuou presente. Isto se faz curioso porque, dentro do Estádio Olímpico, todos os patrocinadores ostentam a cor azul, mesmo que em suas formas originais suas marcas sejam vermelhas. O caso mais famoso é o da Coca-Cola: patrocinadora do clube desde o final da década de 80, sua marca é facilmente ligada à cor vermelha, em contraste com outra marca de refrigerantes concorrentes, o azul da Pepsi. Para patrocinar o clube, foi acordado entre as partes que a marca teria que se adequar um pré-requisito, de sua marca não ter nenhum elemento em vermelho. Esse caso tornou-se famoso, pois uma marca de alcance global teve que alterar seu logotipo: no caso, a alteração veio com a utilização da cor preta para a marca, com um fundo azul celeste.

Percebemos assim que uma adequação do vermelho da bandeira do Rio Grande do Sul seria compreensível se fosse utilizada pela torcida, porém isto não ocorre. Devido a esse fato, podemos aferir que a identificação com o estado de origem é tão grande, que a carga de significação, o mito do estado do Rio Grande é maior que os do próprio clube Grêmio. Caso isto não ocorresse, a utilização da cor vermelha no estádio seria percebida como um insulto, uma invasão de elementos do rival Internacional; mas como ela está inserida em outro contexto, uma causa maior, sua exposição no estádio (desde que faça referência à bandeira do estado ou à cultura gaúcha) é aceitável pela *Geral*, e também por outras parcelas da torcida tricolor.

Ao contrário dessa primeira análise, onde observamos uma forte relação entre o Rio Grande do Sul e o Grêmio, de agora em diante mostremos somente elementos que fazem referência apenas ao clube.

As bandeiras ou trapos, além das referências ao Rio Grande, também mostram imagens com os jogadores. Esses elementos são confeccionados para passarem mensagens de apoio aos jogadores, e também relembrando ídolos do passado. Diferentemente dos cantos, onde lidávamos com uma significação auditiva, aqui encontramos uma significação mais facilmente identificável, pois, além de se construir sobre uma linguagem escrita, tem em seu favor a utilização de imagens, o

que facilita a sua percepção e seu entendimento quanto à significação que deseja transpassar.

Para não abrangermos muitos elementos desse subtópico, já que existem diversos trapos pendurados pelo Estádio Olímpico, e que são os próprios torcedores que os confeccionam e levam para os jogos, nos conteremos somente a dois tipos de trapos onde podemos notar a presença de uma carga simbólica.

A primeira mostra uma imagem de uma equipe que foi campeã mundial pelo clube (figura 7 - abaixo): sua carga simbólica é muito forte. A outra forma de apoio resume a maior parte dos trapos: as mensagens de apoio ao clube (figura 8 - abaixo). Normalmente, essas mensagens de apoio são, além de outra forte fonte de significação, acompanhadas de partes de cantos da *Geral*, ou contém figuras de jogadores que foram ídolos no clube.



Fonte: Ducker.com.br
FIGURA 7: Trapo *Mundial 1983*



Fonte: Ducker.com.br
FIGURA 8: Trapo *Jamais nos Matarão*

Na figura 8 acima, percebemos, também, a presença de Hugo de Leon, zagueiro campeão da Taça Libertadores da América e do Mundial Interclubes em 1983. Aqui, o jogador está um pouco deslocado do time do Grêmio: com a sua imagem levantando a taça da Libertadores, seu papel aumenta, deixando de ser o zagueiro capitão para tornar-se o símbolo da conquista.

A foto original, a partir da qual o trapo foi produzido, mostra ainda a testa de Hugo ensanguentada. Durante a comemoração do título, Hugo aparece com a taça levantada sobre a cabeça, com um corte na testa. O real acontecimento do corte foi contado pelo ex-jogador Milton Queiroz da Paixão, mais conhecido como Tita, meia atacante do Grêmio em 1983, durante um dos programas *Jogos Para Sempre* do canal SporTV: segundo ele, a emoção de Hugo de Leon era tão grande no momento que ele não percebeu que dentro da taça havia um parafuso, e a colocou sobre a cabeça; quando ele encaixou a taça na cabeça, o parafuso perfurou a sua testa,

causando o corte no momento em que Hugo a retira da cabeça. Esse é o fato que aconteceu.

Porém, o que se percebe é que essa história não interfere em nada no mito criado em cima da figura de Hugo de Leon, levantando a taça com sangue escorrendo pela testa. A história do parafuso dentro da taça se perdeu com o passar dos anos, e o que restou de mais palpável para a propagação daquela conquista foi somente a imagem estampada no trapo da *Geral*. Com o tempo, segundo Barthes (2009), essa história regulou e controlou a vida da linguagem mítica, até transformá-la em real o estado da fala. Como a história do parafuso foi se perdendo ao longo dos anos, e somente poucas pessoas conheciam de fato o que aconteceu naquele dia, a imagem que ficou foi a de que Hugo de Leon jogou a partida final da Libertadores, contra o Penãrol, de forma aguerrida, com raça e determinação. Nesse caso, a figura de De Leon acaba por exprimir todo o grupo de jogadores e comissão técnica, tornando-se o símbolo daquele grupo; porém, ele se apropria de uma imagem de todos para si, levando a considerar que todos os jogadores jogaram de forma competente, resultando além do título, na imagem de superação de heróis, no caso os jogadores vencedores.

Para Müller¹² (1987), todo ser humano está sempre executando o mito do herói, e a luta com o dragão. Muller diz que:

O dragão é um símbolo arcaico extremamente rico de significados. Por essa razão, é possível relacioná-lo com os mais diversos poderes que se apresentam aos homens sob a forma de problemas perigosos e inibidores, como por exemplo: os poderes da natureza, um destino penoso, as amarras dos pais, o desconhecido, o escuro e o mal da alma ou a morte. (MÜLLER, 1987, p. 36)

A luta com o dragão transpassa a sua literalidade: o dragão é visto como o inimigo a ser superado, as adversidades encontradas durante a vida das pessoas, os obstáculos presentes nos caminhos a serem vencidos. Em resumo, a luta contra os nossos próprios medos e angústias. Na busca pela redenção, o herói deve passar pela luta contra seus dragões. O mito do herói se caracteriza, assim, como aquele que foi a luta contra os seus medos, e na maioria dos casos retorna vencedor, sendo assim objeto de adoração e cultuação.

¹² Lutz Müller, autor do livro *O Herói – Todos nascemos para ser heróis*.

Esta é a principal função dos trapos que encontramos nas muretas da *Geral*: incentivar os jogadores para, assim como os heróis do passado, irem a luta contra os seus dragões. Transmitir o simbolismo expresso pelos jogadores heróis do passado, para que estes sirvam de inspiração para o atual elenco que estiver defendendo as cores do clube. E a referência aos ídolos do passado é uma das formas de tentar recriar, hoje, a atmosfera presenciada no passado, mostrando aos jogadores que é possível superar as adversidades e sair dos jogos, das batalhas, como vencedores.

Já o trapo da figura 7 acima, nos mostra o mesmo Hugo de Leon, já levando consigo toda a carga simbólica construída com a conquista da Libertadores. Porém, notamos que ele não é o único a compartilhar da glória, como no caso da figura 8. Acompanhado dos demais companheiros, sua figura se mistura com a dos outros. Antes um herói símbolo, solitário, a figura do herói de Leon se perde, restando agora mais um jogador que se faz presente no elenco que conquistou a competição continental.

Os trapos, outro elemento adaptado das torcidas argentinas e uruguaias, representam um dos rituais da *Geral*, afinal são os próprios torcedores que se reúnem e confeccionam os trapos, para na hora do jogo pendurá-los nas muretas. Porém, existe outro ritual, mais forte do que cantos, trapos, bandeiras, e que caracteriza, identifica e diferencia a *Geral do Grêmio* de todas as outras torcidas do Brasil.

3.1.3. AVALANCHE TRICOLOR

Com os cantos e trapos, o que vimos foram algumas das formas de representações simbólicas presentes dentro da *Geral do Grêmio*. As torcidas procuram, sempre, um ponto que as diferencia das demais: seja por não parar de apoiar, possuir o maior número de adeptos ou a maior bandeira possível. Essa busca por um elemento que a diferencie das outras acaba tornando este elemento um ritual.

E o ritual mais trabalhado pela *Geral* é a Avalanche (Figura 9). Apesar de ser recorrente a aparição da avalanche em outras torcidas de clubes da Argentina,

Paraguai ou Uruguai, no Brasil o Grêmio é o único clube a fazê-la. Trata-se de um movimento de avalanche, com todos os torcedores correndo de encontro à mureta de proteção do gramado, formando uma onda humana.



