

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE DESPORTOS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO FÍSICA

**FÁBIO DE CARVALHO MESSA**

**OS DESTINOS DO LEÃO.**

**UM ESTUDO SEMIÓTICO-DISCURSIVO DAS CHARGES  
JORNALÍSTICAS SOBRE O AVAÍ FUTEBOL CLUBE NO  
CAMPEONATO BRASILEIRO/2009**

FLORIANÓPOLIS /SC, FEVEREIRO/2010



FÁBIO DE CARVALHO MESSA

**OS DESTINOS DO LEÃO.**

**UM ESTUDO SEMIÓTICO-DISCURSIVO DAS CHARGES  
JORNALÍSTICAS SOBRE O AVAÍ FUTEBOL CLUBE NO  
CAMPEONATO BRASILEIRO/2009**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação  
em Educação Física da Universidade Federal de  
Santa Catarina como exigência parcial para obtenção  
do título de Mestre em Educação Física

Orientador: Prof. Dr. Giovani De Lorenzi Pires

FLORIANÓPOLIS /SC, FEVEREIRO/2010

Catálogo na fonte pela Biblioteca Universitária da  
Universidade Federal de Santa Catarina

M583d Messa, Fabio de Carvalho

Os destinos do Leão [dissertação] : um estudo semiótico-discursivo das charges jornalísticas sobre o Avaí Futebol Clube no Campeonato Brasileiro/2009 Fábio de Carvalho Messa ; orientador, Giovani de Lorenzi Pires. - Florianópolis, SC, 2010.

189 p.: il.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Desportos. Programa de Pós-Graduação em Educação Física.

Inclui referências

1. Avaí Futebol Clube - Instituições e sociedades culturais - Florianópolis, SC. 2. Educação física. 3. Clubes esportivos. 4. Futebol. 5. Caricaturas e desenhos humorísticos. I. Pires, Giovani de Lorenzi. II. Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-Graduação em Educação Física. III. Título.

CDU 796

TERMO DE APROVAÇÃO

**FÁBIO DE CARVALHO MESSA**

**OS DESTINOS DO LEÃO.**

**UM ESTUDO SEMIÓTICO-DISCURSIVO DAS CHARGES  
JORNALÍSTICAS SOBRE O AVAÍ FUTEBOL CLUBE NO  
CAMPEONATO BRASILEIRO/2009**

Dissertação apresentada ao Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Educação Física do Centro de Desportos, Universidade Federal de Santa Catarina, em cumprimento parcial para a obtenção do título de Mestre em Educação Física, Área de Concentração Teoria e Prática Pedagógica na Educação Física.

Aprovada pela Comissão Examinadora em  
26 de fevereiro de 2010

---

Prof. Dr. Giovani De Lorenzi Pires (Orientador)  
Depto. de Educação Física/CDS-UFSC

---

Prof. Dr. Fernando Gonçalves Bitencourt  
IFSC/São José

---

Prof. Dr. Maurício Roberto da Silva  
Depto. de Educação Física/ CDS-UFSC

---

Prof. Dr. Elenor Kunz  
Depto. de Educação Física/ CDS-UFSC



*Dedico este trabalho à  
memória de minha irmã Tânia  
Messa que, apesar de ter nos  
deixado em julho de 2009,  
estaria muito feliz em partilhar  
de mais essa etapa comigo,  
pois continuará sempre em  
minha mente como o melhor  
referencial de todos os tempos.*

*Dedico especialmente  
ao meu orientador Prof. Dr.  
Giovani De Lorenzi Pires, por  
ter me dado a oportunidade de  
retornar aos bancos de um  
Programa de Pós-Graduação,  
acreditando que eu poderia  
contribuir com as atividades do  
Observatório da Mídia  
Esportiva - LaboMídia.*





## AGRADECIMENTOS

Aos meus queridos pais, Olmar e Francisca, por apoiarem incondicionalmente todos os meus novos passos acadêmicos.

Aos chargistas Adorno e Zé Dassilva, por me prestarem informações valiosas sobre suas produções, em conversas por e-mail, e ao Mendes, especialmente, por ter me recebido na redação de *Notícias do Dia*.

Aos editores do jornal *Notícias do Dia*, PC, Néri Pedroso e Denise Lacerda, e à repórter (e também minha ex-aluna) Roberta Kremer, pelo acolhimento quando de minha visita à redação do jornal.

Ao Programa de Pós-Graduação em Educação Física do Centro de Desportos da UFSC, por ter me recebido no curso em 2008.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Giovani De Lorenzi Pires, por ter sido responsável por uma verdadeira reformulação de paradigmas em meu pensamento acadêmico, seja como discente ou docente, pois com ele tenho aprendido:

a) a respeitar e catalisar os saberes de alunos e colegas em todos os níveis e âmbitos;

b) a ser transparente nas relações de amizade e profissionais;

c) a orientar coerentemente meus alunos de graduação e de mestrado;

d) a formar grupos de estudos;

e) a apreciar um bom churrasco (que só ele sabe fazer, banquetes personalizados!!!);

f) degustar uma boa cerveja (aquela que, pra evitar merchandising, não direi o nome, mas são os brócolis).

Enfim, sinto-me privilegiado em poder fazer parte de suas relações afetivas e acadêmicas.

Agradeço também a sua esposa Thyrza, pela parceria em todos os momentos de confraternização e, principalmente, por ter me ajudado a formatar boa parte deste trabalho e, em função disso, por ter me recomendado com urgência um curso de Word...

Aos professores membros da banca: Elenor Kunz, Fernando Bitencourt, Aldo Littai e Maurício Roberto da Silva.

A todos os meus colegas de *LaboMídia CDS/UFSC* e do Grupo *Observatório da Mídia Esportiva*, espalhados pelas IFEs deste país, minha grande e eterna família, pois foi junto dela que lancei o Movimento Jaca-Libertário!!

Aos grandes amigos que formei no PPGEF, com destaque ao Daniel Minuzzi e ao André Quaranta, os jacamosqueteiros, parceiros para tudo!!!

Ao Jerônimo Ayala, por ter sempre estabelecido a eterna interlocução para estas produções acadêmicas, emprestando o seu ouvido para que eu lesse várias partes do meu texto.

À Scarlet Silva, minha jornalista predileta, que me ajudou a catar charges perdidas e que ainda vai me ajudar a editar este livro.

Ao meu ex-aluno de jornalismo, Diego Wendhausen Passos, por ter feito parte da banca de seu TCC, em 2009, também sobre o Avaí, e pela parceria nas idas de bike à Ressacada para assistirmos aos jogos.

A todos os contatos avaianos (ex-alunos - publicitários, jornalistas, radialistas, empresários etc.) que me ensinam bastante sobre o futebol do Avaí e que têm me acolhido em todos os segmentos dos quais fazem parte.

## SUMÁRIO

<b>CONSIDERAÇÕES INICIAIS</b> .....	1
<b>CAPÍTULO 1: BREVE ESTADO DA ARTE DOS ESTUDOS SOBRE CHARGES</b> .....	5
1.1. DISTINÇÕES ENTRE CHARGE E CARICATURA.....	5
1.2. O FENÔMENO DO CHARGEAMENTO .....	11
1.3. VARIAÇÕES SOBRE UM MESMO TEMA .....	30
<b>CAPÍTULO 2: REPERTÓRIO SIMBÓLICO DO FUTEBOL – DA METÁFORA AO MITO</b> .....	39
2.1. FORMAÇÃO DE MASCOTES – DE METÁFORA A METONÍMIA .....	42
2.2. CONCEPÇÕES DE SEMIÓTICA .....	50
2.2.1. SEMIÓTICA E SEMIOLOGIA.....	52
2.2.2. A BASE PEIRCEANA.....	54
2.2.3. SIGNAGEM DAS MASCOTES.....	58
2.2.4. O QUE É MITO .....	69
2.2.5. A BASE GREIMASIANA.....	70
2.3. DESCONSTRUINDO O SIGNO-LEÃO.....	73
2.3.1. LEÃO DO IMPOSTO DE RENDA .....	74
2.3.2. LEÃO NA LITERATURA E NO CINEMA.....	75
2.3.3. MITOLOGIA DO LEÃO.....	78
<b>EXCURSO: O CONTEXTO DO AVAÍ – A GÊNESE DO LEÃO</b> .....	81
<b>CAPÍTULO 3: A TRAJETÓRIA DO LEÃO NO CAMPEONATO BRASILEIRO ATRAVÉS DAS CHARGES</b> .....	89
3.1. TEMPORALIDADE .....	90
3.2. FINAL DO CAMPEONATO CATARINENSE 2009 .....	90
3.3. OS DESTINOS DO LEÃO NO BRASILEIRÃO 2009 ...	94
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	161
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	169
<b>BIBLIOGRAFIA CONSULTADA</b> .....	175



**OS DESTINOS DO LEÃO.**

**UM ESTUDO SEMIÓTICO-DISCURSIVO DAS CHARGES  
JORNALÍSTICAS SOBRE O AVAÍ FUTEBOL CLUBE NO  
CAMPEONATO BRASILEIRO/2009**

Fábio de Carvalho Messa  
Giovani De Lorenzi Pires (orientador)

**RESUMO**

Este trabalho oferece aos professores de Educação Física um respaldo teórico-crítico sobre análise semiótico-discursiva de charges jornalísticas de futebol nos veículos impressos da Grande Florianópolis. Trata-se de uma leitura do desempenho do Avaí Futebol Clube no Campeonato Brasileiro de 2009, a partir das charges produzidas de maio a dezembro daquele ano por Zé Dassilva (Diário Catarinense), Mendes (Notícias do Dia) e Adorno (Hora de Santa Catarina). Neste percurso, fundamentam-se concepções de charge, cartum e caricatura, de acordo com sua evolução na história da imprensa; descrevem-se as relações de sentido subjacentes às mascotes dos clubes, assim como vislumbra-se a decorrente narrativização das mascotes no universo das charges jornalísticas. O processo analítico se desenvolve diante de uma amostra de 77 charges, que são dispostas cronologicamente, nas quais se destacam alguns elementos fundamentais constituintes dos processos semióticos e discursivos das narrativas da performance do Leão ao longo do campeonato.

Palavras-chave: análise semiótico-discursiva; charges jornalísticas; campeonato brasileiro de futebol; Avaí Futebol Clube

**DESTINATIONS OF THE LION.**

**A SEMIOTIC-DISCURSIVE STUDY OF THE NEWSPAPER  
CHARGES OF AVAÍ FUTEBOL CLUB IN THE BRAZILIAN  
CHAMPIONSHIP/2009**

Fábio de Carvalho Messa  
Giovani De Lorenzi Pires (orientador)

**ABSTRACT**

This work provides to the physical education teachers a theoretical and critical support about a discursive-semiotic analysis of newspaper's soccer cartoons printed in Florianópolis. It is a reading performance of Avaí Futebol Clube in the Brazilian Championship in 2009, from cartoons produced between May to December of that year by Zé Dassilva (Diário Catarinense), Mendes (Notícias do Dia) and Adorno (Hora de Santa Catarina). In this way, we fundament conceptions of charge, cartoon and caricature, according to its evolution in the history on the press; we describe the relations of meaning behind the mascots of the clubs, as well as conjecture about the resulting narrativization of mascots in the universe of the newspaper cartoons. The analytical process is developed on a sample of 77 cartoons, that are arranged chronologically and which we can highlight some fundamental constituent elements of the semiotic processes and discursive narratives of the Lion performance over the championship.

Key-words: semiotic-discursive analysis; newspaper cartoons; Brazilian Championship soccer; Avaí Futebol Clube.

## CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Tem-se observado na imprensa escrita metropolitana de Florianópolis a proliferação de jornais concorrentes, que conquistam o consumidor pelo baixo custo e possuem conteúdos genéricos e superficiais. Nesta disputa editorial de mercado, é na instância da linguagem que as empresas estabelecem suas estratégias para persuadir e fidelizar o seu público. Para isso recorrem, inevitavelmente, a uma linguagem mais coloquial e figurativa do que os demais veículos, tangenciando o que se considera teoricamente linguagem sensacionalista.

Na cobertura esportiva, a preferência pelos recursos estilísticos persuasivos é ainda mais acentuada. As editorias de esporte geram narrativas noticiosas e opinativas bastante alegóricas, dispondo-se de forma surpreendentemente simbólica. São notícias, artigos, colunas e, principalmente, charges que dispõem aos leitores um arsenal de significações que podem vir a se constituir em corpus de pesquisa para as mais diversas áreas, dentre elas a da Educação Física, dos Esportes e suas relações com a Mídia.

O ano de 2009 foi bastante representativo para o time da ilha de Santa Catarina – Avaí Futebol Clube. Primeiro porque a equipe rompeu um jejum de cerca de 19 anos em termos de grandes vitórias, titulações e, essencialmente, da participação em campeonatos da primeira divisão. Segundo, porque trocou de lugar com o time concorrente, o da Florianópolis Continental – Figueirense, que passou para (e ainda permanece na) segunda divisão.

A partir daí, estruturou-se um contexto propício para a narrativização jornalística local dessa antinomia Avaí na série A e Figueirense na série B. Previsivelmente fomentaram-se pautas e mobilizou-se a produção jornalística em torno dos êxitos e fracassos de ambos os times, com maior ênfase para o time da ilha que esteve sob os focos das lentes e sob os olhares aguçados dos críticos e charginistas.

Em busca da interpretação desses efeitos de sentido na produção jornalística local, este trabalho aventurou-se para uma análise semiótico-discursiva dos conteúdos divulgados sobre o Avaí Futebol Clube, a partir das charges publicadas nos três jornais de maior circulação da região de Florianópolis – *Diário Catarinense* (DC), *Notícias do Dia* (ND) e *Hora de Santa Catarina* (HSC) - durante o Campeonato Brasileiro de 2009 (de maio a dezembro). Foram levadas em conta as ilustrações de Zé Dassilva (*Diário Catarinense*), Mendes (*Notícias do Dia*) e Adorno (*Hora de Santa Catarina*) para desenvolver o percurso analítico. Assim, foi possível entender o desempenho do time no desenrolar da competição a partir da visão dos chargistas em suas ilustrações divulgadas nos periódicos.

Considera-se a charge uma composição signífica geralmente veiculada pela imprensa, que tematiza algum acontecimento factual, comportando crítica e focalizando personagens reais caricaturizados. Sabe-se que para compreender uma charge é preciso identificar qual o seu discurso fundador, ou seja, o fato que tornou a charge possível e/ou os discursos, a trama discursiva, que constituem o seu contexto. Selecionamos as charges de Zé Dassilva, Adorno e Mendes, que se referem ao desempenho e às peripécias do Leão, símbolo do time, para mostrar como se constrói o efeito de humor e o percurso gerativo do sentido, que traz de forma subjacente a crítica deste gênero jornalístico.

Destaca-se, desde então, o fato das charges terem sido extraídas de três jornais, sendo dois deles os mais populares, de baixo custo e de empresas concorrentes, na região da Grande Florianópolis, durante os meses de maio a dezembro de 2009 – período de realização do campeonato. Nota-se que os jornais ND e HSC constroem sua legitimidade a partir dos parâmetros distintos dos jornais de referência (DC), relacionando-se de forma específica com o mundo de seu público leitor. São jornais que falam do universo de seu próprio público, adotam uma estética pragmática, misturando informações tanto do âmbito público, privado e do entretenimento, embora o ND se aproxime mais a uma proposta similar aos dos jornais de



referência. Muitas vezes, também, ND e HSC são condicionados, por interesses mercadológicos, a utilizarem determinados recursos temáticos, estéticos e estilísticos deslocados do discurso jornalístico tradicional.

Foi dentro desse contexto, a partir dessas concepções, que se vislumbraram as charges esportivas dos jornais, já que futebol é narrativa circunstanciada e legitimada no cotidiano, em que as fruições são mais do que individuais, têm caráter coletivo, massificado. Na abordagem jornalística popular do futebol, personalizam-se equipes, jogadores e/ou técnicos, condensando-os em figuras simbólicas, míticas. A narratividade e o debate sobre futebol provocam sensações no público porque surgem aos seus olhos como um produto espetacular, com todas as alegorias que lhes são pertinentes.

Então, entre colunas sociais, receitas culinárias, guias astrológicos, casos policiais, anúncios promocionais, relatos de eventos e matérias de esportes, as charges surgem como elemento adicional e imprescindível dentro deste mosaico, para conduzir o público leitor a um posicionamento crítico ou para uma fruição senão estética, pelo menos, de lazer. Esse campo dinâmico entre a produção e a recepção é o ponto-chave para entender como as charges são compreendidas, pois é preciso especular não só sobre as condições de produção das mensagens, como também sobre suas possibilidades receptivas.

Neste *Programa de Pós-Graduação em Educação Física*, na área de concentração - *Teoria e Prática Pedagógica*, a partir do *Grupo de Estudos Observatório da Mídia Esportiva*, é mais do que conveniente abrir espaço para a análise de produtos jornalísticos que tematizam o esporte. O Observatório já tem desenvolvido pesquisas sobre recepção e mediação midiáticas no âmbito da Educação Física Escolar, dos Esportes e do Lazer. Por isso este trabalho vem complementar os estudos sobre análise de produtos da mídia, direcionando-os para o conteúdo de mensagens midiáticas, a partir de ferramentas metodológicas provenientes do campo das ciências da linguagem: as teorias semióticas e do discurso.

Há de se considerar, também, que a conveniência de escolha do objeto de pesquisa - charges jornalísticas provenientes de veículos impressos locais – se dá pela convicção de que se trata de um trabalho analítico inédito nesse âmbito, que possa servir de referência fundamental sobre a interpretação das linguagens simbólicas do futebol no contexto da Educação Física Escolar.