Fonte: Ducker.com.br
FIGURA 9: Avalanche

Sendo o ritual, segundo Boudon (1990), um conjunto de atos repetitivos e codificados, possuindo forte carga simbólica, ele é produzido e é direcionado pelo mesmo significante: a torcida. Assim, ela implica uma mobilização conjunta por integrantes da comunidade onde está inserida, seja essa comunidade territorial ou simbólica. Com a repetição da execução dos rituais, acabam por perpetuar e garantir a perpetuidade do grupo social que a cria, o que acaba por caracterizar e diferenciar a *Geral* das demais torcidas. E é a estes mesmos integrantes que se dirige. A *Avalanche* é um produto *da Geral para* a torcida do Grêmio. Um ritual de ligação entre os seus membros.

Em 2006, o ator e apresentador inglês Danny Dyer foi até o Estádio Olímpico conhecer a *Geral do Grêmio*. Estava gravando um episódio de um documentário, intitulado *The Real Football Factories International*. Produzido pelo canal britânico Bravo, o programa tinha como objetivo conhecer as diferentes formas de torcida de diversos países, entre eles o Brasil. Em território brasileiro, visitou as torcidas organizadas do Flamengo (*Raça Rubro Negra*), Corinthians (*Gaviões da Fiel*), e acompanhou a torcida Mancha Verde, do Palmeiras, em uma excursão para um jogo contra o Botafogo.

Tendo ouvido falar sobre uma torcida diferente das outras no Brasil, visitou Porto Alegre para conhecer a *Geral*. Pela ótica do apresentador, o povo gaúcho, especialmente o gremista, é a favor da separação do Rio Grande do Sul do restante

do país. Isso se explica, segundo Ribeiro¹³, além da influência recebida dos países próximos (Argentina e Uruguai), também pelo distanciamento cultural existente entre o povo gaúcho e o restante do povo brasileiro. Danny perguntou à Alemão, um membro da *Geral* onde estavam as batidas e o samba que havia notado em outras torcidas brasileiras, que respondeu justificando que territorialmente o Rio Grande do Sul pertence ao Brasil, mas não culturalmente.

Essa forte identificação com a cultura platina criou outro mito: o Grêmio não é um clube brasileiro. Seu estilo de jogo, as preferências por jogadores de marcação (zagueiros e volantes) ao invés do futebol ofensivo de meias e atacantes do Brasil, a superação no lugar do futebol arte, são características, principalmente, das seleções dos países platinos. Essas características acabam por criar, segundo Barthes, um signo-base, de acordo com o porte físico dos jogadores: um jogador mais forte e alto é quase sempre um defensor, enquanto um baixo e veloz é um meia ou atacante. Comentaristas esportivos como Milton Neves seguidamente se referem ao Grêmio como um time argentino, em alusão à identificação do clube com a cultura argentina.

Estudado a fundo, sabemos que o Grêmio é um clube brasileiro: fundado por imigrantes alemães e italianos no início do século XX, construiu toda a sua história no Brasil. Porém, segundo Barthes (2009), toda essa leitura racional, essa desmitificação, não consegue nos fazer desassociar o Grêmio como um clube argentino: a leitura mítica que aqui existe já está feita, e o seu efeito é sentido imediatamente. Soma-se a isso a ligação existente entre as cores do clube gaúcho e as seleções argentina e uruguaia de futebol, a presença de vários jogadores latino-americanos no elenco do Grêmio ao longo dos anos e a identificação com a raça exposta por estes jogadores, e toda e qualquer tentativa de desassociar essa relação, para desconstruir o mito, será inútil.

Cabe destacar também que um mito pode ser tanto positivo quanto negativo. Neste caso, apesar de ser visto como um time argentino seja de certa forma um elogio aos gremistas, visto a raça e motivação com que a maioria dos times da Argentina entram em campo, falar que *o Grêmio é um time argentino*, no território brasileiro, é uma maneira de desprestigiar o clube. Soma-se a isso a rivalidade existente entre o futebol brasileiro e argentino, e os movimentos separatistas que

¹³ Darcy Ribeiro. Antropólogo, escritor e político brasileiro, tendo inclusive feito parte da Academia Brasileira de Letras.

ocorreram no Rio Grande do Sul ao longo dos anos, e a imagem que a maioria terá são de que ser um clube argentino é algo ruim. O mito já produziu um efeito, ou seja, já se tornou real. Esta associação se torna mais forte quando notamos que a Avalanche é uma incorporação de um ritual das torcidas argentinas.

Outras formas de apoio também poderiam ser tratadas como um ritual: o recebimento dos jogadores em campo, quando a torcida canta “mesmo não sendo campeão, o sentimento não se termina” nos momentos em que o clube está perdendo e precisa de apoio, ou a música “Pingos de Amor”, do cantor brasileiro Paulo Diniz, ao final dos jogos. Essas demonstrações podem, sim, ser consideradas como rituais da *Geral*, porém, dentre todos os rituais que encontramos na *Geral*, a Avalanche pode ser considerada a mais completa.

Completa porque ela é a maior característica da *Geral do Grêmio*. Nenhuma outra torcida do Brasil comemora os gols descendo correndo as arquibancadas em relação a mureta que separa a arquibancada do gramado, formando uma avalanche humana. Segundo Boudon, por ser um ato repetitivo, acabamos por ver a Avalanche também como uma fonte de carga simbólica.

Ela expressa todo o simbolismo na hora do gol. O êxtase da torcida, o sentimento de alegria compartilhado por jogadores que vêm do campo a avalanche descer a arquibancada, a emoção dos torcedores por fazerem parte de um grupo social forte e unido. Tudo isso representa muito para os torcedores da *Geral do Grêmio*.

Um ponto que cabe destaque aqui é outro papel que a torcida representa para o Grêmio. Além de apoiar os jogadores, cantar e incentivar nos momentos bons e ruins, praticando seus rituais, a torcida é uma das principais fontes de receita que um clube possui. Isso principalmente porque o consumidor de um clube é um consumidor fiel: ele pode se identificar com uma marca de refrigerantes por causa de seu sabor, com uma marca de carros por seu desempenho ou um produto alimentício devido ao seu preço. Mas ele não escolhe o clube para o qual vai torcer por nenhum dos exemplos citados. Além disso, a troca de um clube por outro é pouco comum.

Na maioria dos casos, a escolha de um clube segue a mesma linha da transmissão da linguagem citada por Saussure, sendo transmitida de geração para geração. Além do mais, o poder que o torcedor tem de financiar o seu clube faz com que este clube desenvolva várias atividades para atrair cada vez mais receitas:

venda de produtos oficiais e licenciados, venda de ingressos, pacotes de transmissão em televisão fechada, modalidades de associação, sorteios, etc.. A quantidade de produtos comprados depende da situação atual do clube nos campeonatos e, também, de um posicionamento adequado. Para Kotler (2006), se o produto ou serviço é posicionado de forma correta, a mensagem que a propaganda passa é quase predeterminada.

O consumidor procura ver, na comunicação do clube, o mesmo que ele faz com suas formas de comunicação no estádio. Não basta que a comunicação seja bonita, mas não emocione, não lembre a história do clube nem faça referência à seus mitos, porque é essa identificação que ele procura no clube. É essa identificação que, no fim das contas, o fez escolher determinado clube para torcer. E é essa relação que a comunicação do clube com sua torcida deve procurar fazer de maneira adequada.

Segundo o *Atlas do Esporte*, de Lamartine da Costa, o Brasil possui 102 milhões de torcedores, que compram um total de 32 milhões de camisetas por ano. Um mercado enorme de consumidores fiéis. Segundo pesquisa publicada no site Geral Esportivo, o Grêmio conta com 6,4 milhões de torcedores, que compram produtos do clube, um público altamente fiel e rentável.

3.2. DANRLEI DE DEUS

Entre as estratégias mitológicas solitárias que produzem e comunicam sua própria mensagem, a figura que mais se destaca é a de Danrlei de Deus Hinterholz. Goleiro do Grêmio durante mais de 10 anos, foi campeão Gaúcho, da Copa do Brasil, do Campeonato Brasileiro, da Libertadores da América e da Recopa Sul-Americana, só faltando o título mundial em 1995, perdido para o Ajax, da Holanda, em uma disputa de pênaltis, após um empate em 0x0 no tempo normal.

Danrlei é o perfeito exemplo do poder de transmutação que Barthes (2009) caracteriza como próprio do espetáculo. Durante alguns momentos, o jogador deixa de ser um homem e passa a ser considerado um Deus, devido aos seus atos e ao seu papel dentro de campo.

Estes atos têm em sua origem a infância de Danrlei: filho de Élbio Alcides Hinterholz, ex-zagueiro do Tupy de Crissiumal, e Celina Carolina de Deus, Danrlei conviveu desde cedo com as diferenças da mãe caridosa e do pai rude. Para Rocha¹⁴ (2009), devido à sua infância Danrlei era um garoto tímido e reprimido, que fugia das brigas de escola, que acabaria por encontrar no futebol a sua válvula de escape.

O goleiro foi marcado durante toda a sua carreira, pelo envolvimento em confusões nos jogos em que participava. Mesmo quando estava longe da briga, ou quando ele não fazia parte, em algum momento Danrlei saía da grande área e ia auxiliar os companheiros que precisavam. Assim, Danrlei carregaria consigo a fama de ser um jogador violento, apesar de ser um goleiro técnico, o que levou a terminar logo cedo com suas chances de defender a seleção brasileira.

Porém, mesmo assim o goleiro é idolatrado até hoje pela torcida gremista. Isso se explica segundo Barthes (2009), porque o jogador procura cumprir, a todo o momento, o que o público espera dele. Como em vários momentos ao longo de sua carreira, e mesmo depois de aposentado, Danrlei declarou-se gremista, a torcida o vê como um representante em campo: é como se um torcedor da *Geral* pulasse o fosso que separa a arquibancada e o gramado, vestisse uma camiseta do Grêmio e entrasse em campo. Por isso, não importa quantos defeitos esse jogador tenha ou as falhas que venha a cometer, ele será um herói positivo, pois o amor e a cumplicidade da plateia estão ao seu lado. Essa cumplicidade faz parte do que Barthes chama de fenômeno de participação, que ele considera fundamental para que haja o espetáculo.

Um dos fatores que ajudaram a construir a imagem de que Danrlei era um goleiro violento foi, além de suas ações contestáveis em algumas ocasiões, as constantes aparições de Danrlei em programas esportivos, sempre destacando suas características negativas, principalmente a facilidade com que se envolvia em confusões. O que mais marcou a carreira de Danrlei foi a confusão no jogo entre Grêmio x Palmeiras, pela Libertadores de 1995, que envolveu os jogadores Dinho e Válber, no qual tentou acertar Válber. Mesmo com o insucesso da tentativa de acertar o palmeirense, a imagem foi amplamente difundida e contribuiu para a fama de violento do goleiro gremista. Em situações futuras, qualquer atitude mais enérgica

¹⁴ Eliziário Goulart Rocha, jornalista e escritor gaúcho, autor do livro *Danrlei – Uma lenda gremista*.

do goleiro, tendo fundamento ou não, já era relacionada à imagem de 1995. Com isso, o mito de Danrlei, do goleiro que apesar de falhar algumas vezes crescia em decisões, foi esvaziado e preenchido com outro conteúdo, também presente, que era o seu desvio por arranjar confusões.

Essa aceitação do temperamento de Danrlei pode se explicar, segundo Barthes (2009) porque captar um momento único de um espetáculo parece gratuito e intencional, e o tempo destinado a essas imagens não ultrapassa o tempo da leitura instantânea. Sendo assim, a confusão que envolveu os jogadores Dinho do Grêmio e Válber do Palmeiras, com a participação de Danrlei, não interfere na leitura que se faz de Danrlei como um todo. Para a torcida tricolor ocorre o contrário: era a imagem do Danrlei problemático que se perdia, retornando ao seu estado de goleiro, o número 1.

Notamos que Danrlei traz, já em seu nome, uma referência de uma figura mítica: Danrlei de “Deus” Hinterholz. Assim, para a torcida, a ligação entre as defesas que o goleiro efetuava e uma figura divina é facilmente conectada: Danrlei era um goleiro abençoado. Um goleiro que, além de demonstrar dentro de campo o compromisso com o clube, demonstrava isso também fora dele.

Sobre um fato em especial é que se construiu o amor pelo Grêmio por parte de Danrlei: a morte de sua mãe. Ainda quando era juvenil do clube, voltou de Porto Alegre para Crissiumal ao lado do caixão da mãe, e decidiu que não queria mais jogar futebol. Anos mais tarde, viria a lembrar de como esse fato fora importante para ele:

Ali, se meu coração já era gremista, nasceu em mim o amor que todo mundo sabe que tenho hoje pelo clube. [...] Todas as pessoas do departamento amador fizeram o possível para que eu voltasse, mostraram que eu era importante para o clube. Dentro das possibilidades, dentro do que é possível conceder a um atleta amador, eles fizeram. Uma vez que há sempre milhões de atletas preparados e querendo entrar no clube, eles poderiam muito bem pensar: ‘o azar é dele, vai embora, vem outro’. Mas não, me acolheram da melhor maneira. Jamais poderia esquecer isso. (DANRLEI, apud ROCHA, 2009, p. 55)

Um jogador que demonstra com tanto entusiasmo seu amor pelo Grêmio mostrou que merecia a chance que lhe foi dada e retribuiu à altura a chance que o Grêmio lhe deu. Encerrou seu ciclo como jogador no Grêmio com um jogo de despedida, realizado no dia 12 de dezembro de 2009 (figura 10 - abaixo), que reuniu

quase todo o time campeão da Libertadores de 1995, mais alguns amigos de Danrlei, antigos jogadores do clube e alguns jogadores do elenco de 2009.



Fonte: Ducker.com.br

FIGURA 10: jogo de despedida de Danrlei

O que o público reclama segundo Barthes (2009), é a imagem da paixão, e não a paixão em si. O que se espera não é que o jogador tenha a paixão, demonstre a todo instante o comprometimento com os companheiros, o clube e a torcida, mas que, nos momentos em que esteja atuando pelo clube, represente a paixão exposta pela torcida.

Isto é o que a torcida esperaria de um jogador comum. No caso de Danrlei, ele conseguiu superar o limite somente da demonstração da paixão, exaltando em diversos momentos a própria paixão que tem pelo Grêmio. E essa demonstração ajuda muito a sustentar a figura de Danrlei como um ídolo, e também como um dos mitos do clube.

3.3. 71 SEGUNDOS: A BATALHA DOS AFLITOS

A Batalha dos Aflitos foi um jogo realizado no dia 26 de novembro de 2005, entre Náutico x Grêmio, válido pelo quadrangular final da segunda divisão do Campeonato Brasileiro da Série B. Nenhum clube grande gostaria de estar disputando a Série B, e o Grêmio já estava em sua segunda passagem pela segunda divisão do campeonato nacional. Quem vencesse a partida estaria classificado para a Série A em 2006.

Durante o jogo, vários fatores ocorreram e contribuíram para aumentar a dramaticidade e, no final, a glória de sair vitorioso. Em primeiro lugar, o nome do próprio estádio onde ocorreu a partida: Estádio dos Aflitos. Os torcedores não imaginavam que o nome do estádio seria tão próprio para sintetizar o estado das torcidas de ambos os clubes.

Durante a partida, o Náutico teve dois pênaltis a seu favor, ambos desperdiçados: uma cobrança na trave e uma defesa do goleiro Galatto. No momento da segunda penalidade, o Grêmio já estava com 4 jogadores expulsos: Escalona, por um toque de mão; Patrício, por agredir o juiz após a marcação da segunda penalidade; Nunes, por reclamação; e Domingos, por tirar a bola da mão do juiz no momento em que ele se posicionava para a cobrança.

Uma das imagens que mais ficaram marcadas para os torcedores gremistas, e o que mais serviu para demonstrar o comprometimento e a garra do clube é os jogadores cercado o árbitro Djalma Beltrami após a marcação do segundo pênalti e a expulsão do lateral direito Patrício (figura 11 - abaixo).



Fonte: Ducker.com.br
FIGURA 11: Batalha dos Aflitos

Notamos aqui, mais uma vez, como uma imagem pode sintetizar todos os sentimentos do que foi a partida. Para Barthes (2009), o que ocorre aqui é a regressão anormal do sentido à forma. A imagem perde a sua história, o seu contexto, que seria os jogadores reclamando, contrariados com a decisão desfavorável do juiz. A imagem, sem a sua história, fica à espera de um conceito que a preencha, e possa transmitir uma significação para a torcida a que se dirige.