Essa dissertação tem como objetivo geral problematizar parte específica da produção de sentidos do jornalismo esportivo opinativo impresso local, compreendendo seus mecanismos de construção e seu comprometimento com os repertórios culturais da comunidade leitora. Os objetivos específicos são: descrever como são construídos os efeitos de sentido das charges esportivas, para perceber de que forma se realiza a crítica ao desempenho do Avaí Futebol Clube no Campeonato Brasileiro de 2009; discorrer sobre como se processam os aspectos de semiose textual (teor conotativo de expressões e seus desdobramentos figurativos) e de semiose imagética (tricotomias sígnicas e peculiaridades intertextuais) nas charges que envolvem o Leão da Ilha; e por fim postular uma forma elementar de leitura de charges esportivas para promover o esclarecimento e a instrumentalização básica do professor de Educação Física quando discernir sobre esses assuntos com seus alunos em sua prática pedagógica.

## **CAPÍTULO 1: BREVE ESTADO DA ARTE DOS ESTUDOS SOBRE CHARGES**

Efetuada-se consultas em bases eletrônicas brasileiras, verifica-se que são quase inexistentes as referências encontradas que tratem teoricamente de charges nos últimos 10 anos. O que se encontra são alguns manuais básicos de teoria do jornalismo ou redação jornalística, que possuem algum item sobre o tema.

Apenas nos livros sobre jornalismo opinativo, como o de José Marques de Melo (2003), e sobre jornalismo especializado, como o de Mário Erbolato (1981), é que a charge consta como um pequeno item, dentro das peculiaridades dos capítulos que tratam de textos de opinião e da importância das ilustrações no editorialismo. Luiz Amaral, em sua *Técnica de Jornal e Periódico*, também timidamente menciona a charge como exemplo do gênero jornalístico opinativo. Vale ressaltar que todos estes livros são das décadas de 70/80.

Este capítulo, portanto, encarrega-se de percorrer um pouco a fortuna crítica mínima que existe sobre charges em alguns estudos interdisciplinares que as tomam como corpus de análise, disponíveis no universo virtual e em bancos de teses. Essa síntese compreende artigos publicados em anais de congressos de lingüística e comunicação, assim como monografias de conclusão de curso de graduação, dissertações de mestrado e teses de doutorado.

Antes de comentar alguns destes trabalhos, segue-se uma introdutória tentativa de discussão epistemológica e histórica da charge, contrastando-a com as concepções de caricatura e *cartum*, muitas vezes tidas como equivalentes.

### **1.1. DISTINÇÕES ENTRE CHARGE E CARICATURA**

Rabaça & Barbosa (1978), no antológico *Dicionário de Comunicação*, determina a caricatura como “uma forma de arte que se expressa através do desenho, da pintura, da escultura, etc., e cuja finalidade é o humor”. Seriam

subdivisões da caricatura: a charge, o *cartum* e o desenho humorístico. O *cartum* é referido como uma anedota gráfica, que provoca o riso do leitor. Consiste numa das manifestações caricaturais que leva o leitor ao riso por meio de uma crítica mordaz, irônica, satírica e humorística do comportamento humano, assim como de suas fraquezas, hábitos e costumes.

Oliveira e Almeida (2006) estabelecem a diferença conceitual entre os gêneros jornalísticos opinativos de humor na imprensa: caricaturas e charges. Para as autoras, há uma dificuldade em diferenciar os gêneros jornalísticos. O artigo ressalta a importância da leitura e interpretação, relacionando o texto com o contexto para uma interpretação eficaz. Aproveita, também, para resenhar alguns conceitos que podem auxiliar na distinção entre charges e caricaturas.

O primeiro é o de caricatura, considerada por Ramón Columba (apud Lima, 1963, p. 35) um supremo tribunal: “ante ela se inclinam os próprios juizes e as autoridades da nação”. Segundo o autor, a caricatura põe em julgamento, censura e ridiculariza as personalidades ali representadas. “A caricatura é a encarregada de assinalar qualquer excesso social ou político suspeito de licenciosidade corruptora”. Nela, o grande júri é formado pelos leitores, o caricaturista é o temido promotor, e a sentença é a opinião pública.

Da mesma forma, a charge sentencia e mostra os fatos pelo ângulo da indignação e da ironia. No desenho, as atitudes duvidosas dos donos-do-poder são divulgadas sem qualquer tentativa de suavização ou de imparcialidade. Em suma, é o espaço para a crítica e para os juízos de valor.

Etimologicamente, o termo ‘caricatura’ vem do italiano *caricare*, cujo significado é carregar, exagerar, o que na caricatura corresponde justamente a essa atitude ridicularizadora, crítica e satírica. Já Melo (2003, p. 167) considera duas definições para caricatura: a caricatura propriamente dita, aquele desenho no qual se reproduz a figura humana com traços exagerados; e a caricatura genérica. Esta última, por sua vez, engloba a charge, o *cartoon* e o *comic*.

Para este autor: a caricatura é a representação da fisionomia humana com características grotescas, cômicas ou humorísticas, uma espécie de retrato humano ou de objetos que exagera ou simplifica traços, acentuando detalhes ou ressaltando defeitos. Sua finalidade é suscitar risos, ironia. Trata-se de um retrato isolado [...] Genericamente, significa a forma de expressão artística através do desenho que tem por fim o humor (Melo, 2003, p. 167).

Historicamente, Lima (1963) registra que a primeira obra dedicada ao estudo sistemático da caricatura foi *Rules for Drawing Caricatures, with Essay on Comic Painting*, do capitão Francis Grose, lançada em 1788, em Londres. Grose vê a caricatura como um dom perigoso, como uma espécie de tribunal que julga, sem compaixão, quem é objeto dela:

A arte da caricatura é geralmente considerada como um dom perigoso, mas próprio a tornar seu possuidor mais temido do que estimado; [...] ela é um dos elementos da pintura satírica e que, como a poesia desse gênero, é talvez empregada com maior êxito em vingar a virtude e a dignidade ultrajadas, apontando os culpados ao público, único tribunal a que eles não podem fugir; ou fazendo tremer à simples idéia de ver suas loucuras, seus vícios, expostos à ponta acerada do ridículo (Grose apud Lima, 1963, p. 5).

Segundo Melo (2003, p. 164), a introdução da caricatura na imprensa se explica pela conjugação de dois fatores sócio-culturais: o avanço tecnológico dos processos de produção gráfica e a popularização do jornal como veículo de comunicação coletiva. Quando se fala em avanço tecnológico, diz-se respeito ao processo de litografia, que proporcionou a veiculação de desenhos nos jornais.

A primeira ilustração a ser inserida no jornalismo impresso e sua história se inicia no ano de 1600, com Annibale Carracci, que foi um dos grandes expoentes da caricatura. Um dos jornais pioneiros na técnica da litografia foi o francês *La Caricature*, que em 1830 publicava

desenhos para complementar o texto verbal, numa época em que o jornal conquistava maior público e aumentava a tiragem.



Obra de Annibale Carracci

O teórico Robert de La Sizeranne (*apud* Lima, 1963) pôde até mesmo dividir a história da caricatura em três fases evolutivas: a simbolista, quando os egípcios recorriam a animais para simbolizarem o caráter de suas vítimas, tais como os leões e as gazelas que representavam reis e concubinas; a deformante, que vigorou até a Renascença, quando a palavra italiana *caricare* dava a medida exata de sua finalidade; e a característica, própria dos tempos atuais, quando verdadeiros artistas se dedicaram à caricatura.

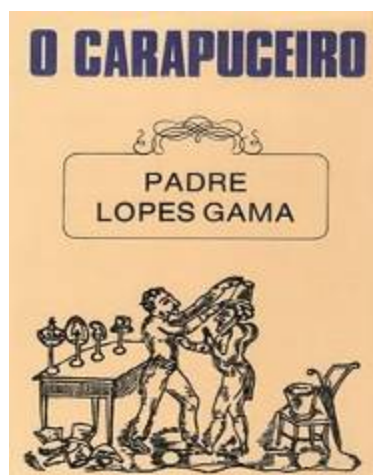
A partir dessa divisão temporal da história da caricatura, seria possível enquadrar o seu surgimento no Brasil só nessa última e mais recente fase, que não é nada homogênea. Os estilos que surgiam foram exclusivos de cada caricaturista. No Brasil, a caricatura pode ter surgido logo após a chegada de D. João VI, em 1808, embora a primeira caricatura impressa no Brasil - que se conhece - só

foi litografada por Victor Larée, quase 30 anos depois, em 1837, a partir de um desenho de Araújo Porto-Alegre.



*A última ceia*, de Araújo Porto-Alegre, s/d

Conforme Lima (*apud* Melo, 2003, p. 165), “o nosso primeiro caricaturista não foi nenhum dos nossos grandes fazedores de bonecos [...] Foi homem, não do lápis, mas da pena, Frei Vicente do Salvador (...)”. No jornalismo, todavia, um dos precursores na caricatura foi o Padre Lopes Gama, que editava em Pernambuco o jornal *O Carapuço* (Melo, 2003, p. 165).



Gênese da caricatura no *Diário de Pernambuco*

Para elucidar a posição de que nem sempre é o riso a finalidade das caricaturas, Lima traz as palavras de Paul Gaultier:

A caricatura não tem por objeto principal fazer rir. Isto é tão certo que há caricaturas lúgubres. [...] Há caricaturas tristes mesmo, mas ainda porque se pode dizer que a caricatura é triste por inspiração, é triste no fundo, ainda mesmo que faça rir com a ajuda do exagero, desde que a sátira deve se deter sobre o lado vil das coisas [...] Longe de ser um testemunho da alegria, o próprio exagero caricatural não é senão um meio nas mãos do artista para exprimir seu rancor. De fato, os caricaturistas são, como todos os autores cômicos, naturalmente inclinados a humores negros (Gaultier apud Lima, 1963, p. 20).



*Ipupiara*, de Frei Vicente do Salvador

No pensamento de Lima (1963, p. 15), não é a caricatura que torna os homens ridículos: eles é que são ridículos por si mesmos, quando o são, nem há força que os livre disso”. Para o autor, a caricatura é um tipo de espelho, se é ridícula ou grotesca é porque os fatos e as pessoas que ela representa são assim.

Sitwell (*apud* Lima, 1963, p. 16) além de confirmar que as fisionomias mostradas pelas caricaturas muitas vezes parecem à primeira vista as faces de um delírio, depois de



um certo horror gradativo, descobre-se que se pode encontrá-las a qualquer dia nas ruas e nos jornais ao nosso redor.

A missão dos caricaturistas é alguma coisa de mais alto e decisivo do que refletir aspectos ridículos ou obter assombrosas semelhanças fisionômicas com a maior graça e simplificação possíveis [...] isso não seria bastante para a verdadeira importância da caricatura. Arte, isso, tão sutil e objetiva, reflete os momentos contemporâneos com uma exatidão, com um instinto heróico e uma consciência instintiva da vida futura que, a seu lado, qualquer das belas-artes se amesquinham, e a literatura se confessa envergonhada de seus artifícios retóricos (Lago apud Lima, 1963, p. 15).

A charge seria, portanto, um tipo de *cartum* “cujo objetivo é a crítica humorística de um fato ou acontecimento específico, em geral de natureza política” (Rabaça & Barbosa, 1978, p. 89). De acordo com esses dicionaristas, a boa charge deve procurar um assunto atual e centrado na atenção e no interesse do público leitor.

Charge consiste, então, num desenho humorístico, que pode ter legendas ou não, geralmente veiculado no jornalismo impresso, que tem por tema algum acontecimento factual, comportando crítica e focalizando, por meio de versões caricaturais de sujeitos / personagens, fatos da atualidade.

Pode ser entendida também como composição sígnica, representação pictórica, de caráter burlesco e caricatural, com que se satiriza uma idéia, situação ou pessoa. Nos dicionários é possível encontrar os termos caricatura e *cartum* como sinônimos.

## 1.2. O FENÔMENO DO CHARGEAMENTO

No jornalismo opinativo, a charge constitui a força expressiva do desenho, que critica ou ataca pessoas ou instituições. Tematiza algum acontecimento factual, comportando crítica e focalizando personagens reais

caricaturizados. Geralmente os fatos do dia, nacionais ou internacionais, são abordados nas charges. Todos os acontecimentos abordados pela charge tornam-se de caráter político, até mesmo os acontecimentos em esportes.

Álvaro Cotrim, notável caricaturista dos anos 70, que assinava sob o pseudônimo de Alvarus, considerava que “aquela conceituação simplista e que por tanto tempo perdurou de que a caricatura era apenas a arte de provocar o riso está completamente reformulada pela análise crítica, ao conotá-la na profundidade filosófica de que, antes de fazer rir, obrigatoriamente nos faz pensar”. (ERBOLATO, 1981, p. 77-78)



Drummond e a *Pedra no Meio do Caminho* (Alvarus, 1941)

Nery (1998, p. 39) diz que a charge é uma interpretação crítica, inteligente e irônica de algo factual. Para Melo (2003, p. 167), a charge é uma “crítica humorística de um fato ou acontecimento específico. Reprodução gráfica de uma notícia já conhecida do público, segundo a ótica do desenhista”.

A charge, pelo fato de ser produzida segundo a ótica particular do desenhista, divide concorrência com os textos editoriais e comentários, na categoria de gênero jornalístico opinativo, jamais podendo ser vista como um simples gênero informativo. Para Wisnik (*apud* NOVAES, 1992, p.

339) a charge é uma expressão opinativa na imprensa e, enquanto tal, posiciona-se criticamente”. Portanto, ela não é uma reprodução neutra dos acontecimentos, é parcial, e representa as convicções e posições do profissional dos traços.

Para Nery (1998, p. 41), “[...] a charge insere-se então a favor dos grupos ou partidos que editam o jornal e contra seus adversários”. Melo (2003, p. 168-169) contrasta quando diz que geralmente os chargistas gozam de independência para produzir seus desenhos caricatos”. Assim, não necessariamente refletem a opinião do jornal nas suas produções.

Isso realmente se confirma a partir de contatos informais, via e-mail e pessoalmente, com os chargistas cujas obras foram selecionadas para este trabalho. Zé Dassilva, do *Diário Catarinense* (DC), por exemplo, já tem uma carreira consolidada não só como ilustrador, mas como roteirista e redator de uma diversidade de produtos midiáticos, dentre eles as charges, mas participa ultimamente da produção de programas televisivos do eixo Rio-São Paulo, mora no Rio de Janeiro e apenas colabora para o DC.



Esta charge de Zé Dassilva (DC) já ilustra o personagem principal deste trabalho, o Leão do Avaí, durante o Campeonato Catarinense de 2009. O Leão

contracena com o Negrinho, do Figueirense, numa disputa acirrada sobre quem escreverá a história dos clássicos. O artista satiriza sobre os dois clubes principais da Grande Florianópolis, representando-os a partir de suas mascotes, que interatua sobre uma página de livro em forma de campo.

Já Luciano Adorno, de *Hora de Santa Catarina* (HSC), tem formação em Artes Plásticas, cursa mestrado em Expressão Visual na UFSC, mora em Florianópolis e apenas colabora para o jornal, não faz parte do corpo editorial do periódico, algumas vezes é solicitado pra ilustrar outras matérias da edição.



Eis o traço de Adorno retratando o mesmo tema de Zé Dassilva, também do Campeonato Catarinense de 2009, o disputadíssimo clássico entre os dois clubes. Desta vez não vêm representados por suas mascotes, mas pelos distintivos. Ambos os símbolos estão a pegar fogo, enquanto a bola, atordoada, procura fugir do duelo que gerará emoções fortes em seus torcedores.

Mendes é o chargista e ilustrador de *Notícias do Dia*, um autodidata nato, que não possui formação específica, mas que problematiza as críticas de forma ainda mais complexa e criativa, como veremos a seguir.



Nesta charge, o artista trata da mesma temática dos outros dois: o clássico entre o Avaí e o Figueirense. Também representa os clubes por suas mascotes, fazendo-os interagir com outras duas – o Coelho, do Joinville, e o Tigre, do Criciúma. Como estes dois últimos estavam em vantagem, embarcaram no balão e questionaram se o jogo dos outros dois poderia ser chamado de 'clássico ou pelada', já que até a bola furara. Tanto o Leão quanto o Negrinho observam desolados a subida do Coelho e do Tigre.

De todos os três artistas selecionados para este estudo, talvez seja Mendes que usufrua de plena liberdade para criar suas peças, sem mostrar uma dependência das decisões editoriais, além de recorrer a elementos provenientes de outros campos de significação, cruzando os assuntos, construindo um discurso ainda mais polemizador.

Nery (1998, p. 43-44), já reconheceu a liberdade de criação do chargista, admitindo que hoje os profissionais mantêm vínculos com as empresas jornalísticas, tendo liberdade para criar e veicular seus trabalhos. Uma coisa é

certa: a charge não seria tolerada em regimes ditatoriais, como não foi nos anos 70, em decorrência do surgimento, por exemplo, do jornal *O Pasquim*. Para Nery (1998, p. 187), a charge é uma “forma de comunicação que só pode desenvolver-se em espaços democráticos, pois enfoca diretamente as personalidades públicas do campo político em especial os representantes ou aspirantes ao Executivo”.



Edição de julho de 70, RJ

O conteúdo da charge só reforça uma crítica que já vem explícita nas abordagens das matérias factuais. Para entender uma charge, o leitor/consumidor deve ter relativo conhecimento apriorístico do fato em questão, isto é, deve conhecer os elementos que remetem ao seu texto ou discurso fundador. É preciso identificar qual o seu discurso fundador, o fato que a tornou possível e/ou os discursos, a trama discursiva, que constituem o seu contexto.

A informação não é dada denotativamente, é mostrada numa espécie de cardápio simbólico, sobre cujas significações, o leitor/torcedor já tem o domínio, está persuadido de que ali naquele conteúdo há uma verdade. Os desenhos das charges não são exatamente cópias fiéis

da realidade, cada equipe vem representada por figuras metafóricas ou metonímicas.