O conceito que completa esta significação tem como base o mito do Grêmio ser um clube argentino: um time com garra, que não desiste até o último minuto. A imagem dos jogadores partindo contra a autoridade também se enquadra na relação

do herói e seu dragão: os jogadores estão enfrentando uma autoridade. Para Müller (1987), os mitos de heróis do passado encorajam a enfrentar o medo do novo e do desconhecido, correndo o risco de lutar contra o dragão. Aqui percebemos que os jogadores incorporam o espírito de ídolos do passado do clube para enfrentar o árbitro da partida, mesmo sabendo que, racionalmente, suas atitudes só seriam prejudiciais a eles próprios, já que a marcação do pênalti e as expulsões seguintes não seriam reavaliadas.

Como em todas as histórias que envolvem heróis, em algum momento o herói se vê em uma situação extremamente adversa para depois sair da batalha como vencedor. Da mesma forma o Grêmio teve que passar por adversidades: duas penalidades máximas não convertidas pelos jogadores do Náutico (Bruno Carvalho na trave, e Ademar, com a defesa de Galatto), quatro jogadores expulsos (os laterais Escalona e Patrício, o volante Nunes e o zagueiro Domingos), para somente depois de o sofrimento poder comemorar um gol (logo após a expulsão do zagueiro Batata, do Náutico).

A marcação do segundo pênalti, aos 35 minutos do segundo tempo, foi a maior adversidade que os jogadores tiveram que enfrentar. Estes foram argumentar com o árbitro de maneira exagerada, houve expulsões, a polícia entrou em campo e agrediu jogadores gremistas. Aqui, a polícia não era somente a Lei: a figura de autoridade também se perde, segundo Barthes (2009), e o que resta para ser preenchido com um novo conteúdo se confunde com os próprios jogadores adversários: naquele momento, todos (adversários, juiz, auxiliares de arbitragem, polícia) estavam enfrentando o Grêmio, que precisou de uma boa dose de superação e um auxílio de sua imortalidade, que o fez reverter essa situação adversa em um espaço de tempo de 71 segundos.

Quanto aos “71 segundos”, este faz referência ao tempo que se passou entre a cobrança do segundo pênalti, batido por Ademar e defendido por Galatto, e o contra-ataque que resultou no gol de Anderson aos 61 minutos do segundo tempo. Müller (1987) diz que depois de uma luta difícil, quase fatal, o herói consegue superar o inimigo, ganhando em seguida um tesouro (ouro, reconhecimento, fama). No caso da Batalha dos Aflitos, por mais que todos os jogadores de ambos os clubes tenham contribuído para criar um herói, de fato a heroicidade se concentra em dois personagens: Galatto, que defendeu o pênalti, e Anderson, que logo após a defesa do pênalti marcou um gol para o Grêmio.

Devido ao destaque dos jovens jogadores Anderson e Galatto na partida, não foi possível apontar com precisão quem foi mais importante. Ambos tiveram participação decisiva na partida. O primeiro impedindo que o Grêmio sofresse um gol, o que naquele momento, com quatro jogadores a menos, seria uma situação quase impossível de ser revertida; e Anderson que, contrariando o que comentaristas e torcedores esperavam, conseguiu, mesmo em grande desvantagem numérica, colocar o Grêmio em vantagem no placar.

Em um depoimento de Renato Gaúcho, o ex-jogador e ídolo do clube, afirma que era um jogo que alguém com problema no coração não conseguiria aguentar até o final da partida. Zélio Hocsman, conselheiro do clube, afirmou que o objetivo era o Grêmio defender o pênalti e segurar o resultado até o final do jogo, e que ganhar a partida era algo surreal naquele momento. Uma partida com tamanho nível de dramaticidade logo consegue fazer referência à imortalidade do clube. Um mito que se construiu devido às circunstâncias da partida, superando adversidades para depois sair vencedor.

A leitura do mito foi imediata, assim como ocorre com todos, segundo Barthes (2009). Somente alguém imortal conseguiria sair de tal situação como vencedor. Porém, como todos os mitos, logo essa linguagem se evapora com o passar do tempo, somente voltando a ser percebida a imortalidade em alguns momentos de superação dos jogadores. A imortalidade não existe senão como produto dos próprios jogadores.

Uma das frases que mais marcou a partida foi durante a narração de Pedro Ernesto Denardin, locutor da Rádio Gaúcha. Pedro classifica o gol do Grêmio como inacreditável: um time que, após sofrer dois pênaltis, ter sete jogadores em campo, ainda consegue reunir forças e fazer um gol: um milagre.

3.4. IMORTAL TRICOLOR, O MITO

Após as análises dos processos de construção de alguns mitos do Grêmio, percebemos que o mito de que o clube é imortal é resultado da relação existente entre vários outros mitos: o jogador Danrlei, a *Geral do Grêmio*, o Grêmio ser um

clube argentino. Todos esses mitos atuam para, de alguma forma, ser parte da imortalidade que a torcida acredita que o clube possui.

Primeiro, os mitos que a *Geral* produz: as significações que são expostas através de seus cantos, trapos e bandeiras, fazendo referência à cultura gaúcha, aos ídolos do clube, e também demonstrando o apoio incondicional característico da torcida. Também vimos que, dentro da *Geral*, existe um ritual muito forte, que a caracteriza e a diferencia das demais torcidas do Brasil: a avalanche. Nesse caso, a avalanche também demonstra toda a emoção da torcida na hora do gol, a relação de cumplicidade entre seus membros. E é a Avalanche um dos principais fatores, ao lado do futebol aguerrido apreciado pela torcida, que acaba por criar outro mito, que o Grêmio é um clube argentino.

Em segundo lugar, a figura do jogador-herói, aquele que supera as adversidades para ajudar o clube. O herói-mito aparece em alguns trapos da *Geral*, sempre fazendo referência aos seus atos como jogador do clube. E entre os ídolos do clube, um que se destaca dos demais, tanto pela história de vida como por sua forte identificação com o clube que ele escolheu para torcer, defender, e que o acolheu, é Danrlei.

Também notamos um jogo isolado onde o principal mito gremista, a imortalidade, se faz presente, na chamada Batalha dos Aflitos. Como todo mito, ele não pode ser produzido, invocado: ele surge e, a partir de sua percepção é que são fundadas as suas significações. O controle sobre a imortalidade do clube não cabe ao Grêmio, não é uma propriedade do clube. Justamente por isso, mesmo com o mito de um clube imortal, o Grêmio acumula derrotas ao longo dos anos. O que nos leva a considerar um fato um tanto contraditório: o mito de o Grêmio ser um clube imortal pode não ser, de fato, verdade. Porém, como diria Barthes (2009), o mito se esgota logo na sua leitura, então a única percepção da imortalidade já basta para o mito imortal se formar.

Outro mito que percebemos faz parte de uma relação interessante entre os rivais Grêmio e Internacional. Cada clube possui uma cor característica, azul para os gremistas, vermelho para os colorados. Porém, em alguns casos a aparição da cor vermelha no Estádio Olímpico é aceita pela torcida, estando inserida no contexto, e significando o Rio Grande do Sul. Assim, podemos concluir que o mito do gaúcho é mais importante que os mitos do Grêmio, já que um elemento de seu rival, a cor

vermelha, é inserida em seu contexto, porém gerando outra significação, no caso a cultura gaúcha.

Mesmo não sendo, então, imortal, a denominação Grêmio Imortal, Imortal Tricolor foi apropriada pela torcida. E também é utilizada pelos meios de comunicação para identificar o Grêmio.

Além disto, foi através da constante utilização da alcunha Imortal Tricolor que o Grêmio passou a ser conhecido e tratado pela sua torcida, e também como referência de como a imprensa define o clube.

Sendo assim, os mitos de clube argentino, o mito do herói dos jogadores, mito do goleiro Danrlei, todos são esvaziados e preenchidos com um novo conteúdo, que acaba por resultar na significação imortal.

A fim de demonstrar como o clube comunica a imagem imortal para sua torcida, serão analisadas algumas peças comunicacionais que façam referência a imortalidade tricolor. Essas peças fazem parte do material de divulgação dos DVDs lançados sobre a Batalha dos Aflitos, justamente por esta partida ser considerada um milagre pelos torcedores, um momento onde a imortalidade do clube pode ser percebida.

4. O MITO NO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO

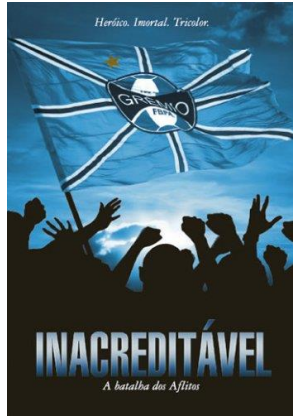
Como vimos anteriormente, o mito da imortalidade que o Grêmio possui é produto da soma de vários outros mitos menores: sua torcida, a *Geral*; alguns ídolos que jogaram pelo clube; elementos que diferenciam o clube de outros clubes brasileiros, chegando a ser tratado como um clube estrangeiro; apropriação de elementos de seu rival, deslocado de seu sentido original. A imortalidade que o Grêmio significa para seus torcedores é a soma de todos esses fatores.

Chegamos, enfim, ao momento onde podemos perceber como o mito gremista é comunicado e direcionada aos seus torcedores. Para restringir a análise, foram escolhidos os documentários: *Inacreditável – A batalha dos Aflitos* e *A Batalha dos Aflitos: os bastidores de um dia inesquecível*. Ambos falam sobre o caminho do Grêmio na série B de 2005, especialmente o jogo contra o Náutico no dia 26 de novembro de 2005.

Do primeiro documentário, analisamos o trailer que contou com a participação de ídolos do clube: nesse caso, poderemos notar a paixão de alguns torcedores famosos do clube, pois o trailer foi feito com depoimentos de ex-jogadores, técnicos e personalidades que torcem pelo Grêmio; já do segundo, foram analisadas peças de divulgação e também a capa do DVD, onde poderemos notar a interessante relação que existe entre o futebol e a guerra, e aqui relacionar essa ligação com os mitos gremistas, como por exemplo, o de ser um clube argentino, relacionando elementos da guerra com habilidades como raça dos jogadores.

4.1. INACREDITÁVEL – A BATALHA DOS AFLITOS

O documentário *Inacreditável – A Batalha dos Aflitos* (figura 12 - abaixo) foi lançado em 2006 por uma parceria entre a TGD Produtora e a G7 Cinema. Esse filme não foi produzido pelo Grêmio.



Fonte: Gremio.net

FIGURA 12: Inacreditável – A Batalha dos Aflitos

Porém, mesmo sem ser um produto oficial do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense, é interessante analisar alguns aspectos desse documentário, já que foi o primeiro a ser lançado que abordava os acontecimentos do jogo, e também porque procurava destacar mais a caminhada durante a Série B do que somente o jogo final. O trailer do filme está disponível no endereço: <<http://www.youtube.com/watch?v=xxcLa1ZbiAQ>>.

Antes de analisar o trailer, é interessante fazer uma leitura da capa do documentário: a sombra da torcida e a bandeira do Grêmio tremulando ao fundo. Podemos perceber aqui que a palavra “Inacreditável” faz referência ao feito que o clube construiu. A “Batalha dos Aflitos” é o signo desse feito. Porém, no conjunto, a o sentido tanto do inacreditável e da batalha perde a sua história, porque nenhum dos recursos utilizados faz referência direta ao que foi a partida. Assim, essa forma remanescente está apta a receber um novo conteúdo, no caso o próprio inacreditável, que ajuda a construir o mito da imortalidade que é presente durante o documentário.

Diferente da capa, a leitura geral que temos do trailer é o de um caminho, um percurso. Ao longo dos depoimentos que aparecem, o mito imortal começa a se construir. No esvaziamento dos depoimentos de quem fala é perceptível a sua contribuição para a criação do mito imortal.

Essa caminhada retratada assemelha-se ao caminho que o herói deve percorrer para a sua glória. Para Müller (1987), os motivos míticos do herói fazem com que remetam, em toda parte, o fato de que o herói substitui o ser humano. Essa melhor retratação acrescenta e muito ao produto final, acaba por dar um sentido ao desfecho da história: de certa forma, o completa.

Dentre as presenças ilustres que dão seus depoimentos, cabe destacar duas figuras: o técnico Mano Menezes e o músico Humberto Gessinger, ambos tendo suas carreiras ligadas ao Grêmio.

Para Humberto, daqui 30 anos os torcedores vão dizer que “o goleiro Galatto pegou o pênalti da partida e morreu”. Dessa fala, podemos notar que a linguagem mítica não é eterna, e sua forma pode se perder com o passar dos anos. Cabe destacar, também, que quando o músico diz que o goleiro pegou um pênalti e morreu não é falado de forma gratuita: segundo uma das lendas do Grêmio, Eurico Lara, goleiro tricolor durante quase 15 anos, teria morrido após pegar um pênalti no Grenal conhecido como “Grenal Farroupilha”, disputado em 22 de setembro 1935, em comemoração ao centenário da Revolução Farroupilha. Essa relação entre Galatto e Lara pode ser feita porque a história vai se alterando ao longo do tempo. Segundo Barthes (2009), essa história ganhou força justamente pela história humana fazer passar ao real o estado da fala; assim, os próprios torcedores controlam a linguagem mítica, nesse caso a referência ao goleiro Eurico Lara, um mito criado pela torcida tricolor na década de 1930, e que até hoje tem efeito sobre o clube, visto até que seu nome se faz presente em seu Hino oficial.

Já a fala de Mano Menezes, técnico do Grêmio entre 2005 e 2007, reforça ainda mais a superação dos jogadores. Para ele, no momento em que o juiz marcou o segundo pênalti e expulsou o lateral Patrício, o sentimento era de que todo o trabalho estava indo embora. Aqui, notamos mais uma vez como as significações de imortalidade se cruzam com os caminhos que os heróis precisam percorrer: o caminho do herói é feito de adversidades e superações.

Essa constante superação das adversidades exprime bem o que o jogador deve fazer em campo. Segundo Barthes (2009), ele executa até o fim o que o público (torcida) espera dele, através de uma constante solidificação dos signos. E essa solidificação é percebida quando podemos notar muito bem a distinção que ocorreu durante o jogo, entre os jogadores do Grêmio (no caso, os heróis) e a torcida, jogadores do Náutico, arbitragem e polícia militar (vilões). Cada ato de qualquer um destes elementos ajuda a solidificar a relação herói-vilão.

Por exemplo: para Barthes (2009), no *catch*¹⁵ o físico dos lutadores impõe um signo base. Isto também ocorre no futebol, já que os próprios jogadores

¹⁵ Esporte que foi o precursor do que hoje conhecemos como luta-livre.

demandam uma leitura básica: os jogadores são, ali, os heróis que devem percorrer um caminho para recolocar o Grêmio na primeira divisão.

O caminho nunca é fácil, tendo, segundo Müller (1987) o desligamento de uma procedência coletiva, nesse caso, o desligamento de seu campo, o Estádio Olímpico, para o Estádio dos Aflitos, do Náutico; o ato criativo, deixando para trás a história, ou seja, a maneira criativa de superar os problemas passados: o gol de Anderson, que apaga um pouco a dificuldade dos pênaltis sofridos, que por fim dão a confiança aos jogadores, a confiança de que estão fazendo seu trabalho de maneira correta, e que de alguma forma serão recompensados ao final de sua jornada.

Podemos notar, então, que nesse caso a imortalidade não nos é transmitida de maneira total: ela não aparece explicitamente em nenhum lugar. Porém, o que se retira é que ela está de algum modo presente, espreitada entre alguns elementos que a fazem referência. Os jogadores não entraram em campo sabendo que a imortalidade iria se fazer presente, justamente porque ela não pode ser invocada. Porém, com os acontecimentos da partida, a significação imortal foi tomando forma, já que diversos elementos podem ser referenciados à ela: o desperdício de dois pênaltis adversários, a vitória no estádio do Náutico, a superação depois da perda de 4 jogadores, o gol que classificou o clube para a série A de 2006.

O trailer se encerra com as letras formando a palavra Inacreditável, sob a narração de Pedro Ernesto Denardin. Aqui, o inacreditável já faz referência, indiretamente, ao mito da imortalidade do clube, já que somente um clube que se crê imortal poderia superar tal adversidade. O sentido se constrói, segundo Barthes (2009), mesmo quando esse sentido não nos é transmitido; assim como o mito, que pode ser construído através da privação de um sentido, como é o caso. A imortalidade não está presente, porém pode ser sentida.