Entre chargistas e leitores cria-se um contrato de veridicção, que regulamenta o reconhecimento de todas as figuras apresentadas no discurso materializado. Os leitores das charges, neste processo de inferência das figuras, passam por um empreendimento cognitivo e pragmático. O enunciador presume o que o seu enunciatário sabe acerca do campeonato catarinense e de suas equipes. O enunciatário tem a tarefa de reconhecer o contexto a que o enunciador se refere. O contrato de veridicção coincide com o fazer persuasivo do chargista e o fazer interpretativo do leitor.

Melo (2003, p. 166) também reforça que na história do jornalismo de muitos países, e também no Brasil, a caricatura (gênero que, pra ele, circunscreve-se à charge) sofreu um encolhimento durante os governos autoritários, ressurgindo com mais força quando a democracia se institui. O mesmo autor (1994, p. 166-167) já pôde até mesmo distinguir historicamente a charge na Era Vargas e na Ditadura Militar: “Na Ditadura Varguista publicavam-se charges abordando fatos da política internacional [...] No pós-64 os militares não permitiram à imprensa qualquer manifestação que contrariasse o espírito do ‘Brasil Grande’. A charge saiu de cena mais uma vez, escapulindo para a imprensa alternativa”.



Charge da Era Vargas

Apenas acontecimentos internacionais eram figurativizados nas charges, já que para os nacionais havia todo um processo direto de autocensura. Aquelas versões de fatos que pudessem ser contrárias às versões oficiais caíam instantaneamente na mira dos departamentos de propaganda. As charges não sobrevivem em regimes totalitários porque expõem atitudes políticas, julgando-as, além de expôr a própria pessoa concreta da figura política, evidenciando qualidades e defeitos. Para Nery (1998, p. 40), os ditadores nem riem:

A exarcebação no traço e nas ações que compõem o perfil político e psicológico de suas 'vítimas' permite à charge expor as peças da personalidade, objetivos, desvios de informação que o enfocado queira manter em segredo. Nas ditaduras, comumente elimina-se a charge e o incômodo que ela pode causar aos ditadores [...] Em sociedades democráticas, a charge é um importante instrumento de expressão da heterogeneidade cultural e de pensamentos, pois ridiculariza o comportamento político dos 'donos do poder' e compõe novas cenas no espetáculo político (Nery, 1998, p. 187).

A hipérbole, exagero ou exacerbação, é um outro recurso estilístico (figura de retórica) investido corriqueiramente em caricaturas e charges, no qual os traços físicos ou ideológicos dos personagens reais são propositalmente exagerados e/ou agravados, a ponto de aparentarem anomalia ou dogmatismo (quando diz respeito a traços ideológicos distorcidos).

Na política dos anos do *impeachment*, poder-se-ia lembrar da forma como o nariz de Fernando Collor de Melo vinha representado, acentuado ao extremo, assim como o formato do corpo do parlamentar Roberto Jefferson e da cabeça/careca do protagonista do escândalo do Mensalão, o publicitário Marcos Valério.





Charge de Fraga, 18/3/07, *Zero Hora*

Bergson (1987 *apud* NERY, 1998, p. 8) já atestou que “a arte do caricaturista consiste em captar um pormenor, às vezes imperceptível, e torná-lo evidente a todos através da ampliação de suas dimensões”.

Outro fenômeno perceptível nas charges é a fusão, mutação ou metamorfose a que os personagens são submetidos, geralmente vêm transformados em animais, com poucos traços humanos que os identificam. O presidente Lula, por exemplo, freqüentemente surge traçado como um sapo barbudo, que originalmente foi sugerido por Leonel Brizola; enquanto o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso vinha como tucano, figura representativa do partido PSDB, ao qual era filiado.



Fernando Henrique ‘Tucano’ Cardoso

Propp (*apud* NERY, 1998, p. 24-25) já disse que “para as comparações humorísticas e satíricas são úteis os animais a que se atribuem certas qualidades negativas que lembram qualidades análogas do ser humano”.

Isso é bastante usual nas artes gráficas, associar alguns traços físicos e morais de um sujeito a características físicas de animais. Para Nery (1998, p. 9):

charges e caricaturas que utilizam apenas exacerbação de traços tendem a transmitir imagem positiva do enfocado. Aquelas que usam além da exacerbação, metamorfose e levam analogias, assimilação e outras referentes, tendem a transmitir imagens negativas.

Distorcendo ou exaltando, subvertendo ou elucidando, o fato é que o chargeamento de qualquer personagem auxilia na consolidação de sua imagem, até porque o papel da crítica é reescrever o mote ou discurso fundador. Todo o personagem real e público, seja proveniente da política, da cultura ou dos esportes, necessita dessa popularidade propiciada pela exposição da charge.

A canonização de uma imagem pública por meio das charges lhe dá ainda maior legitimidade e contribui para a manutenção mitológica de sua imagem, seja ela construída a partir de insultos ou elogios. As constatações de Nery (1998, p. 5) podem pontuar esse aspecto:

Não é incompreensível, portanto, a ânsia com que muitos políticos iniciantes da vida pública desejam ver-se caricaturados justamente para obterem mais rápida popularização. [...] Na verdade estabelece-se um jogo entre ser conhecido, ser caricaturado e tornar-se mais conhecido [...] Sendo conhecida, a pessoa torna-se alvo de charges e caricaturas, que farão com que seja mais conhecida. Imagens específicas, veiculadas através de charges e caricaturas, contribuem para a associação do enfocado a determinadas idéias e temas reforçando características, exagerando traços físicos ou ideológicos.

Isso não difere para as figuras do futebol, sejam dirigentes, técnicos ou jogadores. Nas charges esportivas, as equipes vêm representadas não por figuras humanas, mas sintetizadas a partir da figura de suas mascotes ou símbolos, que geralmente são imagens de animais ou figuras míticas. De forma mais rara há a personificação caricaturizada, por extensão, da figura humana como a de algum técnico ou jogador, respectivamente Silas e William, do Avaí.



02/11/09

A charge acima já pertence ao corpus específico desta dissertação, do Campeonato Brasileiro de 2009. Trata-se de um momento da competição em que o artilheiro do Avaí, William, marcou o gol de bicicleta que garantiu a vitória sobre o Atlético-PR. Sabe-se que o termo 'bicicleta', na linguagem do futebol, é dado a um tipo de chute realizado similarmente a uma pedalada, com o jogador praticamente de ponta cabeça. Portanto a expressão 'bicicleta' já é uma metáfora, justamente por ter sido cunhada a partir dessa analogia do gesto do chute ao movimento da pedalada.

Zé Dassilva aproveitou-se tanto do sentido conotativo quanto do denotativo, investindo na duplicidade do termo, já que para assistirem aos jogos no estádio da Ressacada, os torcedores enfrentam forte congestionamento de veículos.

Expõe-se, então, que a bicicleta tem sido excelente opção de locomoção dos torcedores para o estádio.



26/11/09

Nesta outra charge, também pertencente ao corpus da pesquisa, em momentos finais do Campeonato Brasileiro de 2009, o técnico Silas recém havia anunciado sua saída do clube, na chance de ter sido permutado para o Grêmio. Desta vez, o chargista apresenta o leão arrastando-se ao pé do ex-técnico, pedindo para não deixá-lo sozinho. A charge tece uma crítica aos momentos finais da competição, quando se começam a articular as decorrentes saídas e entradas de jogadores e técnicos, muitas vezes em momentos cruciais para as equipes, num exercício irreversível de permutação.

Assim, jornalisticamente, a charge é uma espécie de adereço, penduricalho para as páginas nobres de opinião, soa aos olhos como um tipo de editorial gráfico. É contra ou a favor do objeto criticado, numa unidimensionalidade que levou Paulo Francis, por exemplo, em 1964, a afirmar que se constituía numa forma menor da expressão do humor, embora coincidissem com o período em que surgia um grupo de profissionais de alto nível como Jaguar, Ziraldo e Henfil.



Jaguar, 1964



Henfil – a resistência pelo humor

Com o fim da ditadura, apareceu um outro tipo de charge: com traços semelhantes, com personagens atuantes, editada no lugar da charge, mas que não era charge, era uma simples ilustração. A charge-feijoadada surgiu na esteira dos imitadores de um chargista genial que era Chico Caruso. Dono de um traço invulgar e de uma graça e agressividade ímpares em seus trabalhos, principalmente na época do impeachment de Collor. Chico involuntariamente gerou uma plêiade de seguidores que estão a

quilômetros de seu talento, Imitando apenas seu desenho, eles se esmeram em caprichadas artes finais, desenhos sem palavras e um humor de salto alto que não ataca ninguém e tenta fazer o leitor crer que a vida política nacional se resume a um convescote entre FHCs, ACMs, Malufs e quejandos.(MARINGONI, 1996)

Mesmo que se pense em postular sobre o que deve e o que não deve um chargista fazer dentro de determinada redação de jornal, não há mais como estipular exigências mínimas, ainda mais modernamente, quando os chargistas nos impressos são colaboradores, *free-lancers*, terceirizados, consignados etc., isto é, também assumem outro tipo de relação com o editor, não mais de funcionário ou membro da redação. Então, não há mais como estabelecer regras e normas do ofício do chargeamento, como um dia bem postulou Maringoni (1996):

O chargista, como qualquer jornalista, deve antes de tudo saber para qual veículo está trabalhando e qual a orientação editorial do órgão, sem, no entanto, perder suas características artísticas e de opinião. Sempre é melhor quando o desenhista pode se pautar – isto é, escolher o assunto que deseja tratar - e tem um bom entrosamento com o editor sobre qual a maneira de abordar este ou aquele assunto. Interesses editoriais existem até em jornais de Centros Acadêmicos. Mas ousadia é fundamental. Quando se faz uma charge é importante estar informado sobre o assunto a ser tratado e ter opinião sobre ele. Charges sobre elementos do mundo político, que sabidamente estão rapinando o país, devem ser feitas pisando-se em ovos. De preferência nos deles. Bom senso também não faz mal a ninguém. Coisa que alguns chamam de autocensura. De nada adianta, como uma vez lembrou o cartunista Laerte, alguém passar na rua e jogar um tijolo na testa do guarda. A autocensura age nestas horas e faz você ver que, em seguida, trinta guardas virão atrás de você não exatamente para lhe fazer cafuné. Na charge acontece de forma semelhante. De nada adianta ser falsamente radical, se a sua porrada não criar cumplicidade com o leitor. (MARINGONI, 1996)

Do pouco que se tem postulado teoricamente sobre charge e encontrado bibliograficamente, as afirmações de Maringoni, além de discutíveis para ambos os contextos – os anos 70/80 e os anos 2000, já nos servem de paradigma para pensarmos a condição dos chargistas cujas obras foram escolhidas para esse trabalho.

Dos três, pode-se dizer que Adorno (HSC) e Mendes, *Notícias do Dia* (ND), podem ser ainda vistos como membros da redação do jornal, pois até mesmo outras ilustrações dos jornais, fora do espaço das charges também são feitas por eles.

Mendes é o ilustrador por excelência do jornal *Notícias do Dia*. Adorno faz parte também da redação de *Hora de Santa Catarina* (HSC), mas desenvolve outros trabalhos e divide mais seu tempo com corredores de universidade etc. Zé Dassilva (DC) já nem vive em Florianópolis, só colabora para o jornal, porque navega noutras linguagens como as de roteiro de projetos audiovisuais, além de ser um nome de referência no mercado gráfico e dramático.

Além dessas questões, sobre estarem contidos ou não no corpo editorial fixo dos jornais, há outro aspecto abordado por Maringoni, que convém também refletir, que é o fato de pautarem-se e de haver ou não entrosamento com o editor, além do fato de serem adeptos do bom senso e subjugados por uma auto-censura.

Primeiramente sobre Mendes, seria possível dizer que, deles todos, é o que mais se posiciona nas charges, mesmo que as intenções editoriais sejam outras, ainda mais quando o assunto é futebol. Ele parece imprimir mais explicitamente, por exemplo, que é um torcedor do Figueirense. Essa e outras questões serão percebidas na análise do traço, como veremos mais adiante.

Já Adorno, apesar de não ser um funcionário que trabalha fixamente na redação de *Hora de Santa Catarina*, faz o papel do porta-voz gráfico da ideologia do jornal, pois não estampa em suas charges de futebol uma predileção pelo seu time, não deixa isso evidente, parece estar ali mais na função de editorialista gráfico. E a opinião do jornal *Hora*

de Santa Catarina não vem inclinada sobre nenhum dos dois times, o jornal parece querer legitimar apenas a sua condição de assessoria de comunicação local para com os clubes da região, tenham eles alcançado vitórias e conquistado troféus, tenham derrocado de série ou tomado goleadas vergonhosas.

Zé Dassilva, justamente por ser o mais independente, na condição de colaborador, é o que realmente deve seguir uma pauta da redação do *Diário Catarinense*, pois além de não especificar predileções por times, está também designado a chargear o que é conveniente editorialmente para o jornal, que é o de também prestar uma assessoria aos clubes da região, sempre tentando mais exaltar e valorizar do que exacerbar e destruir, gerando então as imagens mais negativas.

O chargista funcionaria como um pretense porta-voz de interesses de grupos, mesmo que expressando com seu trabalho uma opinião pessoal, podendo assim ajudar a construir uma opinião a respeito de determinados políticos, partidos ou situações. (ARAGÃO, 2007)

Mas haverá melhores condições de pontuar sobre esses aspectos, assim que se chegar à análise das charges específicas do trabalho. O que se quis até o momento foi apenas dialogar um pouco com essa tentativa de criação de mandamentos sobre o ofício de chargista, propostos por Maringoni.

Ainda se tem que pensar na capacidade e nas facilidades de cada chargista em captar mais o espírito de uma época ou apenas de se limitar ao fato do dia. Então, ainda dialogando com as assertivas de Maringoni, no período pós-ditadura, da chamada charge feijoadada, não se tinha mais apenas o chargista político, mas sim o crítico de costumes, condição temática que lhe deu mais longevidade nas páginas editoriais, porque os assuntos acabavam sendo menos perecíveis, mais atemporais. Exemplos desses chargistas foram o Amigo da Onça, de Péricles; o Fradim, do Henfil; e a Rê Bordosa, do Angeli.



O fato é que as charges hoje se difundem em boa parte dos jornais do país, até mesmo nos mais particulares, regionais e comunitários, muitas vezes premiando as capas, mostrando que o desenho tem um peso editorial relevante no fluxo jornalístico.



O Amigo da Onça, Péricles



Fradim, de Henfil



"Rê Bordosa"

Rê Bordosa, de Angeli

E essa importância do desenho na formação da opinião pública e no registro da história das mentalidades não seria mérito apenas dessa era pós-galáxia de Gutenberg, privilegiada por um tecnológico arsenal instrumental e por uma efervescência intertextual decorrente dessa carnavalização discursiva contemporânea. Desde os tempos do antigo império romano já se percebia os riscos e rabiscos como forma de comunicação pública. E pra isso, Maringoni resenha algumas das curiosidades da história, evidenciadas por Lima (1963):

Herman Lima, no seu clássico História da Caricatura no Brasil, relata a descoberta numa das ruas do monte Palatino, em Roma, de um muro com uma série de "riscos e garatujas", como se fossem modernas pichações e grafites. Um desses rabiscos, feito provavelmente por um adversário do cristianismo, representa um cristão chamado Alexamenos. No desenho, Cristo é representado na cruz com a cabeça de um asno, ladeado pela figura de outro homem em atitude reverencial. Acima da ilustração, lê-se a inscrição "Alexamenos adora seu Deus". Os monumentos e palácios da Roma Imperial foram construídos para representar o poderio dos Césares e chegaram até nós como um testemunho perene do prodígio humano. O rabisco numa parede

contra o tal Alexamenos, sobre quem a história não deixou outro registro, representa a perenização da molecagem, realizada num momento extremamente particular contra um personagem também muito definido. Provavelmente, a relação que a charge guarde com o jornal seja essa: a de um rabisco no pé de um monumento, que com alguma sorte será engraçado pelo menos até a semana que vem. (MARINGONI, 1996)

**"Alexamenos  
worships his god."  
- graffito,  
end of 2nd C.**



Então, vê-se que, desde o império romano até os anos de 1839, no Brasil, quando Araújo Porto-Alegre (1806/1879) fez no Rio de Janeiro aquela que seria considerada a primeira charge brasileira, que as relações entre humor e política são perceptíveis e legíveis não apenas no jornalismo impresso, como no imaginário popular.

Essa abordagem gráfica implicaria, portanto, não só numa interpretação jornalística, mas também numa impressão estética de todos os acontecimentos, sobre os quais o chargista aplicaria sua singular expressividade, deixando implícita ou explícita (mas deixando) sua opinião registrada.

### 1.3. VARIAÇÕES SOBRE UM MESMO TEMA

Outros estudos sobre charges que se encontram no campo das produções acadêmicas direcionam-se à discussão sobre a charge enquanto gênero textual, uma das abordagens do momento, nas mais recentes pesquisas lingüísticas e literárias no Brasil.

Apesar de não ser exatamente a preocupação desse estudo, convém, mesmo assim, resenhar brevemente o que se entende por gêneros textuais, quem são as fontes primárias e secundárias de pesquisa e a quantas anda as discussões sobre o tema.

Os teóricos de base sobre gêneros textuais são os russos Mikhail Bakhtin e Tzvedan Todorov, este postula sobre gêneros discursivos. Os autores no Brasil que são tidos como as mais importantes referências sobre o assunto são os estudiosos em lingüística e literatura: Luiz Antonio Marcuschi, Luiz Carlos Travaglia, Ingedore Koch, José Luiz Fiorin e Diana Luz dos Passos. São estes dois últimos seguidores das chamadas vertentes da semiótica narrativa e da semiótica do texto, postuladas por A. J. Greimas, Jacques Fontanille e Umberto Eco.