4.2. A BATALHA DOS AFLITOS: OS BASTIDORES DE UM DIA INESQUECÍVEL

Ao contrário do primeiro documentário, o DVD *A Batalha dos Aflitos: os bastidores de um dia inesquecível* (figura 13) foi produzido em uma parceria entre a

Kives Filmes e a Iniciativa Produtora LTDA, sob supervisão do Grêmio Foot-Ball Porto Alegrense. Como foi feito a mando do clube, os materiais analisados se encaixam melhor quando nos propomos a analisar os mitos do clube, já que é o próprio clube que esteve supervisionando o material criado para se comunicar com a sua torcida.



Fonte: Gremio.net

FIGURA 13: A Batalha dos Aflitos – os bastidores de um dia inesquecível

O primeiro ponto que cabe destacar é a diferença entre as capas dos DVDs. A primeira faz referência à Batalha dos Aflitos apenas pelo nome, aparecendo uma sombra da torcida e dando mais destaque à palavra “inacreditável”, que parece exprimir melhor a significação imortal; enquanto a segunda procura exaltar melhor a questão da batalha que foi o jogo, com fotos dos jogadores importantes e também com a presença de um escudo, além do próprio nome que o jogo ficou conhecido.

Aqui, percebemos bem a relação que o jogo teve com uma batalha. Primeiro, pelo nome: a Batalha dos Aflitos. Assim, assumimos aqui a presença de um mito: o jogo não foi uma simples partida, mas sim uma verdadeira batalha campal. O leitor vive o mito como uma história simultaneamente real e verdadeira (BARTHES, 2009, p. 220). Logo, percebemos que o que estamos prestes a ver não foi somente um jogo, mas sim uma batalha na qual 22 jogadores se enfrentaram durante mais de 90 minutos, dos quais somente 17 chegaram “vivos” ao final da partida, ou seja, não foram expulsos. Aqui o que percebemos é o mito do herói presente nos jogadores.

A presença de um escudo está ali para reafirmar, mais ainda, o espírito de batalha que envolveu a partida. O principal mito que envolve o escudo é a sua força: o escudo passa para quem o utiliza a sensação de proteção, de resguarda. E esse

mito de proteção é percebido quando notamos que o Grêmio, nesse jogo, não tomou gol, apesar das boas oportunidades do time do Náutico. Aqui, como diria Barthes (2009), o mito é lido como presença: a imortalidade se faz presente através do escudo, que não permite aos adversários conseguirem sucesso.

Para Müller (1987), o escudo, aparentemente passivo, não desempenha um papel comparável ao da espada. Isso porque quando pensamos em um escudo, o associamos à proteção e defesa, e não ao ataque, como seria o caso da espada, apesar das duas serem armas da qual o herói se dispõe para a batalha.

Aqui, porém, a presença de um escudo se faz necessário, já que antes de o herói, o time do Grêmio, proferir seu ataque de espada através do gol de Anderson, o clube teve que se defender de duros golpes, os pênaltis marcados a favor do Náutico. Notamos, então, que o escudo carrega uma carga de significação: conseguimos ligar a imagem do escudo com marcas de ataques que geralmente sofre em batalhas; e estas marcas acabam por fazer referência também ao goleiro Galatto tendo que defender as penalidades, os ataques adversários.

A mais forte carga de significação, porém, aparece justamente na figura de Anderson. O gol marcado 71 segundos após a defesa do segundo pênalti pode ser considerado a espada tricolor: segundo Müller (1987), a espada tem o papel de encontrar e assegurar a sua própria identidade. Sendo assim, no momento em que Anderson desferiu o seu golpe de espada, estava indo de encontro ao produto do que foi toda a partida: a imortalidade.

O goleiro Galatto quando defendeu o pênalti já não era mais um simples goleiro, mas sim uma figura especial: ele carregava uma forte carga de significação pois, após defender o pênalti, renasceu no grupo o espírito de vitória e superação. Ele carregava a lenda de Lara, a vontade de Dinho e o talento de Danrlei, todos no mesmo momento presentes para auxiliar o goleiro na luta contra o seu dragão particular: Galatto de um lado, Ademar do outro batendo a penalidade.

Também o garoto Anderson, na época com 17 anos, no momento em que fez o gol deixou de ser o meio-campo para se transformar no herói da tarde: a figura do jogador de futebol se esvaziou, e o que ali se viu pode ser considerado a soma de todos os mitos do clube até então (imortalidade, clube argentino), a encarnação de ídolos do passado. Naquele momento, Anderson se tornou, também, um mito.

Mito porque ele deixou de ser um jogador e passou a ser um objeto que transmitia uma mensagem para a torcida: após fazer o gol, ele era a própria

imortalidade tomando forma sob um simples jogador. O jogador estava lá somente para servir de corpo para a imortalidade poder ser sentida, tanto pela torcida quanto para os jogadores e comissão técnica. Segundo Barthes (2009), a figura do jogador se esvaziou, perdeu o seu sentido, restando somente a sua forma (jogador) ser preenchida com um novo conteúdo (resultante da soma de todos os mitos do clube: clube argentino, herói, clube gaúcho, e a própria imortalidade) para formar, aqui, um novo mito.

Outro mito que podemos perceber é o termo Batalha. Sabemos que o jogo não se assemelha a uma batalha típica de guerra, onde soldados morrem, muitos voltam feridos física ou psicologicamente e poucos retornam ilesos para casa. Porém, a leitura que se faz do jogo é que ele foi, sim, uma batalha para os jogadores e torcedores gremistas, que seriam o exército tricolor. O mito, segundo Barthes (2009), se esgota logo em sua leitura, e aqui ele se esgota quando notamos que qualquer tentativa de desmitificar a partida como uma batalha é inútil.

A batalha pode ser bem o resumo do que foi a partida: duas equipes lutando contra seus medos buscando a vaga na primeira divisão; jogadores expulsos, o que deu mais dramaticidade a uma partida já dramática; confusão envolvendo jogadores do Grêmio e a arbitragem; a intervenção da Polícia Militar, agredindo jogadores gremistas. Por isso que o jogo significa muito para os torcedores gremistas: para as demais torcidas, o que se viu foi somente um jogo de futebol, com alguma emoção além do esperado.

Já para os gremistas, a Batalha dos Aflitos foi a prova de que, mesmo o mito da imortalidade tricolor não ser imortal, não ser sentido a todo momento, ele se fez presente naquela tarde, auxiliando os jogadores à alcançarem a vitória com um gol aos 61 minutos do segundo tempo.

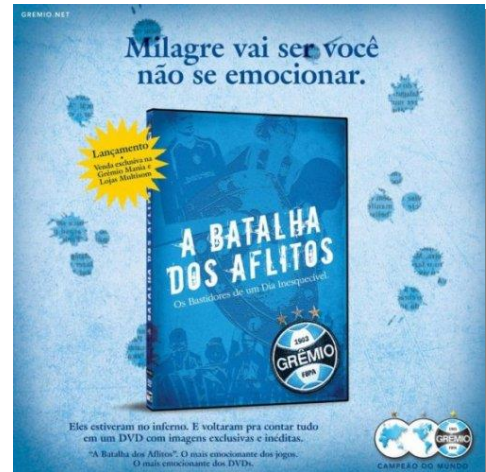
Passada a euforia da conquista, era então o momento de o Grêmio comunicar aos seus torcedores o que havia acontecido na tarde da partida. Para isso, a agência SLM Ogilvy, de Porto Alegre, foi responsável por desenvolver uma campanha de lançamento do DVD, que contou com ações de mídia impressa, internet e rádio.

Dentre as peças impressas produzidas para a campanha, daremos destaque a duas, que abordam o mito imortal indiretamente (figuras 14 e 15, abaixo)



Fonte: Jovens Criativos

FIGURA 14: Anúncio 1 – Batalha dos Aflitos



Fonte: Jovens Criativos

FIGURA 15: Anúncio 2 – Batalha dos Aflitos

As peças procuram acrescentar à leitura da capa do DVD um pouco dos sentimentos dos torcedores na partida. Em ambos os anúncios, em nenhum momento a palavra imortal, maior referencial da imortalidade sentida pelos torcedores está presente. Não de forma direta.

Quando lemos que o mundo nunca viu um jogo igual, ou diante da presença de um milagre, estamos diante de um mito. Outros jogos durante a história da humanidade podem ter sido tão emocionantes quanto a Batalha dos Aflitos. Porém, segundo Barthes (2009), no momento de sua leitura esta leitura já se esgota, e já produz o seu efeito. Um jogo onde um dos times atinge o número mínimo de jogadores em campo, sete, não é algo comum de acontecer. O adversário errar dois pênaltis também. Fazer um gol com sete jogadores em campo é algo raro. É essa raridade da situação que ajuda a impulsionar o mito da imortalidade, que pode ser percebido nas mensagens transmitidas nos anúncios.

Assim, podemos perceber que o Grêmio, apesar de apropriar-se de sua imagem imortal, não utilizou essa imagem para a divulgação dessa campanha. Apesar da disponibilidade de vários mitos para utilizar em sua comunicação (imortalidade, clube argentino, herói, batalha), justamente uma partida onde a imortalidade continha uma forte carga de significação, a sua comunicação abdicou do uso direto da referência do mito imortal.

Esta perda da ligação imortal se deve, segundo Barthes (2009), porque ao penetrarmos no objeto, no caso o Grêmio, acabamos por libertá-lo, mas também destruí-lo. Foi o que acabou acontecendo, pois ao estudar a formação do mito imortal, conseguimos constatar a sua formação, como ele se cria e se perpetua,

porém também acabamos por destruí-lo, à medida que fomos tendo fatos que mostravam que, por mais contraditório que pareça, a imortalidade não era imortal.

Notamos também que a linha de comunicação não enfoca muito a sua linha de raciocínio sobre a questão da Batalha: ela que está ali, representada pelo escudo, pelos jogadores, fazendo referência às armas do herói, de Müller (1987), o escudo e o gol, mas não são aproveitados. Estão ali presentes, mas deslocados de sua forma original.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estudar um objeto mutante, no caso um clube de futebol, exigiu muito cuidado. Primeiro exatamente por ser um corpo mutante, percebemos ao longo do estudo e da pesquisa que o Grêmio sofre influências externas que acabam por moldá-lo e construí-lo mitologicamente. Entre estas influências, a influência dos países platinos, destacada pelo antropólogo Darcy Ribeiro, a apropriação de alguns de seus elementos acaba por moldar o Grêmio diferentemente dos outros clubes do Brasil. A própria posição do historiador Eduardo Bueno, o Peninha, em relação ao distanciamento do Grêmio em relação ao Brasil ajuda a comprovar a tese de que o Grêmio é um corpo mutante, que pode até sofrer algumas das mesmas influências de outros clubes brasileiros, mas acaba por ignorá-las, optando por se apropriar de elementos mais próximos, oriundos dos países platinos. E esta apropriação ajuda a construir, segundo Barthes, os seus mitos, já que o principal mito exposto pelo clube, a imortalidade, se constrói como produto de diversos outros mitos.

Ao início do trabalho, o estudo iria abordar somente a construção e percepção do mito do imortal tricolor, que era considerado o mais importante e perceptível. Porém ao longo da pesquisa foi notado que o Grêmio possui vários outros mitos, tão ou mais importantes quanto o da imortalidade.

Podemos notar que o mito da imortalidade do Grêmio é produto de um processo de construção que passa por diversas frentes. Além do próprio Grêmio, seus jogadores, as suas conquistas, as lutas de seus heróis contra os dragões auxiliam a aumentar a imagem de um clube forte, destemido.

No primeiro capítulo, tratamos de estudar as referências teóricas de Saussure, que serviram de base para a introdução de um novo modelo proposto por Barthes: o mito. O mito, no caso, seria uma metalinguagem, uma segunda significação em cima do que já é conhecido. Esta construção foi importante, pois nos ajudou a compreender como ocorre o esvaziamento do significante mítico, o que resta dele e como um conteúdo o preenche para transformá-lo em um mito.

E esta tese do esvaziamento do significante mítico para se tornar mito foi muito importante no segundo capítulo, onde estudamos as estratégias mitológicas que colaboram para a criação do mito imortal. A torcida, através de seus diversos elementos de significação, cumpre o papel a que é destinada, de apoiar o clube até

nos momentos de dificuldade. Esse apoio constante auxilia muito na construção da imagem de um clube que se diz imortal: a sua torcida sempre estará ao seu lado e, mesmo que o clube perca e saia derrotado de campo, ainda restará, na torcida, elementos que acreditam que o clube pode se reerguer e voltar a vencer. Esta crença na volta por cima é o que impulsiona e mantém vivo o mito da imortalidade.

Além do que, esta imortalidade pode ser sentida em alguns jogos. Porém, ela não pode ser aplicada a qualquer momento, visto que é uma conjuntura de vários fatores. No caso analisado, a Batalha dos Aflitos serviu como um agregador de elementos, de estratégias mitológicas construtoras que, juntas, conseguiram reviver a imortalidade do clube.

Após passada a euforia da conquista, o mito da imortalidade se perde, restando somente as suas referências através das estratégias mitológicas, principalmente por parte da torcida. Esta imortalidade somente poderá ser sentida novamente em sua totalidade, quando houver outra situação onde haja uma conjuntura de fatores que a ajudem a construir: jogadores, torcida, clube. Quando o clube comunica a sua imortalidade, como mostrado no terceiro capítulo, este está em busca de manter vivo o sentimento dos torcedores, tentando fazer com que a história contada não se perca, pois se perdendo ela pode ser facilmente alterada e modificada.

A forma como o Grêmio se comunica com o seu torcedor faz toda a diferença no sucesso de sua comunicação. Segundo Kotler (2006), o marketing moderno se caracteriza por uma harmonização com o bem-estar do consumidor. O consumidor compra aquilo que lhe convém, porém, diferentemente do que ocorria até alguns anos, agora o cliente participa do projeto de criação do produto, além de dispor de meios de se comunicar com a empresa, como a internet, em especial as redes sociais, gerando uma maior aproximação entre a empresa e o público, que passam a ter um contato mais direto e informal. Isto pode ser constatado quando notamos que é o torcedor que mantém vivo o mito da imortalidade, e o demonstra das mais diversas formas (cantos, bandeiras, trapos) e nos mais diferentes meios (reportagens em revistas e jornais, divulgação de vídeos na internet, produção de textos em blogs). Assim, esperar que a comunicação do Grêmio faça referências à imortalidade não é por acaso, já que a torcida crê nessa imortalidade, abordando e ajudando a construí-la de diversas formas.

O estudo foi interessante, pois ajudou a compreender como se dá a construção da imagem de um clube de futebol e dos ingredientes que compõem seus mitos. De certa forma, auxiliou para mostrar que, apesar de servirem de incentivo para a torcida, os mitos do clube não são nada mais que mitos, falas, que uma hora ou outra se esgotam.

Neste sentido pode parecer um pouco contraditório chegar a uma conclusão de que o Grêmio, conhecido como o Imortal Tricolor não é, de fato, imortal. Justamente como justifica Barthes (2009).

O estudo dos métodos de construção do mito através das estratégias mitológicas contribuiu para entender como ocorre, de fato, a construção do mito da imortalidade, e qual a participação de cada elemento neste processo. Assim, pode-se notar como o esquema de Barthes (2009), mostrado na figura 2 (capítulo 2.2, página 17) deste trabalho, funciona: a transformação de um signo linguístico em significante mítico, e por seguinte, em um mito.

Ao escolhermos e estudarmos um setor da torcida em específico, a *Geral*, pudemos perceber um mito que se construiu sobre ela, e acabou também por fazer referência ao Grêmio: o clube argentino. As diversas ligações ajudam nesta construção, que acaba por descaracterizar o clube, mas também por torná-lo especial, diferente dos demais, com características fenomenológicas. Por ter uma imagem diferente dos demais clubes, particular, seus métodos de adoração também são diferentes, e fazem referência a jogadores que, se jogassem por outros clubes, não seriam reverenciados da mesma maneira, como o goleiro Danrlei. A sua veneração se dá a media que este era identificado com o Grêmio, compartilhava da mesma filosofia do clube. Este compartilhamento de uma mesma filosofia auxilia na construção do mito Danrlei, pois o goleiro, identificado com o clube, transmite, neste sentido, muito mais significação para a sua torcida. Sendo assim, foi percebido que é a significação percebida pela torcida que faz o clube crer em sua imortalidade, especialmente na chamada *Batalha dos Aflitos*.

Uma constatação interessante pode ser feita da leitura do trapo *Brasão Tricolor* (Figura 6, capítulo 3.1.2, página 37). Aqui, percebemos como a torcida do Grêmio aceita um elemento que é mais presente na torcida do rival Internacional, a cor vermelha. Algumas vezes torcedores de clubes rivais chegam a extremos como não utilizar em nenhuma roupa as cores de seu adversário, porém aqui foi percebida a interessante aceitação da cor vermelha dentro do Estádio Olímpico, já que ela está

lá esvaziada de sua história original: o vermelho do Internacional não mais existe, agora restando o vermelho ser preenchido com outra significação, no caso a bandeira do Rio Grande do Sul. Com isto, pudemos notar que, além do mito da imortalidade que caracteriza o clube, existe um outro mito tão ou mais importante até que esta imortalidade: o mito do gaúcho.