Tentando, sinteticamente, conceituar gêneros textuais, retomam-se as palavras de Marcuschi (2003, p. 2003) que dizia que:

são fenômenos históricos, profundamente vinculados à vida cultural e social. Fruto de trabalho coletivo, os gêneros contribuem para ordenar e estabilizar as atividades comunicativas do dia-a-dia. São entidades sócio-discursivas e formas de ação social incontornável em qualquer situação comunicativa. No entanto, mesmo apresentando alto poder preditivo e interpretativo das ações humanas em qualquer contexto discursivo, os gêneros não são instrumentos estanques enrijecedores da ação criativa. Caracterizam-se como eventos textuais altamente maleáveis, dinâmicos e plásticos. Surgem emparelhados a necessidade e atividades sócio-culturais, bem como na relação com inovações tecnológicas, o que é facilmente perceptível ao se considerar à quantidade de textuais hoje existentes

em relação a sociedades anteriores à comunicação escrita. Usamos a expressão gênero textual para nos referirmos a textos materializados que encontramos em nossa vida diária. Marcuschi (2003, p. 2003)

Vimos que esta abordagem é sócio-histórica, muito abrangente, que envolve qualquer prática social, pois tudo passa a ter um caráter discursivo e intencional, e vem configurado, materializado, seja em forma de narrativa verbal, audiovisual, pictórica ou gráfica. A base desses pressupostos está calcada nas considerações de Bakhtin para quem os gêneros textuais são tipos “relativamente estáveis” de enunciados elaborados pelas mais diversas esferas da atividade humana, fenômenos sócio-históricos e culturalmente sensíveis. (Cristóvão, 2005).

Isso permite a concordância com as idéias de Bakhtin sobre o fato de não haver como listar hermeticamente todos os gêneros existentes, já que são muitos e surgem novos a cada momento, ainda mais diante de todas essas novas e múltiplas linguagens e códigos, decorrentes do avanço da arte, da técnica e das formas de representação.

O termo *gênero* também é bastante polissêmico, pois enquanto categoria taxonômica distribui-se em abordagens que vão desde os estudos lingüísticos e gramaticais até os estudos de base sócio-antropológica. Textualmente o gênero seria um conjunto de convenções relativamente estáveis, socialmente aceitas como uma conversa informal, o ato da compra de produtos numa loja, uma entrevista para admissão de um emprego, um programa de televisão, um texto literário ou um artigo científico.

O gênero textual não designa apenas um tipo particular de texto, materializado tecnicamente de uma forma, mas também as suas condições particulares de produção, distribuição e também de consumo. Assim, considerando a charge não só como gênero jornalístico, mas antes disso um gênero textual, parece viável constatar e discutir, como já fizeram diversos pesquisadores, que o texto da charge ocorre num determinado contexto (veículo impresso, para uma determinada comunidade jornalística), envolvendo distintos agentes (relações texto-leitor), que produzem e consomem, lêem e interpretam.

É Trevisan (1992) quem também ressaltou que a charge tem grande valor como texto, pois se define pelo uso híbrido da linguagem (verbal e não-verbal).

As formas de percepção da charge se materializam por meio da escrita e do desenho, sendo a síntese olho-ouvido resultante o vestígio que testemunha e registra a concorrência de signos sociolingüísticos, culturais, ideológicos, psicológicos presentes a um só tempo nesse tipo de produto cultural. O componente lingüístico é co-responsável, juntamente com os componentes gráfico e imagético, pelo grau de informatividade e poder argumentativo, persuasivo da mensagem. (TREVISAN,1992)

Vê-se que a autora fala em componentes lingüísticos, gráficos e imagéticos. Em cima disso, poder-se-ia pensar que todos esses componentes consistem num só, que é o componente textual e que, após a leitura da charge, o leitor tem condições de depreender um outro componente, que é o seu componente retórico, isto é, o seu intento, sua ideologia subjacente.

O todo da charge consiste numa mistura de diversos elementos que contribuem para formar um todo ainda maior de sentidos, intenções e crenças, permitindo ao leitor captar a trama do encontro entre o pensamento popular e os vários dizeres, falares e pensares que existem na sociedade. Trevisan ainda complementa classificando a charge como um tipo de texto *sui-generis*, que mostra e conta, simultaneamente, os conflitos sociais.

A charge contém um posicionamento crítico e de confronto de opiniões a respeito da organização social, dos arranjos políticos e da disputa de poder. Sua temática, em geral, retrata o cotidiano: questões sociais que afligem, irritam, desgostam, divertem, e às vezes até confundem. Essas questões salientam os universos de referência do público, expondo um juízo, registrando perplexidades, apontando falhas da sociedade, satirizando algum personagem conhecido, provocando questionamentos. A intervenção da charge no mundo cultural inicia-se pelo reconhecimento de significados já existentes e

pelo estabelecimento de relações que atribuem um sentido determinado à mensagem. (TREVISAN,1992)

Esse reconhecimento de significados já existentes ao qual a autora se refere equivale ao que semanticistas do discurso como Oswald Ducrot chamariam de pressuposto do enunciado, pois a charge só se realiza dentro de um repertório simbólico já conhecido da comunidade leitora.

A charge, como texto de massa, para consumo imediato, também se institui dentro de uma rede de saberes já compartilhada entre autores e leitores. A interação da charge com o leitor ocorre por meio de um processo que é imposto à recepção, a partir de determinadas informações já conhecidas de ambos os lados.

Para ilustrar esse fenômeno, nada mais conveniente do que pensar em charges esportivas que, ao referirem-se aos times mais diversos, recupera um arsenal de elementos que já fazem parte do cotidiano e do repertório cultural de seus leitores-torcedores, que são as imagens das mascotes e símbolos dos clubes, caricaturizados (parafrazeados ou parodiados).

Então, já se sabe que o Leão representado numa charge específica se refere ao Avaí; o Saci, ao Internacional; o Porco, ao Palmeiras; e assim por diante. Por isso, a carga ideológica da charge é fortíssima, pois o seu mostrar e o seu dizer já têm lugar social definido, que pressupõe um conhecimento prévio considerável, exigindo do leitor um repertório básico, para ativar seu conhecimento armazenado, chegando, por fim, à chamada compreensão.

A prova cabal de que o conhecimento de mundo está diretamente ligado à compreensão das charges esportivas, é o fato de muitos leitores leigos, como uma dona de casa que não acompanha futebol, por exemplo, não conseguirem ler e apreender o sentido, porque desconhecem o repertório mínimo sobre a biunivocidade entre o clube/time e sua representação simbólica através de uma mascote específica.

Outros estudos sobre charges concebem-na numa perspectiva discursiva, propondo discussões a partir de conceitos da lingüística textual e da lingüística da enunciação como o de textualidade e intertextualidade.

Consideram a charge uma forma de comunicação condensada de informações, cujo entendimento depende do mesmo conjunto de dados (partilhados por leitor e autor, como dito anteriormente) e fatos contemporâneos ao momento específico em que se estabelece a relação discursiva entre o produtor e o receptor.

Beaugrand & Dressler (apud Koch, 1999, p.88) afirmam que são sete os fatores responsáveis pela textualidade: “coerência, coesão, intencionalidade, aceitabilidade, informatividade, situacionalidade e intertextualidade”. Os dois primeiros fatores (coerência e coesão) estão centrados na micro e macro-estrutura do texto. Os demais fatores estão concentrados no leitor.

Embora todos esses fatores possam ser identificados e discutidos em textos não verbais, como a charge, o que mais se evidencia, em termos de reflexões teóricas de cunho acadêmico é a intertextualidade, já que se refere aos aspectos que tornam a utilização de um texto (produção e recepção) dependente de outro(s) texto(s) previamente existente(s).

Sendo a intertextualidade um dos critérios de textualidade, então ela “compreende as diversas maneiras pelas quais a produção e recepção de dado texto depende do conhecimento de outros textos por parte dos interlocutores, isto é, diz respeito aos fatores que tornam a utilização de um texto dependente de um ou mais textos previamente existentes, pois existe um diálogo entre textos” (KOCH, 1999, p.88). Então a charge, que é de natureza gráfica, também apresenta alguns destes critérios firmados para textos verbais, dentre eles, a interdiscursividade, por estabelecer relações entre o texto-base e outros textos produzidos.

Assim, expande-se a concepção de intertextualidade, já que o fenômeno pressupõe um universo cultural amplo e complexo, implicando na identificação ou reconhecimento de remissões a obras ou a textos / trechos relativamente conhecidos. Então o fenômeno ocorrerá de forma implícita, sempre quando não vier citada diretamente da fonte, fazendo o leitor recuperá-la num exercício de paráfrase.



Pode também ocorrer explicitamente, quando houvera referência da fonte do intertexto.

Isso gera a constatação, portanto, de que todo texto é um intertexto, pois outros textos sempre estarão presentes nele, em diversos níveis. E o discurso da charge fica assim estabelecido como uma trama que se dirige a determinados sujeitos socialmente situados, já inscritos em uma dada ideologia, pois só na medida em que o são é que se tornam receptores capazes de decodificar as referências ativadas e cooperar na sua construção de sentido.

Mesmo que as charges esportivas de futebol sejam destinadas a um tipo de leitor, que já é torcedor e já tem internalizado um repertório mínimo, capaz de leva-lo à interpretação pretendida pelo emissor, a sua leitura será sempre diferente para cada um, já que cada sujeito cria um contexto, constituindo-o e interpretando-o, à medida que o conhecimento vai se articulando ao que está arquivado no plano da memória.

Na diversidade de abordagens desses estudos sobre charges, destacam-se: o trabalho de Gutierre (s/d), que busca identificar as trajetórias de sentido das charges de humor negro, tratando de operações de moralização e de sensibilização na produção do humor, como movimentos da linguagem que interferem na configuração do estilo do gênero, baseando-se nas reflexões de M. Bakhtin, Greimas e Fontanille; e o trabalho de Marques (2008) também por meio dos pressupostos da semiótica francesa, de Greimas, que desvela estratégias geradoras do sentido em textos humorísticos de um jornal *on-line*.

A maior parte desses artigos, além de aplicar alguns dos conceitos greimasianos na análise das charges – como o de nível discursivo, nível fundamental e nível narrativo, terminam sempre defendendo o uso desses textos como eficazes instrumentos no processo ensino/aprendizagem.

Há uma quantidade significativa, também, de artigos que tratam do uso das charges na sala de aula, principalmente no ensino de língua portuguesa, relacionando-as com questões referentes à formação de jovens leitores, como nos trabalhos de Lessa, Berto e Moreira & Silva; e no ensino de história, no que se refere à

interpretação de charges políticas, como nos trabalhos de Liebel. Existe outra produção que também analisa charges com fundamentos da semiótica do texto de A. J. Greimas, que é a de Baeder (2007). Este realiza um estudo sobre o desenho-charge de Angeli com base nos pressupostos do semi-simbolismo, verificando de que maneira as categorias do plano da expressão visual estabelecem conexão com as do plano do conteúdo na sintagmatização da totalidade de significação do objeto escolhido.

O artigo de Klein e Miani (2008) analisa as implicações semióticas da publicação das charges de Maomé num jornal dinamarquês em setembro de 2005. O trabalho descreve os impactos da publicação, que polemizou até 2006, considerando as dimensões políticas e religiosas da imagem, destacando também aspectos próprios da linguagem da charge. Os autores tomam por base os estudos feitos pela Escola de Tártu-Moscou, entre outras abordagens. O texto ainda se volta às relações das charges com as posturas iconoclastas próprias da ala protestante do mundo ocidental, compreendendo, por fim, a charge como um elemento simbólico demarcador das tensões culturais entre Ocidente Cristão e Oriente Islâmico.

Grudzinski (s/d) faz uma leitura das charges a partir dos critérios de noticiabilidade postulados pela teoria do jornalismo, verificando a sua utilização inconsciente na rotina de produção. Critérios como a proximidade dos fatos, o interesse público, a intensidade e outros estariam presentes na composição de seus traços.

Cavalcanti (2008) também elucida o gênero charge como objeto de estudo em escolas e universidades, mostrando como se organizam os modos de linguagem nos textos (usa o termo adjetivo chárstico), numa análise sócio-interacionista, que vislumbra o processo comunicativo da charge. Apresenta, também, uma proposta de análise multimodal do gênero, discutindo a ocorrência da argumentação chárstica em 450 charges publicadas nos três principais jornais de Pernambuco durante o ano da Copa de 2006 – *Jornal do Commercio*, *Diário de Pernambuco* e *Folha de Pernambuco*.

As charges do *Diário de Pernambuco* (DP) também são corpus de pesquisa do artigo de Cruz (2007), que se volta às charges sobre temas econômicos. Respaldando-se na Análise do Discurso de vertente francesa, pressupõe que há uma certa resistência ao discurso hegemônico neoliberal estampada nas charges do DP.

O mesmo autor, em outra publicação do mesmo ano, focaliza a construção da negatividade na charge também do *Diário de Pernambuco* em sua versão *on-line*. Partindo do pressuposto de que a charge mostra uma concepção negativa da realidade, também identifica de que maneira essa visão de mundo emerge nos textos. Cruz (2007) procura, portanto, entender como o chargista constrói esse discurso, apontando peculiaridades verbais e não-verbais. Além da AD francesa, relaciona tópicos da teoria do *newsmaking* com elementos da semiótica de Greimas.



Charge de Samuca, Diário de Pernambuco

O único trabalho aqui rastreado que tangencia o texto jornalístico esportivo é o de Camargo (2000) que tenta compreender as tendências utilizadas na chamada das matérias esportivas dos jornais *Correio Popular* e *Folha de São Paulo*, em relação à cobertura da Copa do Mundo de 98, na França. Apenas refere-se a charges, quando procura identificar os gêneros jornalísticos priorizados.

Até aqui, pode-se afirmar que este olhar semiótico que se almeja vislumbrar as charges esportivas é, até então, inédito, não só no campo das Ciências do Esporte, como da Lingüística e da Comunicação, pois em todo o aporte crítico e bibliográfico que fora rastreado para esta pesquisa, em nenhum deles foi encontrado, por exemplo, análise de charges específicas sobre futebol.

O que foi possível notar foi uma preponderância de estudos das charges sobre política e economia ou reflexões sobre o uso das charges como recurso didático na sala de aula. No próximo capítulo será delineado o respaldo teórico da semiótica que embalará a leitura das charges sobre o Avaí F.C no Campeonato Brasileiro.

## **CAPITULO 2: REPERTÓRIO SIMBÓLICO DO FUTEBOL – DA METÁFORA AO MITO**

Este capítulo se propõe a aproximar um dos aspectos simbólicos mais significativos do futebol, que são suas mascotes – origem, difusão e variação – a alguns elementos da retórica e da semiótica. Para isso, será preciso caracterizar algumas figuras de retórica essenciais para uma observação mais apurada das mascotes dos clubes de futebol, assim como entender o processo de transformação das mascotes em personagens chargeados nas narrativas jornalísticas, identificando-o como processo sógnico peculiar no universo fabulário do futebol.

Assim, já se subsidia o conteúdo metodológico dessa dissertação, abrindo espaço para digressões conceituais, epistemológicas e ilustrativas sobre Retórica, Semiótica e suas relações com o discurso, num caráter não somente de resenha bibliográfica, mas de pré-análise.

Retórica pode ser entendida como uma disciplina específica da filosofia que estuda o discurso. No coloquial, retórica se confunde com o próprio discurso. Nos dicionários tradicionais, se registra que a retórica é a arte da palavra artificial. Sabe-se que a retórica está ligada à tradição greco-romana – Aristóteles e também Quintiliano, integrou-se à gramática e à dialética, passando a se apresentar como um tipo de teoria do discurso.

O interesse aqui pela Retórica se dá devido à necessidade de caracterização de algumas das principais figuras de linguagem para identificação nas mascotes e charges de futebol, assim como aparecimento da discussão da problemática do discurso, impulsionada pela semiótica. Greimas & Courtés (2008) estabelecem que:

A tomada de discussão em consideração do discurso como um todo, o reconhecimento das 'partes do discurso' e de sua organização sintagmática ('dispositio') correspondem a nossas preocupações com a segmentação e com a definição de unidades discursivas (mais amplas do que a frase). Todavia, definida desde a origem uma 'arte de bem falar', como uma 'arte de persuadir', não concerne à

retórica senão uma classe de discursos, a dos discursos persuasivos. Por outro lado, dado que ela se deu por tarefa elaborar 'regras de arte', comporta um caráter normativo pronunciado.

Os elementos básicos dos estudos retóricos, de base aristotélica, são utilizados até hoje, nas pesquisas do discurso midiático, principalmente no que se refere ao texto publicitário, já que, por excelência, é a redação publicitária que investe legitimamente nas técnicas de persuasão e nas figuras de linguagem.

Hoje, já se ouve falar em Nova Retórica, que nada mais é do que uma revisão de conceitos de Aristóteles, feita por Chaim Perelman, em seu *Tratado sobre a Argumentação* (1966). Mas é na *Estrutura Ausente* (1971) que Umberto Eco retoma essas questões entre antiga e nova retórica, distinguindo pelo menos três sentidos distintos:

1)A Retórica como estudo das condições gerais do discurso suasório (argumento que diz respeito à semiologia porque, como veremos, mais uma vez está em jogo a dialética entre códigos e mensagens); 2)A Retórica como técnica gerativa, isto é, como posse de mecanismos argumentativos que permitem gerar argumentações suasórias baseadas numa dialética moderada entre informação e redundância (terreno que abrange várias disciplinas voltadas para o estudo dos mesmos mecanismos do pensamento e da emoção); 3)A Retórica como depósito de técnicas argumentativas já provadas e assimiladas pelo corpo social. Nesta última acepção, a retórica é um depósito de soluções codificadas, atendo-se às quais a persuasão reconfirma, com uma redundância final, os códigos de onde se origina. (ECO, 1971)

É claro que Eco se identifica com essa terceira acepção e define como retórico um raciocínio que empregue frases feitas e opiniões estabelecidas, apelos à emoção já desgastados e consumidos, mas ainda eficazes para leitores/ouvintes mais despreparados.