Esta monografia não tem a pretensão de esgotar o assunto abordado, pelo contrário, entendemos que ainda há muito que ser pesquisado e analisado a este respeito e que a continuidade deste trabalho dar-se-á no âmbito de uma pós-graduação que permita um aprofundamento ainda mais elaborado. Creemos que uma forma de dar sequência ao trabalho seria analisar como a torcida percebe a comunicação que o clube faz e de que maneira o marketing influencia e estimula o público consumidor a partir do uso dos mitos consagrados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARTHES, Roland. **Elements of semiology**. Publi. Hill and Wang, 1968.
- _____. **Mitologias**. 4ª Ed. Rio de Janeiro: Difel, 2009.
- BOUDON, Raymond. **Dicionário de semiologia**. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1990.
- BUENO, Eduardo. **Grêmio: nada pode ser maior**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005.
- CAMARA, Joaquim Mattoso Junior. **Princípios de linguística geral**. 4ª Ed. Rio de Janeiro: Livraria Acadêmica, 1964.
- KOTLER, Philip. **Administração de marketing: a bíblia do marketing**. 12ª Ed. Prentice Hall Brasil, 2006.
- MÜLLER, Lutz. **O herói: todos nascemos para ser heróis**. São Paulo: Editora Cultrix, 1987.
- RAPPAPORT, Julian. **Community psychology: values, research, & action**. Nova York: Holt, Rinehart & Winston, 1977.
- RIBEIRO, Darcy. **O povo brasileiro: a formação e o sentido do brasil**. 2ª Ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- ROCHA, Eliziário Goulart. **Danrlei: uma lenda gremista**. Porto Alegre: Da Barca Casa Editorial, 2009.
- SANTAELLA, Lucia. **O que é semiótica?** São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.
- SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de linguística general**. Editorial Losada. Buenos Aires, 1945.
- SILVA, Golias. **Sociologia**. Florianópolis: SEAD/UFSC, 2006.

DUCKER, Richard. **Ducker.com.br**: o site da torcida tricolor. Disponível em: <<http://ducker.com.br>> . Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil. Acessado em: 15 de abril de 2010.

GERAL ESPORTIVO. **Rankings**: maiores estádios e maiores torcidas. Disponível em: <<http://geralesportivo.blogspot.com/2008/10/rankings-maiores-estdios-e-maiores.html>>. Acesso em: 14 de junho de 2010.

JOVENS CRIATIVOS. Disponível em: <<http://www.jovenscriativos.com.br/search/node/gr%C3%AAmio+batalha+dos+aflitos>>. Acesso em: 10 de junho de 2010.

PILAU, Sílvio. **Sob a bênção da imortalidade**. Nada mais resta. Disponível em: <http://www.finalsports.com.br/colunas_dupla/col/headline_gremio.php?n_id=822&u=1>. Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil. Acesso em: 09 de junho de 2010.

DA COSTA, Lamartine (Org.) **Atlas do esporte no brasil**. Rio de Janeiro: Confef, 2006.

PETERMANN, Juliana. **Construindo o mito**: a seleção brasileira de futebol em época. NP de Semiótica – XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 14 pag. Santos, 2007.

QUEIROZ, João Machado. **Emprego de metáforas bélicas na linguagem do futebol**. Disponível em: <<http://br.monografias.com/trabalhos2/metaforas-linguagem-futebol/metaforas-linguagem-futebol2.shtml>>. Acesso em: 26 de junho de 2010.

APÊNDICES

Figura 1: SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de Linguística General**. Editorial Losada. Buenos Aires, 1945. Página 92.

Figura 2: BARTHES, Roland. **Mitologias**. 4ª Ed. Rio de Janeiro: Difel, 2009. Página 205.

Figuras 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 e 11 : DUCKER, Richard. **Ducker.com.br**: o site da torcida tricolor. Disponível em: <<http://ducker.com.br>> . Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil. Acessado em: 15 de abril de 2010.

Figuras 12 e 13: GREMIO.NET. **Portal oficial do Grêmio Foot-Ball Porto Alegre**. Disponível em: <<http://www.gremio.net/>>. Acesso em: 10 de junho de 2010.

Figuras 13 e 14: JOVENS CRIATIVOS Disponível em: <<http://www.jovenscriativos.com.br/search/node/gr%C3%AAmio+batalha+dos+aflitos>>. Acesso em: 10 de junho de 2010.

ANEXOS

Nessa seção, serão apresentados elementos de significação utilizados pela torcida, que ajudam na construção e percepção do mito do *imortal* que o Grêmio transmite para eles, e que foram citados e analisados ao longo da pesquisa. As referências ao mito da imortalidade são tanto diretas quanto indiretas.

1. Hino Oficial do Grêmio Foot-Ball Porto Alegre
Composição: Lupicínio Rodrigues

Até a pé nós iremos
Para o que der e vier
Mas o certo é que nós estaremos
Com o Grêmio onde o Grêmio estiver
(2x)

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

Até a pé nós iremos
Para o que der e vier
Mas o certo é que nós estaremos
Com o Grêmio onde o Grêmio estiver
(2x)

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

Até a pé nós iremos
Para o que der e vier
Mas o certo é que nós estaremos
Com o Grêmio onde o Grêmio estiver
(2x)

Lara, o craque imortal
Soube o seu nome elevar
Hoje com o mesmo ideal

Nós saberemos te honrar

Até a pé nós iremos
 Para o que der e vier
 Mas o certo é que nós estaremos
 Com o Grêmio onde o Grêmio estiver
 (2x)

2. Hino Rio-Grandense
Letra: Francisco Pinto da Fontoura;
Música: Joaquim José Medanha
Harmonização: Antônio Corte Real

Como a aurora precursora
 Do farol da divindade
 Foi o vinte de setembro
 O precursor da liberdade

Mostremos valor e constância
 Nesta ímpia e injusta guerra
 Sirvam nossas façanhas
 De modelo a toda terra
 De modelo a toda terra
 Sirvam nossas façanhas
 De modelo a toda terra

Mas não basta pra ser livre
 Ser forte, aguerrido e bravo
 Povo que não tem virtude
 Acaba por ser escravo

Mostremos valor e constância
 Nesta ímpia e injusta guerra
 Sirvam nossas façanhas
 De modelo a toda terra
 De modelo a toda terra
 Sirvam nossas façanhas
 De modelo a toda terra

3. Cantos da torcida *Geral do Grêmio*, que exponham a imagem do
 “*Imortal*”

a. Ó Tricolor

Ôôô, *imortal* tricolor
 Ganhas ou percas
 Te sigo aonde for

O tricolor, amo você
 Como cerveja, cocaína, LSD
 Da Azenha à Tóqui vou te apoiar
 E no Grenal a macacada vai chorar

Música inspirada na letra de Horto Magiko, da torcida do clube grego Panathinaikos.

b. Essa é a Banda Louca do Imortal

Essa é a banda louca do *imortal*
 Jamais nos matarão, pois sou da *Geral*
 Grêmio, nós te seguimos a todo lado
 A banda quer festejar mais um campeonato
 E vamos Grêmio

c. Tricolor de Porto Alegre

Eu sou o tricolor de Porto Alegre
 Eu tenho a minha alma azul celeste
 O Grêmio é um sentimento
 Que se chama de coração
 A vida, por toda a vida, dale campeão
 Dale dale ooo, dale dale ooo, dale dale ooo

d. Vou Torcer Pro Grêmio Bebendo Vinho
Paródia da música Bebendo Vinho – Compositor: Wander Wildner

Vou torcer pro Grêmio bebendo vinho
 E o mundial é o meu caminho
 (2x)

Eu vivo bebendo, sempre borracho

E o tele-entulho já foi chamado
O descontrole já está formado
Grêmio, te dou a vida, por este campeonato

Vou torcer pro Grêmio bebendo vinho
E o mundial é o meu caminho
(2x)

Na rádio toca o velho rock 'n roll
Lembro o Renato, o homem gol
Nada mais apaga essa história
Grêmio *imortal*, macaco chora

Vou torcer pro Grêmio bebendo vinho
E o mundial é o meu caminho
(2x)