Então, se entende agora por que permanecem os estudos retóricos, ainda de base aristotélica, em disciplinas como Redação Publicitária, Redação Jornalística, assim em Técnicas de Redação para Rádio e Televisão, nos cursos de graduação em Comunicação Social, pois estes ainda mantêm, de certa forma, uma abordagem por receituário e prescrição de como narrar, redigir e falar em meios de comunicação de massa.

E a razão por se levar em conta, portanto, elementos de Retórica, neste trabalho, é a de que as charges são essencialmente mensagens estéticas, presentes no âmbito opinativo do discurso jornalístico que, hoje, mais do que nunca, prioriza as técnicas de redação publicitária, por necessidade de persuadir, muito mais do que de convencer, seus leitores/consumidores.

Agregando esse conhecimento, tomam-se emprestados alguns conceitos da Retórica para constatar que o simbólico mundo do futebol, narrativizado e midiático, é bastante curioso, inferencialmente atrativo, quando se trata das mascotes dos clubes. Todo time escolhe, geralmente, animais para servir de lema, de representação.

O Leão, por exemplo, tem sua escolha fundamentada nas características do animal, a sua coragem, ousadia, liderança e sagacidade na caça.



Embora se saiba que o fato de utilizar características de animais para atribuir a entidades humanas seja próprio da formação da figura de retórica por excelência, que é a metáfora e, por decorrência, da prosopopéia (ou personificação).

## 2.1. FORMAÇÃO DE MASCOTES – DE METÁFORA A METONÍMIA

Sabe-se que o processo metafórico se institui, quando o sujeito, pra designar um objeto, não o designa objetivamente, chamando-o pelo nome próprio ou comum, mas recorre a um outro campo semântico (campo de significação) para eleger um outro elemento que, em princípio, estaria totalmente fora do conjunto das qualidades essenciais que poderiam ser atribuídas àquele objeto.

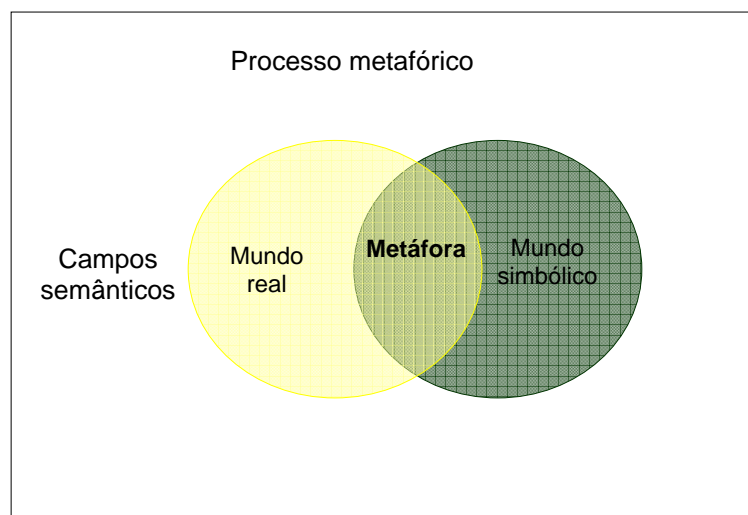
Por exemplo, quando se chama, pejorativamente, um sujeito de porco, de cobra ou de cachorro, se quer caracterizá-lo a partir de atributos que esses animais possuem. Portanto, se constrói a metáfora, que consiste numa comparação entre dois elementos, a partir de duas características que possam ter em comum, conotativamente.

Câmara Jr. (1986) pode ajudar nessa definição de Metáfora:

É a figura de linguagem que consiste na transferência de um termo para um âmbito de significação que não é o seu; não se fundamenta numa relação objetiva entre a significação própria e a figurada, mas sim, numa relação toda subjetiva, criada no trabalho mental de apreensão.

Como foi dito antes, esse âmbito de significação, que não é o seu, é o que se entende por campo semântico. A metáfora é o resultado da intersecção de dois conjuntos, esses dois conjuntos são dois campos semânticos distintos, o conjunto do mundo real e o conjunto do mundo simbólico, pois é o homem, com seu poder criativo, quem estabelece e força algo em comum entre esses dois elementos que não têm relação aparente e objetiva alguma.





O diagrama ilustra, portanto, o processo semântico por excelência, que é o metafórico. É na zona de intersecção dos conjuntos que há a ocorrência da metáfora. Foi Othon Garcia (...) em *Comunicação em Prosa Moderna*, que apresentou o processo dessa forma, denominando-o de Teoria dos Círculos Secantes. Para reforçar ainda mais essa concepção, convém sair do âmbito da lingüística e da gramática, e passar ao campo da semiótica e suas complexidades, mostrando como Greimas (2008) concebe a metáfora:

Do âmbito da retórica, a metáfora designava uma das figuras (chamadas tropos) que 'modificam o sentido das palavras'. (...) Considerada do ponto de vista das 'estruturas de recepção', a metáfora aparece como um corpo estranho (como uma anomalia na perspectiva gerativa), cuja legibilidade permanece sempre equívoca ainda quando é garantida pelo percurso discursivo no qual se insere. (...) desligada de seu contexto, ela deve ser considerada uma figura nuclear que talvez carregue consigo, quando de sua transferência, alguns semas pertencentes ao contexto de origem.

A relação entre esta concepção e a anterior é de complementaridade, pois do âmbito da lingüística e da gramática se concebe a metáfora como figura de retórica, resultado dessa comparação forçada que o próprio sujeito cria na linguagem entre dois elementos distantes.

Já do ponto de vista da semiótica de Greimas, a metaforização é um processo de produção discursiva, pois pressupõe a existência de um paradigma de substituição de um objeto (ou indivíduo) semiótico por outro. A interpretação desse processo de metaforização como uma substituição pragmática (vertical) das figuras permite explicar ao mesmo tempo as outras 'anomalias' do funcionamento semântico do enunciado.

Associando com a relação entre mascotes e clubes, vê-se que geralmente a motivação para a sua instauração é de ordem comparativa, isto é, escolhe-se um animal ou figura mítica, por causa de determinadas particularidades que ele apresente, para relacionar-se às características que o clube tem.

Portanto, a coragem, a força e a determinação do Leão seriam características que os fundadores e criadores das mascotes quiseram atribuir como fundamentais da equipe ou do clube, tudo arbitrariamente. E o Leão não é exclusivo do Avaí, é também do Sport, do Vitória, do Bragantino e de tantos outros, chegando a 14 leões, só em times brasileiros de série A a Z, como será visto logo adiante.



Mas não são todas as mascotes que surgem a partir desse raciocínio analógico elementar, próprio da natureza da metáfora. Há mascotes como o Porco, do Palmeiras, o Urubu, do Flamengo, e principalmente o Saci, do Internacional, que não foram eleitas pelos fundadores e criadores a partir dessa mesma lógica. Geralmente, provêm de outro tipo de relação de sentido entre dois elementos, o da contigüidade, da aproximação, da relação indireta.

Por isso, é fundamental, nesse momento, também estabelecer distinções entre a metáfora e a metonímia, outra importante figura de retórica, cujo processo de criação obedece à lógica da pertinência entre elementos de um mesmo conjunto. Conforme Câmara Jr (1986):

Figura de linguagem que consiste na ampliação do âmbito da significação de uma palavra ou expressão, partindo de uma relação objetiva entre a significação própria e a figurada. A metonímia coloca uma palavra num campo semântico que não é o seu, na base de agrupamentos onomasiológicos das coisas extralingüísticas que não coincidem com os agrupamentos semânticos das formas lingüísticas.

Essas relações objetivas, diferentes das relações subjetivas, próprias do processo metafórico, podem ser de diversas ordens: da parte pelo todo ou todo pela parte – por isso a associação com a pertinência ou continência de elementos dentro de conjuntos (oriundos da matemática), do produto pela matéria, entre autor e obra, continente por conteúdo etc.

Convém explicitar também que a Onomasiologia é um tipo de método associativo de pesquisa que consiste em reunir expressões de que dispõe uma língua para traduzir determinada noção.

Para complementar essa concepção de metonímia, convém novamente, sair do âmbito lingüístico e gramatical e entrar no mérito da Semiótica de Greimas:

Tradicionalmente, a figura de retórica chamada metonímia designa o fenômeno lingüístico segundo o qual uma dada unidade frasal é substituída por outra

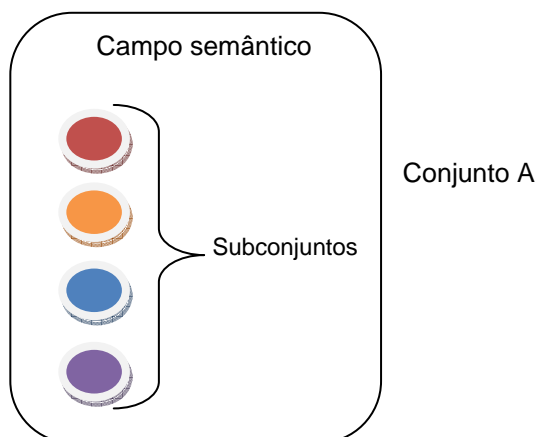
unidade que a ela está 'ligada'. É o resultado de um procedimento de substituição pelo qual substitui um dado sema (signo) por um outro sema (outro signo), pertencentes ambos ao mesmo campo semântico. Considera-se a metonímia uma metáfora 'desviante'. Levi-Strauss não pôde deixar de assinalar que, no pensamento mítico, 'toda metáfora acaba em metonímia' e que toda metonímia é de natureza metafórica.

Se foi possível visualizar o processo metafórico a partir do diagrama matemático da intersecção de conjuntos, então o processo metonímico pode ser representado graficamente como aquela outra noção da matemática do conjunto e de seus subconjuntos.

Quando se metonimiza um termo, parte-se dessa relação cognitiva que não é mais a da comparação, mas a da substituição indireta, da vizinhança, da aproximação. Por exemplo, quando no âmbito popular um sujeito diz ao outro que 'só tinha cueca naquela festa', ele está querendo se referir a indivíduos do sexo masculino, a partir de um elemento que é comum no campo semântico da masculinidade, neste caso, da indumentária masculina. Assim como ele elegeu a cueca, poderia ter elegido uma gravata, mas os tempos e o contexto são outros. Portanto, cueca e gravata são ambos elementos que estariam contidos no mesmo conjunto (campo semântico) do vestuário masculino.

Por isso, então, o processo metonímico acontece a partir desse tipo de associação, por pertinência ou continência de elementos dentro de um mesmo conjunto, ou de pequenos subconjuntos todos contidos no mesmo único conjunto, isto é, as partes de um todo maior.

### Processo metonímico



Tendo como motivação a iniciativa de Othon Garcia, em representar a construção da metáfora a partir da Teoria dos Círculos Secantes, com o diagrama da intersecção dos conjuntos, da lógica-matemática; então se ousa representar a construção da metonímia, na mesma perspectiva, com o diagrama de um conjunto só com seus distintos elementos, ou de um conjunto A com seus subconjuntos B, C, D e assim por diante.

Então, certamente, a associação cognitiva estabelecida entre Porco e Palmeiras é muito mais metonímica do que metafórica.



Até porque, originalmente a mascote do Palmeiras é o Periquito, que desde a década de 40 foi escolhido por causa de sua coloração verde. Essa também é uma relação metonímica, o aproveitamento da cor do time, por extensão, por deslizamento.

Além disso, a região em que o clube do Palmeiras se localiza em São Paulo é, também, uma área de grande presença da ave. Foi só a partir de 1986 que a torcida adotou o porco, quando, na final do Campeonato Paulista de 1969, a torcida do Corinthians, para provocar a do Palmeiras, soltou um porco no Morumbi. Enquanto o porco corria pelo estádio, a torcida dos gambás gritava: 'Dá-lhe Porco!!'



Além disso, o Urubu, do Flamengo, também se instituiu por acaso, inusitadamente quando num jogo contra o Botafogo, em 01/06/69, a torcida rubro-negra levou ao Maracanã um urubu como resposta às ofensas racistas das outras torcidas. Depois que o Flamengo venceu o rival, o Urubu virou definitivamente a mascote do clube.



Eis então um fato peculiar nessa criação e constituição midiática das mascotes de futebol. Primeiro, nem sempre a mascote original do clube é a mesma que vem traçada nas charges ou em qualquer material de circulação midiática. Segundo, muitas vezes é o poder criativo do chargista que emplaca no mercado midiático uma nova mascote de clube, bem diferente da mascote original.

Conforme constatações posteriores ao longo desse trabalho, fica determinado que só mesmo as charges podem dar maior visibilidade e longevidade às mascotes dos clubes, caso contrário apenas as torcidas poderiam arranjar formas de perpetuar as representações sígnicas dos clubes, que são suas mascotes.

Pra encerrar essas considerações preliminares sobre algumas figuras de retórica imprescindíveis para a análise das charges convém ainda caracterizar a prosopopéia ou personificação, que consiste numa extensão do processo metafórico, peculiarmente direcionado a atribuir características animadas ou humanas a algo que não seja animado ou humano.

As fábulas sempre trouxeram em seus personagens personificações de animais para justamente questionar valores humanos, num cunho moralizante. Era o caso de a cigarra e a formiga, o leão e o ratinho, a tartaruga e a lebre, assim como tantas outras, sejam elas de Esopo ou La Fontaine.

Nas histórias em quadrinhos, principalmente da galeria de Walt Disney, as personagens são patos, ratos, coelhos, cachorros, bovinos, suínos e lobos personificados. Greimas & Courtés (2008) podem ajudar a esclarecer:

É um procedimento narrativo que consiste em atribuir a um objeto (coisa, entidade abstrata ou ser não-humano) propriedades que permitam considerá-lo como um sujeito, ou melhor, que consiste em dotá-lo de um programa narrativo no qual possa exercer um fazer. A personificação pode caracterizar um certo tipo de discurso etnoliterário (o conto maravilhoso, por exemplo, em que são encontrados objetos mágicos, animais que prestam auxílio etc.)

É sempre importante entender a diferença das abordagens da retórica para a semiótica, já que a primeira se restringe a identificar fenômenos semânticos que ocorrem em expressões e termos isolados, no âmbito frasal, enquanto a segunda fica mais atrelada ao universo narrativo, mais abrangente, em que podem circular não apenas palavras ou enunciados, mas toda uma cadeia narrativa e figurativa.

Nos exemplos das mascotes do futebol estampadas nas charges, vê-se justamente o fenômeno da personificação, pois o Leão, do Avaí interage com o Leão, do Sport, com o Porco, do Palmeiras, com o Urubu, do Flamengo, e assim por diante. No universo narrativo das charges, essas figuras também falam. Suas falas vêm expressas em balões, recurso típico da linguagem das histórias em quadrinhos.

E já que se está tangenciando as concepções de signos, é mais do que providencial adentrar nas abordagens de semiótica, numa rápida fundamentação sobre algumas de suas vertentes, antes de se chegar à análise específica.

## 2.2. CONCEPÇÕES DE SEMIÓTICA

Se entendermos a Semiótica como uma vertente filosófica no sentido de que todo o processo de interpretação de signo tende para a finalidade de se chegar à “verdade”, ou seja, num processo de mudança de um estado de insatisfação para outro de satisfação, com base no conhecimento (TEIXEIRA, p.68), então se pode definir signo como aquilo que, sob certo aspecto, representa alguma coisa para alguém, conforme os postulados de Peirce. Já Greimas apresenta uma definição de Semiótica mais restritiva e específica, considerando-a como teoria da significação.

Para refinar a ferramenta metodológica desta dissertação, torna-se conveniente inicialmente sintetizar as diversas abordagens da semiótica, passando por elementos da análise do discurso, para depois culminar na explicação

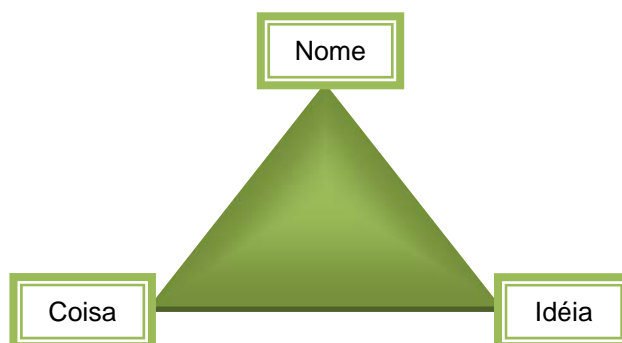


do que seria, então, neste contexto, fazer uma análise semiótico-discursiva das charges.

Na tentativa de traçar uma sinopse do panorama da Semiótica, poder-se-ia primeiro demarcá-la em dois importantes eixos, divisores de águas: o de uma Semiótica *Avant la Lettre* e o de uma Doutrina dos signos – John Locke (1632-1704) – *Essay on human understanding* (1690) – *Semeiotike*.

Entende-se por Semiótica *Avant la Lettre* uma história implícita e explícita da doutrina dos signos. Platão (427-347) já havia definido signo verbal e significação, também contribuiu com idéias críticas para a teoria da escritura. Propôs um modelo de signo, com uma estrutura triádica formada pelo nome, a idéia e a coisa. Para Platão, Idéias seriam entidades objetivas que não só existem na mente, como possuem realidade numa esfera espiritual além do indivíduo. No diálogo Crátilo, sobre a justeza dos nomes, Platão propunha que a relação entre o nome, as idéias e as coisas é natural ou depende das convenções sociais. É, portanto, arbitrária.

Algumas das respostas de Platão foram as de que os signos verbais, naturais, assim como convencionais são só representações incompletas da verdadeira natureza das coisas; o estudo das palavras não revela nada sobre a verdadeira natureza das coisas, porque a esfera das idéias é independente das representações na forma das palavras; e que as cognições concebidas por meio de signos são apreensões indiretas, inferiores às cognições diretas.



Somente Johann Heinrich Lambert (1728-1777) é quem primeiro escreveu um tratado específico de semiótica, chamado *Semiotik*, no qual postulava sobre uma Semiótica Médica. É curioso notar que nos primórdios da História da Medicina, já havia um estudo diagnóstico das doenças feito por Galeno de Pérgamo (139-199), a Diagnóstica, já, portanto, considerada parte da semiótica da Medicina. Esta era dividida em três ramos: a anamnésica, um estudo da história médica do paciente; a diagnóstica, um estudo dos sintomas das doenças; e a prognóstica, que se preocupava com as predições e projeções do desenvolvimento futuro das doenças. Hoje o termo semiótica, na medicina, restringiu-se apenas à sintomatologia

Já Scipio Claramonti (1625) investigava o conhecimento dos homens na chamada *Semiótica Moralis*. Enquanto John Wilkins (1614-1672) postulou sobre a criptografia, a estenografia e a língua universal – linguagem secreta por senhas e gestos (1641). O termo Semiótica vem do grego, Semeion, assim como Semeiotiké significa a arte dos sinais. Além da etimologia do termo, é mais do que conveniente distinguirmos outras terminologias que envolvem a também ciência dos signos chamada Semiologia, assim como semântica, sematologia, semasiologia, semologia etc.

### 2.2.1. SEMIÓTICA E SEMIOLOGIA

O termo Semiologia foi proposto por Ferdinand Saussure, em seu Curso de Lingüística Geral (1916) para nomear a ciência geral dos signos, da qual a Lingüística seria apenas uma parte. Por isso, as relações entre lingüística e semiologia se desdobrariam conforme uma dupla relação dedutiva/indutiva, ou seja, as leis da ciência geral seriam aplicáveis ao estudo dos signos lingüísticos e o estudo dos signos forneceria subsídios práticos para a construção da ciência geral.

Em seguida, na Semiologia, papel prioritário foi atribuído à Lingüística. Assim, o projeto de Saussure se voltou muito mais para uma espécie de semiótica da cultura, deixando de lado a investigação de fenômenos naturais, como foi fortemente recomendada por Peirce.

Foi na abordagem saussureana que se calcificou o dogma da arbitrariedade do signo, atravessando todo o século XX, embora não seja um princípio original, já tendo sido usado por John Locke e Whitney. A designação 'arbitrário' sempre foi associada semanticamente à idéia de livre escolha, deixando a suposição de que o significado depende da escolha de quem fala. Em seguida, Saussure postulou outro princípio suplementar, apto a corrigir a falsa idéia de livre escolha, que é o da imutabilidade do signo.

Desta forma, uma forma lingüística como Leão, por exemplo, é arbitrária em relação ao que significa porque não possui nenhum laço natural. O princípio da convencionalidade do signo é estipulado justamente pela falta de motivação entre ele e o seu significado. Esse fenômeno é gerado numa coletividade que estabelece valores para criar um sistema lingüístico, que um indivíduo isolado não poderia modificar.

Então é esta força unificante da coletividade que produz a força da convencionalidade que se alia ao princípio da imutabilidade do signo lingüístico. Saussure só admite a mutabilidade do signo a partir da evolução histórica da língua, isto é, da diacronia. Este termo vem conjugado na dicotomia sincronia/diacronia, que consiste em duas diferentes perspectivas temporais para os estudos lingüísticos.

A análise sincrônica estuda o sistema sígnico em um dado momento temporal, sem considerar a evolução histórica de seus elementos. Já a análise diacrônica evidencia os estudos sobre a evolução dos sistemas sígnicos no seu desenvolvimento histórico.

Para exemplificar, vislumbra-se novamente o signo Leão, já como representação simbólica do time do Avaí. Para analisar as charges que o colocam como epicentro da crítica, terá de se considerar o trajeto sincrônico, ou seja,

descrever a rede de sentidos de base e contextuais deste signo na atualidade.

Inevitavelmente, o trajeto diacrônico também será considerado, no momento em que se reflete sobre a escolha do signo Leão para representar a equipe, no que se refere às motivações empreendidas em sua gênese.

Além disso, outro ângulo diacrônico nesse empreendimento semiótico seria o de olhar, quando se pensasse no signo Leão, fora desse contexto do futebol, em contextos anteriores e mais elementares, em que o Leão surge isolada e/ou conjugadamente a outros signos, como em relação ao Imposto de Renda, ou como de sua representação enquanto Rei das Selvas no universo da realidade factual e ficcional.

### 2.2.2. A BASE PEIRCEANA

A semiótica é, portanto, não só a ciência que estuda os signos, baseando-se no domínio das imagens como representações visuais, mas é a ciência que se atém principalmente à forma como os signos são interpretados e compreendidos. Estes signos tanto podem ser de natureza verbal (palavra, enunciado, narrativa) quanto não verbal (repertório de imagens, que também são objetos materiais, signos que representam o mundo visual). A teoria semiótica institui o conhecimento de como o homem adquire, processa e responde as informações com seus significados. Santaella (1990) assim a determina:

[...] a teoria semiótica nos permite penetrar no próprio movimento interno das mensagens, no modo como elas são engendradas, nos procedimentos e recursos nela utilizados. [...] Frente a este potencial, não há nada mais natural, portanto, do que buscar, nas definições e classificações abstratas dos signos, os princípios-guias para um método de análise a ser aplicado a processos existentes de signos e às mensagens que eles transmitem, tais como aparecem em poemas, músicas, pinturas, fotos, filmes, matérias de jornal, dança, peças publicitárias, em qualquer meio em que essas peças possam

aparecer: impresso, foto, cine ou videofotográfico, etc.

A teoria semiótica é conhecida há bastante tempo, com o estudo de diversas correntes, mas somente a partir do século XX, especialmente com a Teoria Geral dos Signos, de Charles Sanders Peirce, que ela consagrou-se como a ciência que se conhece hoje.

Peirce estabeleceu categorias através da análise de como as coisas aparecem na mente humana, criando caracteres elementares e universais, constituindo as experiências necessárias à compreensão das coisas, tanto reais, quanto fictícias.

Assim, Peirce catalogou os fenômenos em três classes, os denominando de primeira, segunda e terceira classe. A partir daí, estabeleceu redes de classificação triádicas dos possíveis tipos de signos, através da relação nas quais os signos se apresentam. Primeiramente aplicadas à mente, para em seguida, serem aplicadas à natureza.

A partir do conhecimento da tríade elaborada por Peirce, a primeiridade, estado de sensação, a secundidade, estado de reação, e a terceiridade, estado de representação, pode-se fazer um estudo que traga notoriedade aos fenômenos de leitura e compreensão de textos, verbais ou não. Para Santaella (1990), pode-se generalizar a tríade da seguinte forma:

Num nível de generalização máxima, esses elementos foram chamados de primeiridade, secundidade e terceiridade. A primeiridade aparece em tudo que estiver relacionado com acaso, possibilidade, qualidade, sentimento, originalidade, liberdade, mônada. A secundidade está ligada às idéias de dependência, determinação, dualidade, ação e reação, aqui e agora, conflito, surpresa, dúvida. A terceiridade diz respeito à generalidade, continuidade, crescimento, inteligência.

Todo procedimento de leitura constitui-se num mecanismo de interação, e este processo é naturalmente semiótico. Toda semiose é o sistema de interpretação de

passagem entre signos. A leitura acontece a partir das experiências e interpretações de signos, está sempre em movimento, em construção, e depende de outros novos signos para avançar. Propriedades e qualidades de signos são selecionadas, e a partir deles, generalizações e reorganização de todos os signos já conhecidos e interpretados.

O discurso do jornalismo esportivo chargístico é representado em abordagem de interpretação preponderantemente imagética, carregada de significados, que são trazidos a partir de um contexto social e cultural específico, propiciando ao leitor o desenvolvimento de linguagem, pensamento, criação e transformação. O dispositivo da charge é fundamentado pela imagem, e a leitura dessa imagem é o ponto de partida para um processo de desenvolvimento e reflexão.

Para estes fins, a semiótica desempenha papel importante na leitura, como construção, sensação e vivência por parte do leitor/torcedor, que pelo cognitivismo torna o objeto real, pois imagem e discurso vão ganhando dimensão, possibilitando reconstruções.

Foi na fenomenologia que Peirce buscou fundamento para a semiótica. A fenomenologia é a base fundamental para qualquer trabalho científico, quando observados os fenômenos, através de análise, se apresentam todas as suas características universais. A fenomenologia descreve esses fenômenos como eles aparecem. E a partir disso, então, surgem todas as categorias de experiências e pensamentos.

Santaella (1990) propôs três faculdades necessárias para se desenvolver a tarefa da fenomenologia: 1) a capacidade contemplativa, isto é, a de abrir as janelas do espírito e ver o que está diante dos olhos; 2) saber distinguir, discriminar resolutamente diferenças nessas observações, e 3) ser capaz de generalizar as observações em classes ou categorias abrangentes.

A leitura da charge no universo jornalístico atravessa essas três faculdades, da contemplação da ilustração, distinção e generalização do tópico factual criticado, trazendo a compreensão da narrativa pelo leitor. Então, é

através da semiótica que se pode ter uma teoria de leitura de imagens.

A partir da leitura das múltiplas informações imagéticas contidas numa charge esportiva, o leitor/torcedor é conduzido a um estado que a semiótica chama de primeiridade, consciência imediata, em que não há ação, é característica de espontaneidade, originalidade.

As imagens percebidas na narrativa jornalística, as qualidades puras, imediatamente sentidas, são típicas da primeiridade. O leitor/torcedor passa os olhos pelas páginas da editoria de opinião ou de esportes sem se deter nos detalhes das imagens.

A primeiridade aparece em um estágio inicial no qual o leitor/torcedor percorre diversos estágios na leitura do jornal, e a interpretação que faz acerca das narrativas observadas vai se aperfeiçoando. Nesse estágio, o leitor/torcedor observa a imagem centrada nos elementos isolados, ainda não estabelecendo relação entre eles, apenas identificando, observando e enumerando esses elementos. Neste estágio de observação, pode elaborar uma associação de memória, relacionada ou não à imagem observada. Durante este estágio de leitura, o torcedor apenas considera seu interesse, seu próprio ponto de vista.

No estágio seguinte, de secundidade, ele já começa a realizar comparações e contrastes na ilustração, dando mais importância ao tema da imagem como um todo. Nessa fase, a imagem é aquela próxima à realidade. O significado está ligado não ao objeto, mas às associações que se ligam a ele. Uma imagem se torna significativa quando associada ao que representa para o leitor.

A terceiridade, próximo estágio de observação, relaciona-se com a percepção, comparação e conclusões do leitor a respeito da narrativa observada. Nesta fase, é possível relacionar a ilustração aos fatos da vida, imaginando outras situações baseadas em conhecimentos previamente adquiridos.

Só a partir desta fase é que o leitor começa a perceber a organização de uma narrativa jornalística como esta, e esse processo se dá a partir de sua experiência de leitura, da relação dela com a imagem, sua inserção no

meio cultural e intervenções dos outros que provoquem a curiosidade por leituras mais densas. A imagem (narrativa) sempre chama a atenção do espectador de imediato, impacto que será compreendido e lentamente observado, para identificar a pluralidade de seus elementos. Considera-se aqui, sob o ponto de vista da semiótica, a imagem tanto um gesto, quanto uma frase, pois é também uma fala, uma mensagem, uma narrativa.

O domínio para uma leitura de imagem é importante para o desenvolvimento cognitivo, artístico, imaginativo e cultural do leitor. A imagem de uma charge jornalística, a ilustração, é fonte de organização de pensamento, acompanhada de texto escrito, ou não, a imagem é agradável para a visualização do texto, apoiando a leitura, construindo formas, cenário e personagens, colaborando, assim, para a construção do seu pensamento.

Conseqüentemente, estes aspectos ajudam a refletir a compreensão da realidade, estimulando o leitor a construir sua própria visão de mundo, e o olhar curioso, aperfeiçoado, possibilita a interação aos processos de socialização.

A narrativa jornalística de esportes é um conjunto de signos constituintes num discurso, um composto de linguagens construtoras de texto. Em cada nova leitura, toda experiência se refaz, continuamente, as visões de mundo, de pessoa e de realidade expandem.

### 2.2.3. SIGNAGEM DAS MASCOTES

E já que se está dissertando sobre signos e abordagens de semiótica, é mais do que providencial uma rápida fundamentação sobre signagem, antes mesmo de se chegar ao capítulo específico da análise.

Para Charles Sanders Peirce, o signo não é uma entidade monolítica, mas um complexo de relações triádicas, que têm um poder de autogeração. A definição peirceana de signo é um meio lógico de explicação do processo de semiose como transformação de signos em outros signos. Entende-se por semiose uma relação de momentos num processo seqüencial-sucessivo ininterrupto.



Para isso, nada melhor do que as palavras de Julio Plaza, pra reforçar essa fundamentação. Plaza tem sido um dos mais recentes semioticistas que agrega em seu aporte teórico toda uma síntese do pensamento peirceano.

Por seu caráter de transmutação de signo em signo, qualquer pensamento é necessariamente tradução. Quando pensamos, traduzimos aquilo que temos presente à consciência, sejam imagens, sentimentos ou concepções (que, aliás, já são signos ou quase-signos) em outras representações que também servem como signos. Todo pensamento é tradução de outro pensamento, pois qualquer pensamento requer ter havido outro pensamento para o qual ele funciona como interpretante. (PLAZA, 2001)

A tese de Plaza vai além da proposta de leitura semiótica tradicional, ele traz o conceito de tradução intersemiótica justamente por este procedimento abranger semioses entre códigos diversos, não só do verbal para outro verbal (como no caso da tradução de uma língua a outra, ou na análise e crítica literária), mas do verbal para o não-verbal, do não-verbal para o musical, do fílmico para o dramático e assim permutativamente. A proposta de tradução intersemiótica de Plaza, de base peirceana, consiste num projeto de leitura semiótica que esteja além da mera transcodificação termo a termo, o autor propõe-se a analisar o texto literário que se transformou em peça de teatro, a letra de música que se transformou em espetáculo de dança e assim por diante. A tradução intersemiótica se atém ao estudo das transposições de linguagens entre códigos culturais distintos.

Então, se no nível do pensamento interior, a cadeia semiótica já se institui como processo de tradução e, portanto, dialógico, o que se pode dizer daquela cadeia que se instaura no intercâmbio entre emissor e receptor como entidades diferenciadas? Neste caso, o pensamento, que já é signo, tem de ser traduzido numa expressão concreta e material de linguagem que permita a interação comunicativa. Somente o signo pode ser essa única

realidade capaz de transitar na passagem da fronteira entre o que se chama de mundo interior e de mundo exterior.

Basta pensar numa charge qualquer que já é resultado do pensamento materializado do autor e que, quando difundida nos jornais, possibilita a tradução por parte dos receptores (interlocutores), essa tradução é intersemiótica porque demanda do sujeito intérprete um repertório que traduza o código não-verbal (priorizado na charge) para o código verbal, ou seja, a interpretação de um signo preponderantemente não-verbal precisa ser dada de forma verbal.

Por trás de todo o signo não-verbal existe um verbal, pois existe o pensamento que precede sua materialização e, por conseguinte, o novo pensamento que o interpretará, que precisa também recorrer ao código verbal para expor sua interpretação.

Pela mediação da linguagem como 'terceiro universo' entre o real e a consciência, temos um pivô que define as relações do homem com o real. (...) A mediação do mundo pelo signo não se faz sem profundas modificações na consciência, visto que cada sistema-padrão de linguagem nos impõe suas normas, cânones, ora enrijecendo, ora liberando a consciência, ora colocando a sua sintaxe como moldura que se interpõe entre nós e o mundo real. A expressão de nossos pensamentos é circunscrita pelas limitações da linguagem. Ao povoar o mundo de signos, dá-se um sentido ao mundo, o homem educa o mundo e é educado por ele, o homem pensa com os signos e é pensado pelos signos, a natureza se faz paisagem e o mundo uma 'floresta de símbolos'. Ou como diz J. Ransdell: 'o homem propõe, o signo dispõe'. (PLAZA, 2001)

Crê-se que essa síntese, quase poética, sobre a relação pensamento-signo, mediação e incompletude do signo, formulada por Plaza (2001), além de mostrar que o homem vive submetido ao cardápio da linguagem simbólica, elucida que o fenômeno existente entre signo, objeto e sujeito é o da mediação. É a junção desses três elementos

mediados que forma, portanto, a tríade peirceana essencial signo-objeto-sujeito.

A classificação básica dos signos ocorre a partir da relação que se estabelece na mente do sujeito intérprete entre o signo e o seu objeto. Assim, o signo pode ser dividido em classes, conforme sua própria natureza de formação, quanto a sua relação com seu objeto e quanto a sua relação com seus interpretantes. Então, o signo em relação a seu objeto pode ser de três tipos: ícone, índice ou símbolo. Segue-se a eles, para depois esclarecer, afinal de contas, o que é o interpretante.

Ícones são signos que operam pela semelhança de fato entre suas qualidades, seu objeto e seu significado. Peirce chega a estabelecer os 'hipoícones' ou ícones já materializados que, conforme participam de suas categorias, seriam: as imagens como simples qualidades primeiras; os diagramas que representam relações diádicas e análogas entre suas partes constituintes; e aquelas que tendem à representação, que como as metáforas, traçam algum paralelismo com algo diverso. (PLAZA, 2001)

Se antes foi fundamentada a metáfora, então agora resta dizer que o ícone é o tipo de signo que provém da mesma relação comparativa, por similitude. Se a metáfora, a partir do ponto de vista da retórica, pode ocorrer na palavra, na expressão verbal; então o ícone, do ponto de vista da semiótica, pode ser vislumbrado na imagem, na representação não-verbal. O ícone, portanto, equivale à metáfora, é a metáfora imagética. Quando Plaza fala em hipoícones, está querendo dizer que há alguns ícones que se criam mais obviamente do que outros.

Então, se o ícone óbvio é a representação imagética daquele objeto, por analogia, por exemplo, qualquer desenho é o ícone do seu objeto – desenho de uma bola, de um animal etc -, assim como os mapas e diagramas; o ícone mais complexo, obtuso, portanto, é aquele derivado de uma relação criada (forçada) pelo sujeito que o cria, que busca essa mesma analogia com o objeto, só que em campos

semânticos bastante distantes um do outro, fora do mundo objetivo.

Daí entende-se a metáfora da imagem, a imagem do Leão para representar um clube de futebol, assim como de um Porco ou de um Urubu. Já se percebe que este ícone não é tão óbvio, porque não está simplesmente representando seu objeto só a partir de uma reprodução imagética similar, mas é decorrente de todo um raciocínio analógico mais complexo, que consiste na intersecção entre dois campos semânticos distintos. E só mesmo o criador desse ícone pode esclarecer aos seus intérpretes, suas fidedignas motivações. Caso contrário, o sujeito-intérprete ficará conjecturando em suas inferências possíveis.

Vale esclarecer que a inferência é todo o processo de atribuição de sentido que qualquer sujeito cognitivo possa fazer ao perceber um signo. Inferir é interpretar parcialmente, lançar mão de uma interpretação particular, provisória, nunca definitiva.

Índices operam antes de tudo pela contigüidade de fato vivida. O índice é um signo determinado pelo seu Objeto Dinâmico em virtude de estar para com ele em relação real. O índice, em relação ao seu Objeto Imediato, é um signo de um existente. Fotografias instantâneas são muito instrutivas, porque sabemos que, sob certos aspectos, são exatamente como os objetos que representam. Esta semelhança é devida ao fato de as fotografias serem produzidas em circunstâncias tais que se viram fisicamente compelidas a corresponder, ponto a ponto, à natureza. (PLAZA, 2001)

Para que não se confunda índices com ícones, é preciso elucidar a metonímia, figura de retórica por excelência, além da metáfora. Se o ícone equivale à metáfora, devido ao processo de criação, por intersecção de conjuntos; então o índice equivale à metonímia, pois também pode ser representado pelo diagrama de conjunto e subconjuntos. O signo será indicial quando apresentar uma informação que instrua, que dê referência, que faça o sujeito-intérprete imediatamente relacionar a outro signo, geralmente, um signo de maior abrangência.

Para ilustrar essas considerações, o mais conveniente é vislumbrar o Saci, mascote e signo do Internacional, que não pode ser encarado como ícone (metáfora), e sim como índice (metonímia).



A imagem foi criada na década de 50, quando os jornais *Folha Desportiva* e *A Hora* representavam, por meio das charges, o torcedor do Inter como um garoto negro, símbolo da popularidade colorada. Com o passar dos anos é que o garoto negro perdeu uma perna, vestiu uma carapuça, pôs na boca um cachimbo e virou Saci.

O que se sabe a respeito da história da escolha do Saci como mascote do Internacional é decorrente de um conhecimento compartilhado e generalizado de torcedores, diluído em blogs e comunidades específicas. O que foi possível coletar dessas fontes foi que desde 1927 o clube foi se abrindo para incorporar atletas negros.

O Grêmio, por exemplo, segundo os torcedores colorados, rejeitava jogadores negros, e essa polêmica rendeu até 1952. Gremistas começaram a chamar o Inter de clube dos crioulos, dos negrinhos, dos macacos. A partir daí, características desse tipo passaram a tomar forma no clube.

Então, de sua formação original, o time passou cada vez mais a agregar as raízes populares, passando a ser conhecido como o Clube do Povo. Já na década de 40, boa parte do quadro de jogadores do Inter era composto por atletas negros. Num cartão comemorativo de título em 1942, surgiu pela primeira vez um negrinho como símbolo. Na mesma época, antes da escolha definitiva do Saci, também chegou a ser cogitada a imagem do Negrinho do Pastoreio como símbolo do clube.



Portanto, o tipo de motivação que houve entre o clube e a sua mascote não decorre de raciocínio analógico, mas sim de uma relação de contigüidade, de pertinência de um elemento dentro de um conjunto mais abrangente, de um pensamento generalizante proveniente da torcida opositorista, que foi estilizado pelo clube que sofria tal discriminação. Transformaram o rechaçamento, o preconceito e a chacota em arte-final.

Se o time passou a ser representado pela imagem preponderante, seja ela pejorativa ou não, de um garoto negro, que faz parte do time ou da torcida, então o signo Saci assume características indiciais. Essa associação é nitidamente indireta, típica da semiose dos índices, ou seja, do atleta e torcedor negro do time, identificação feita pelo principal adversário, passou-se a representação de totalidade indicial, na figura de um negro.

E o fato desse signo depois sofrer a mutação para a imagem de um Saci, daí sim o signo se re-conotou ainda mais, pois já surgiu fundido com uma figura mítica e folclórica muito mais antiga em relação à existência do clube, acoplou-se a um intertexto da literatura infantil.

O Saci surgiu narrativamente com mais ênfase na obra de Monteiro Lobato, que é um dos representantes do pré-modernismo na literatura brasileira, período que abrange os anos de 1902 a 1922.



O Saci Pererê era um personagem esperto que estava sempre infernizando a vida de seus desafetos no universo ficcional do Sítio do Pica-Pau Amarelo. Tinha uma dose de malandragem e ginga específica, chegou a possuir, já na versão televisiva da Rede Globo, até trilha sonora específica. O Saci chegou até mesmo a ser cotado para ser a mascote da copa de 2014.

Foi Franco Júnior, em *A Dança dos Deuses – Futebol, sociedade, cultura* quem disse que “o mascote está para o clube, assim como um totem está para um clã, representando seu espírito, carregando sua herança e identificando seus seguidores.” Este autor reflete sobre alguns sentidos ocultos em toda a ritualização do mundo esportivo, tanto nos nomes dos times, quanto nas cores das camisas, nos escudos etc.

Ainda resta tratar sobre os símbolos, que são os tipos de signos que mantêm uma relação puramente arbitrária com aquilo que representam. Todo signo originalmente surge de forma simbólica, convencional, para depois ser acatado e internalizado pela comunidade. Assim foi com a invenção das palavras da língua pra representar as coisas e as prosas do mundo. Geralmente o símbolo, depois de incorporado pela comunidade, torna-se já índice. Todo o índice já foi um símbolo. Deixou de ser símbolo, quando passou a incorporar motivações que seus próprios usuários encarregaram-se de criar, pra justificar sua origem.

Operam antes de tudo, por contigüidade institutiva, apreendida entre sua parte material e o seu significado. Determinado por seu Objeto Dinâmico apenas no sentido de ser assim interpretado, o símbolo depende, portanto, de uma convenção ou hábito. O símbolo, em relação ao seu Objeto Imediato, é signo de lei. (PLAZA, 2001)

Assim, se não houvesse toda essa explicação sobre a atribuição do signo Saci para representar o clube Internacional, poder-se-ia dizer que o Saci era um símbolo. Mas como já existe todo um repertório de conhecimento partilhado entre fãs e torcedores, o Saci continua sendo o índice. Dificilmente haveria um signo-mascote de clube que surgisse sem qualquer explanação sobre suas motivações quando do seu surgimento. Se por acaso surgir algum, sem qualquer enunciado que o complete, fundamentando-o, daí se estaria diante de um símbolo genuíno. Mas na história das representações, mesmo que apareça algum signo sem motivação, a própria comunidade que o utiliza e convive com ele, encarregar-se-á de criar novas motivações. Por isso é que se diz que todos os símbolos se indicializam.

Peirce, quando criou essa classificação semiótica dos signos, que se inserem numa hierarquia relativa, sabia que os mais perfeitos dos signos seriam aqueles nos quais o icônico, o indicial e o simbólico estariam amalgamados em proporções tão iguais quanto possível. Isto é, um mesmo signo pode transitar entre as três classificações, justamente por terem sofrido vários processos de deslizamento de sentido, incorporando novas informações e intertextos. Os três tipos de signo se interpenetram no processo de semiose.

Por fim, ainda cabe refletir sobre o que é o interpretante do signo. Eco (1991) já alertava aos leitores do *Tratado Geral de Semiótica* que não se deve confundir interpretante com intérprete. O intérprete é o sujeito cognoscente, que percebe o signo e atribui sentido a ele. Nesse processo cognitivo de atribuição de sentido que se dá no interior da mente do sujeito é que ocorre o interpretante.



Se já foi entendido que o signo pode ser algo que representa alguma coisa para alguém, diagramado em forma triangular, na qual cada vértice corresponde a respectivamente: o signo, o objeto e o sujeito, então o interpretante é o processo de relação entre signo e objeto que ocorre no momento inferencial do sujeito diante do signo. O interpretante seria tudo aquilo que assegura a validade do signo mesmo na ausência do intérprete.

Segundo Peirce, o interpretante é aquilo que o signo produz na 'quase-mente' que é o intérprete: mas isso pode ser concebido como a DEFINIÇÃO do representamen, e, portanto, sua intenção. Todavia, a hipótese filológica mais fértil parece ser a que trata o interpretante como UMA OUTRA REPRESENTAÇÃO REFERIDA AO MESMO OBJETO. Em outras palavras, para estabelecer o significado de um significante (Peirce fala, não obstante, em signo) é necessário nomear o primeiro significante por meio de um outro significante, que a seu turno conta com outro significante que pode ser interpretado por outro significante, e assim sucessivamente. Temos, destarte, um processo de SEMIOSE ILIMITADA (Eco, 1991)

Umberto Eco resenha a teoria peirceana, tomando-a como base para o desenvolvimento de suas propostas de leitura semiótica, evidentemente, aproveitando-se de boa parte do arsenal epistemológico de Peirce para, de forma bem flexível, diagramar os seus modelos de análise de semiótica textual e narrativa.

Essas noções de significante, oriundas das teorias de Ferdinand Saussure, serão explanadas no próximo capítulo, mas é possível adiantar que o significante é a parte sensível do signo, com a qual o sujeito toma contato, e o significado, a outra metade da fração, o seu conceito, sua imagem mental, a parte inteligível do signo, ou seja, o primeiro rumo interpretativo para o sujeito diante do signo percebido.

O interpretante consiste nesse raciocínio interpretativo que o sujeito faz quando percebe o signo, a cadeia associativa que se constrói abstratamente, quando o intérprete atribui sentido ao signo, relacionando-o a outros

signos. Esse trajeto pode ser infinito, que é o que eco nomeia de Semiose Ilimitada.

No caso da percepção das mascotes e da identificação de sua perpetuação nas charges, o sujeito intérprete primeiramente pode indagar sobre o tipo de relação que tal signo tem com o time que representa, se houve algum tipo de motivação, se indicial ou icônica. Depois interpreta a mascote como personagem presente na narrativa da charge, tentando associa-la a uma série de outros signos, conforme o seu repertório cultural permitir.

Dentro desse universo de transmutação de sentidos que vai da mascote original do clube à sua representação na linguagem das charges, é necessário mencionar o trabalho do cartunista Ziraldo, pois ele tem experiência em desenhar mascotes de times de futebol.

O artista já criou personagens para alguns times como o Vasco da Gama, e o personagem Almirantinho. Já lançou duas histórias em quadrinhos com as mascotes e as narrativas de dois clubes brasileiros: *Todo-Poderoso Timão*, com a história do Corinthians, e *O Mais Querido do Brasil*, do Flamengo.

No primeiro deles, por exemplo, o protagonista é Mosquetinho, menino que tem paixão pelo Corinthians, junto com seu pai e avô. O amor pelo time é tanto que o garoto e o pai sempre freqüentam o estádio devidamente uniformizado, com fantasias de mosqueteiro. O personagem conhece o Parque São Jorge, assiste à primeira final no estádio, viaja com a torcida e participa de várias outras aventuras, nas quais aprende que nem sempre é possível ganhar, e que o importante é manter a fidelidade da torcida ao clube.

Ziraldo, além de ser um nome significativo no cartunismo brasileiro, é o que melhor exemplifica o fenômeno da legitimação sígnica das mascotes dos clubes nas narrativas midiáticas, como também comprova que só mesmo nas mãos dos artistas do traço é que as mascotes mantêm ou transformam suas imagens, dando-lhes longevidade e um caráter até mesmo mitológico.

#### 2.2.4. O QUE É MITO

Quando se admite o caráter mitológico das mascotes, tangencia-se uma concepção polissemicamente muito difundida e discutida em diferentes campos do conhecimento, que é a concepção de mito. Para esta ocasião, faz-se pertinente uma breve digressão, na perspectiva das ciências da linguagem sobre este conceito. O mito é uma fala, uma narrativa, um discurso que se constrói, que tem como objeto um fenômeno qualquer, um sujeito, um ato, um acontecimento. O mito é matéria-prima da mente, domina todas as construções dos homens, seja nas histórias, nas formas de organização social, política e religiosa.

É Barthes (2001) quem concebe mito como narrativa de uma criação, uma história que conta de que modo algo, que não era, começou a ser. De outro lado, o mito é sempre uma representação coletiva, transmitida através de várias gerações e que relata uma explicação de mundo. E, desse modo, se o mito pode se exprimir ao nível da linguagem, é, antes de tudo, uma palavra que circunscreve e fixa um acontecimento. É sentido e vivido antes de ser inteligível e formulado.

O inusitado na obra de Barthes reside propriamente no estilo de seu texto. O autor faz um ensaísmo semiológico sobre a cultura de consumo, principalmente sobre os códigos culturais midiáticos. Em função disso nomeia Mitologia como o movimento desse material: algo de estável e mutável simultaneamente, sujeito, portanto, a transformações.

Do ponto de vista etimológico, mitologia é o estudo dos mitos, concebidos como história verdadeira. Sendo o mito uma fala, é um sistema de comunicação, uma mensagem. Um sistema semiológico.

O fato é que tais imperativos levam seus leitores a um pensamento generalizante de que tudo pode ser mito. O autor responde que sim, pois o universo é infinitamente sugestivo. Tudo pode constituir mito, desde que seja suscetível de ser julgado por um discurso.

Nenhuma lei, natural ou não, pode impedir os sujeitos de falar das coisas, pois já se vive num mundo repleto de objetos, coisas, gestos e imagens que significam e ressignificam. O mito se acrescenta à matéria através do uso social que se faz dela. O tempo influencia as manifestações míticas, e é a história quem transforma o real em discurso.

Para se perpetuar, o mito pode ter como suporte o discurso escrito, a fotografia, o cinema, a reportagem, os espetáculos, a publicidade e, portanto, o esporte. A matéria-prima do mito, seja a escrita ou a imagem, possui significação. Para fazer um estudo sistematizado do mito, é preciso atrelar-se a uma ciência geral da linguagem, que é a Semiologia.

Em 1957, Barthes retomou a noção saussuriana de semiologia, introduzindo novos conceitos de signo lingüístico e de língua. Saussure partiu do sistema de comunicação humana para definir a língua, para ele, o signo lingüístico é um signo com a função de comunicar (Semiologia da Comunicação). Já para Barthes, o signo lingüístico tem a função de significar (Semiologia da Significação).

Assim, o pós-estruturalista francês estendeu a noção de signo e de língua a tudo o que pode gerar significação. O mundo, desde que entre em contato com o homem, tem significação, torna-se objeto da semiologia.

A Semiologia é definida como ciência das formas de significação, sua tarefa é exclusivamente descritiva, de leitura ou decifração. Então Barthes além de contemplar o mito como um sistema semiológico, apresenta procedimentos para sua leitura e decifração.

#### 2.2.5. A BASE GREIMASIANA

A abordagem semiótico-discursiva de A.J. Greimas provém de um projeto de semântica estrutural, que busca repensar o seu objeto, estabelecendo, então, três condições para satisfazer o estudo da significação. O objeto da Semiótica, para Greimas, precisa ser gerativo, sintagmático

e geral. Gerativo porque vem concebido sob a forma de investimentos de conteúdos progressivos, dispostos em patamares sucessivos, partindo dos mais abstratos aos concretos e figurativos, favorecendo uma representação metalingüística mais explícita, ou seja, dispondo de uma nomenclatura peculiar para designar seus componentes estruturais. Sintagmático, pois deve explicar não apenas as unidades lexicais particulares, isto é, as palavras, mas a produção e interpretação do discurso em que essas palavras se dispõem. É geral, porque deve primar pela unicidade do sentido, que vem manifestado por diferentes níveis de expressão, não só a verbal, mas a imagética, sinestésica etc.

O percurso gerativo de sentido, determinado por Greimas, deve ser entendido como um modelo hierárquico, em que se correlacionam os níveis de abstração do sentido. O que se quer é analisar as regularidades deste percurso, para mostrar a construção das especificidades, num processo de complexificação crescente. (FIORIN, 2008).

Entende-se, portanto, que este percurso gerativo seja um simulacro metodológico das abstrações que o leitor realiza ao ler um determinado texto. Tomando um texto fábula, por exemplo, como a do Leão e o Ratinho, para lê-lo somente enquanto manifestação textual, não faz sentido. A história do Leão e do Ratinho é despropositada. Mas quando se faz uma abstração, e a fábula passa a ser percebida como uma história de homens e seus valores e atitudes, então ela passa a fazer sentido.

Ao ler as charges jornalísticas com o personagem Leão, mascote do Avaí, interagindo parodicamente com outras mascotes dos demais times, como o Porco, do Palmeiras; o Urubu, do Flamengo; o Saci, do Internacional, perceber-se-á novos sentidos, além dos das narrativas que possuem estes como personagens. Ler-se-á as charges a partir de um percurso gerativo de sentido ainda mais peculiar, com uma rede de significações bastante complexas.

Para demarcar-se do projeto semiológico, que numa visão muito restrita da definição saussureana de signo, não leva em conta o processo sêmico, ou seja, o discurso, essa

semântica estrutural greimasiana, também, denomina-se Semiótica. Sua tarefa é a de explicitar, sob a forma de uma construção conceptual, as condições de apreensão e de produção do sentido.

O fato da Semiótica se pensar como uma teoria do discurso faz com que se introduza a questão da enunciação, entendida como a discursivização da língua. Portanto, a passagem das estruturas mais profundas e simples às mais superficiais e concretas se dá pela enunciação. (FIORIN, 2008)

Resta agora postular sobre o lugar da enunciação na teoria semiótica. Para isso, convém entender que o percurso gerativo de sentido é constituído por três níveis: as estruturas fundamentais, as estruturas narrativas e as estruturas discursivas, todas essas estruturas no domínio do conteúdo.

As estruturas discursivas serão manifestadas como texto, quando se unirem a um plano de expressão no nível da manifestação, isto é, quando forem expostas a partir de algum tipo de significante, seja ele verbal ou imagético. Cada um desses níveis do percurso tem uma sintaxe e uma semântica, ou seja, uma organização de elementos postos em determinada ordem, para produzir significação ao sujeito intérprete (leitor).

Na Semiótica, a sintaxe se opõe à semântica, pois é justamente o conjunto de mecanismos que ordena os conteúdos, e estes conteúdos são investidos nos arranjos sintáticos. Por exemplo, numa determinada charge, há dois personagens – o Leão e o Saci – cada um é posto num determinado lugar do quadro a realizar determinada tarefa, cada um com seu discurso releva algo sobre o que está passando sua equipe, mas todos em conjunto constituem-se num processo significativo bastante peculiar, que pressupõe do leitor determinado conhecimento apriorístico.

Não se pode esquecer que nessa relação entre conteúdo e expressão gera-se o que se conhece por efeitos estilísticos da expressão. Há textos que cumprem função utilitária como a de informar, convencer, explicar e documentar, e textos que cumprem uma função estética. As charges cumprem ambas as funções. A utilitária, por

informar e comentar sobre determinado desempenho ou curiosidade sobre os times, e a estética, por apresentar esta informação comentada de maneira estilisticamente criativa.

Assim, se o objeto da Semiótica greimasiana são os textos, a enunciação só pode ser a instância de mediação entre as estruturas virtuais (fundamental e narrativa) e a estrutura realizada (discursiva), isto é, por trás do que as charges representam, num universo ficcional, mítico ou fabuloso possível, existe o proferimento de um discurso, que é o de seus autores, que expõem sua opinião sobre os jogos e equipes, de forma alegórica e simbólica, ou seja, estética.

### 2.3. DESCONSTRUINDO O SIGNO-LEÃO

Antes de mapear a ocorrência do signo Leão nas narrativas de futebol, faz-se urgente uma breve descrição denotativa do signo, para depois comentar os vários processos significativos dos quais o signo-leão já fez parte na história da cultura midiática,

Só assim haverá condições de realizar a leituras das charges, entendendo que o Leão não é apenas aquele signo que representa o time do Avaí F. C., mas que carrega consigo toda uma rede de outros saberes compartilhados pela comunidade interlocutora.

Assim, busca-se em qualquer dicionário da língua portuguesa uma definição denotativa do leão que o apresenta como um mamífero felino originalmente encontrado na Europa, Ásia e África. É um tipo de animal que possui uma coloração variável, entre o amarelo-claro e o marrom-escuro. Geralmente as partes inferiores do seu corpo são mais claras, a ponta da sua cauda muitas vezes tem um tufo com pêlos mais escuros, que ainda encobrem um esporão córneo, para espantar insetos como as moscas. Os leões machos é que têm a juba.

Estes animais se concentram muito mais nas regiões de savanas, onde se alimentam de outros grandes mamíferos como as espécies de antílopes, zebras, javalis e também hienas. O animal tem o epíteto de 'rei dos animais'.

Retoricamente, poder-se-ia chamar esse desígnio, 'rei dos animais' ou 'rei das selvas' (apesar de viver preponderantemente nas savanas...), de perífrase ou antonomásia. Na verdade existem leões além das savanas, até na Europa. Só não há leões na América e nem nos pólos. Além da qualidade física da força, os leões também são muito inteligentes. Apesar da fama de animal feroz, o leão também pode ser manso.

Para Câmara Jr. (1986), a antonomásia é um fenômeno semântico que consiste na substituição do nome de um ser pelo de uma de suas qualidades. Pode ter intuito pejorativo, eufêmico ou irônico. No caso do leão, rei das selvas, nem se pode garantir que o fato de ser rei das selvas seja uma qualidade, pois isso nada mais é do que uma atribuição simbólica e mitológica a essa classe/espécie de animal em relação aos demais, num contexto em que nem é exatamente o que ele vive.

O intuito de 'rei das selvas' deve ter sido pejorativo, mas no sentido de exaltação e saudação, pois não há eufemismos, nem ironia, talvez melhor pensar em hipérbole, exagero mesmo. Talvez seja colocado na condição de rei, seja das selvas, seja dos animais, por se situar num dos níveis tróficos mais altos da cadeia alimentar. Dos felinos, são os mais sociáveis, pois um grupo deles pode possuir até quarenta componentes, em sua maioria fêmea.

### 2.3.1. LEÃO DO IMPOSTO DE RENDA

Foi no fim da década de 70 que a Secretaria da Receita Federal encomendou uma campanha publicitária para divulgar o Programa do Imposto de Renda. De antemão, já chegaram ao leão como símbolo da ação fiscalizadora da Receita Federal. No princípio, houve reações adversas, mesmo assim, lançaram a campanha.

Essa escolha levantou a discussão para um repertório já formado de características: sendo o rei dos animais, não atacaria sem avisar; seria justo, leal e manso, jamais bobo.



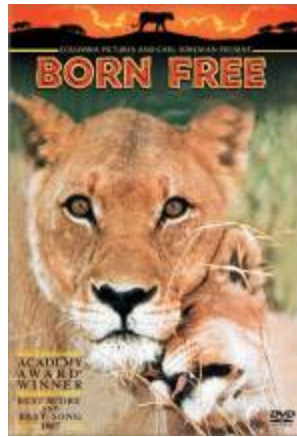


A campanha gerou identificação pela opinião pública. Atualmente não é a Receita Federal que utiliza o signo do leão, é muito mais o discurso midiático, principalmente o publicitário e jornalístico. O mito do Leão do Imposto de Renda perdura até hoje.

Geralmente é o discurso jornalístico, na função de supervisão e agenda, quem costuma utilizar e expressões como 'prestar contas ao Leão' para denominar o ato de pagamento do imposto. Há uma determinada época do ano que o ressurgimento da imagem do felino já é esperado pelos consumidores/leitores/telespectadores/contribuintes.

### 2.3.2. LEÃO NA LITERATURA E NO CINEMA

É possível lembrar do seriado de televisão nos anos 70, veiculado pela rede Globo, *A História de Elza*, um filhote de leão que fora adotado por um casal, no Quênia. A leoa Elza, já adulta, enfrentava os impasses de seus donos entre tentar vê-la readaptada ao seu habitat natural ou ir parar num jardim zoológico.



A narrativa é baseada em aventuras verdadeiras da vida de Joy Adamson e sua esposa. Filmado em locações peculiares da África, o filme piloto de 1966 foi endossado para premiação em Oscar.

Com inspiração fundada em Hamlet, de Shakespeare, o filme animação *Rei Leão* conta a história de Simba, um filhote nascido nas selvas africanas, que tinha como destino herdar o trono do pai, o rei Mufasa. Em seu caminho surge Scar, o tio invejoso, que planeja a morte de pai e filho para apoderar-se do trono. Quando o pequeno leão se vê acusado injustamente pela morte do pai, tem a única chance de salvar sua vida, exilando-se nas Terras do Reino. Lá ele se agrega a outros dois seres excluídos: o javali Pumba e o suricate Timão. Tempos depois, descoberto por Nala, amiga de infância, o leão Simba tem que decidir se assumirá as responsabilidades de rei ou seguirá em sua forma despojada de vida.



O filme *Rei Leão*, além de apelidado pela crítica mais zombeteira de 'Bambi na África', acabou ganhando vida própria em seus estágios iniciais de produção, com personagens e músicas que eram conotados e comercializados na cultura popular e de massa, influenciando os consumidores até em questões de linguagem como a expressão 'Hakuna Matata', que fora introduzida ao vernáculo, enquanto seus intérpretes atingiram uma popularidade suficiente para gerar uma série de televisão própria.

O *Rei Leão*, além de tornar-se um filme muito massificado, pois servia até ilustração didática dos bancos escolares aos de pós-graduação, em várias áreas do conhecimento, também destacou o ápice da chamada Era de Ouro da Disney, na década de 90, nunca superada nem pelo Mickey.

O filme-animação *Rei Leão* não se relaciona ao clássico de Disney sem propósito, a narrativa apresenta temas similares aos de Bambi como a indagação sobre o ciclo da vida, da morte e da renovação. O diferencial estava na sua própria signagem, pois inseria elementos pictóricos e estéticos, não muito comuns do que os contidos nas demais animações Disney. O sucesso do longa-metragem tornou-se um divisor de águas entre os Estúdios Disney e a indústria de animação. A bilheteria mostrou que o gênero do filme não era simplesmente infantil, pois agradava a todas as idades. Em função disso, outras empresas como a Fox e a Warner em seguida também abriram suas divisões de animação.

Em muito pouco tempo, vários pacotes de filmes de animação, da Disney ou não, proliferaram nos cinemas e nos formatos de DVD, só que poucos atingiram o mesmo sucesso de público e crítica.

Com o advento do Rei Leão, dessa versão animada e aparentemente infantil, o signo Leão continuou sua expansão em semioses ilimitadas, percorrendo diferentes faixas e nichos culturais, coisificando-se (ou corporificando-se) até mesmo como bichinho de pelúcia, nas mais diversas configurações, adotado também como bibelô nas mega stores dos clubes de futebol que os tinha como mascote.

### 2.3.3. MITOLOGIA DO LEÃO

Se Roland Barthes diz que o mito é um sistema semiológico, essa observação autoriza a caracterização do Leão como um signo mitificado, pois de felino das savanas, ele foi se transmutando, reconfigurando-se, até tornar-se mascote/signo de clubes de futebol.

O Leão não é só mascote/signo do Avaí Futebol Clube. Existem leões com outras cores em clubes espalhados pelo Brasil, como o Sport, de Recife, e o Vitória (BA), estes da série A; e mais do Bragantino e Portuguesa, da Série B; e assim por diante, do Fortaleza, do Rondonópolis (MT), do Comercial, de Ribeirão Preto, do Villa Nova, de Belo Horizonte, do Glória, de Vacaria-RS, do Legião, Brasília-DF, do remo, de Belém, do Bacabal (MA), do Nacional (AM), e ainda do FutBenção (SP). Não se saberia ratificar qual o mais antigo, mas certamente não é o Leão do Avaí.

A charge a seguir não se refere ao Avaí, serve apenas para mostrar outros tipos de leões, além do Azurra e do Sport, já apresentados no texto de Adorno. Este é o do Bragantino, série B, quando, no pré-jogo, tentava proteger-se, com um guarda-chuva, contra o vento e os raios do Furacão, do Figueirense. O diferencial do Leão Azurra está na juba amarela.



11/08/2009

Portanto, constata-se que o Leão é o signo/mascote que mais ocorre entre os clubes brasileiros. Isto mostra que há uma grande maioria de fundadores que, sem muita criatividade, prefere o leão, porque é um animal que inspira a força e a coragem, para imediata identificação com o clube, com o time e com a torcida.



Por isso que, diante de toda a galeria de mascotes/signos do futebol brasileiro, o Leão é o signo-clichê, o mais comum. Há 14 leões, no mínimo, só no Brasil, o que não dirá dos outros clubes espalhados pelo mundo, sem falar em mascotes de copas e outros campeonatos. O clichê equivale à frase feita, ao estereótipo. Diante da singularidade do Saci, do Urubu e do Porco, os leões redundam e se aglutinam nas representações chargísticas.

Após o *Excursão sobre o Contexto do Avaí*, a seguir, necessário para a compreensão das políticas relacionais do clube no contexto estadual e nacional, será dado início à análise das charges. A partir de todas as considerações aqui dispostas, os procedimentos de análise estarão embasados nesses pressupostos e ocorrerão da seguinte maneira:

1) as charges dos três artistas – Adorno, Zé Dassilva e Mendes – serão apresentadas conforme sua cronologia de ocorrências, do início ao fim do campeonato brasileiro – de maio a dezembro de 2009;

2) serão tecidos comentários parafrásticos e analíticos sobre as disposições sógnicas das charges. Entende-se por comentário parafrástico o exercício de tradução da charge do não-verbal para o verbal, isto é, uma descrição narrativa comentada sobre alguns aspectos semióticos presentes em cada charge;

3) em alguns momentos serão feitas algumas digressões teóricas necessárias para fundamentar algum aspecto que não tenha sido suficientemente explorado nos capítulos introdutórios;

4) os signos serão comentados primeiro isoladamente, para refletir-se sobre sua condição simbólica, indicial ou icônica, e depois contextualmente dentro da narrativa chargística, considerando seus aspectos intertextuais.

5) conforme as charges forem se aproximando do final do campeonato, algumas considerações já serão apresentadas, a título de balanço das tendências dos traços dos artistas, antecipando alguns tópicos para a conclusão final.

## **EXCURSO: O CONTEXTO DO AVAÍ – A GÊNESE DO LEÃO**

Após 30 anos fora da principal divisão do campeonato brasileiro, o Avaí voltou a integrar o grupo de elite do futebol nacional. Durante esse período ocorreram muitas mudanças no formato das disputas, impasses políticos e alterações nos regulamentos.

O Avaí teve quatro participações na primeira divisão do Campeonato Brasileiro, em 1974, 1976, 1977 e 1979, e figurou nas divisões intermediárias durante os últimos 30 anos. Nos anos de 1980, 1984, 1986, 1988 e 1989, participou da segunda divisão, e em 1987, da terceira. A melhor campanha avaiana foi em 1988, quando chegou à segunda fase (ARQUIVO DE CLUBES, 2009 apud Passos, 2009).

Fora da disputa entre 1990 e 1994, o Avaí voltou ao cenário nacional em 1995 disputando a Série C, sem grandes êxitos. O título estadual, em 1997, trouxe novas esperanças em relação à disputa por uma das vagas na segunda divisão. Só que nas quartas-de-final, após golear o Tupi-MG por 4 x 0, o time sofreu uma goleada de 8 x 1 pela equipe mineira, ficando fora do quadrangular final (RSSF BRASIL, 2009). Em 1998 veio a conquista da Série C, junto ao título da competição, após superar as equipes do São Caetano, Anapolina e Itabaiana no quadrangular final (RSSF BRASIL, 2009, apud Passos, 2009)

Entre 1999 e 2006, o Avaí tentou, mas não conseguiu vaga na Série A, sempre se arriscando até as últimas rodadas. Nesse período as piores campanhas foram em 2003, quando foi eliminado depois de sofrer a goleada de 6 x 1 para o Palmeiras, no Estádio da Ressacada; e em 2006, terminou o primeiro turno entre os quatro classificados e caiu de produção na segunda parte da disputa, próximo das equipes rebaixadas. (RSSF BRASIL, 2009, apud Passos, 2009).

O Avaí se estruturou como clube-empresa durante a gestão de Flávio Félix. O ex-dirigente já contou que “o Avaí tinha 12 folhas de pagamento atrasadas”, e as dificuldades financeiras atrapalhavam o crescimento do clube. Logo que

chegou à presidência, Felix buscou parceiros, como o fornecedor de material esportivo e o contrato de patrocínio. Na área de marketing, contratou a agência publicitária D. Araújo, que trouxe o patrocínio da *Cap Ferrat*, subsidiária da *Peugeot* em Florianópolis, e manteve contrato com a *Pierry Sport* no fornecimento de material esportivo. A empresa patrocinadora ficou apenas meio ano.

Em 1998, a *Portobello Cerâmicas* passou a estampar a marca nas camisas avaianas, ficando até o fim de 2003. Para atrair novos sócios, foi criada a campanha cadeira azul. Dentro de campo, ficou mantida a base do ano anterior, sem grandes mudanças no elenco de um ano para outro. Félix sempre trabalhou um plantel com até 30 jogadores, incluindo alguns atletas das categorias de base, controlando, relativamente a quantidade de contratações.

No final da década passada, muitos clubes brasileiros enfrentavam dificuldades financeiras com gestões econômicas temerárias, e por isso abriam espaço para a forma clube-empresa, trazendo novos rumos para as agremiações esportivas. Em seguida a estrutura interna do clube começou a melhorar, com a expansão da loja Leão Sport Shop e de outras idealizações como: a criação da força feminina avaiana, a Fofa; o ingresso para o desempregado; e a parceria com a antiga empresa de transporte coletivo da cidade, a Ribeironense, atual Insular, que garantia passagem gratuita para quem fosse ao estádio acompanhar aos jogos do Avaí.

Dirigente do clube desde 2002, o médico e empresário João Nilson Zunino assumiu o cargo após desistência do grupo de Flávio Félix, permanecendo até os dias de hoje. Zunino organizou administrativamente a associação, sem promover mudanças drásticas. O atual presidente do Avaí trouxe a experiência como gestor, buscando um perfil empreendedor fora de campo, projetando para 2010 o certificado ISO 9001, ligado à gestão de qualidade.

O retorno à Série A trouxe bons resultados para o Avaí no segmento comercial. O projeto iniciado em 2004, seguido à risca pelos dirigentes, ajudou nesse aspecto. Durante a campanha do acesso, por exemplo, foi construída a loja oficial do clube nas dependências do estádio da



Ressacada, além do aumento nas vendas dos produtos licenciados, especialmente camisetas e artigos relacionados ao clube.

A chegada de Zunino ao comando do clube foi no momento em que o Figueirense, seu rival mais direto, conseguia ingressar à elite do futebol brasileiro. Com isso, a cobrança dos torcedores por uma equipe competitiva e por bons resultados era cada vez maior. Muito questionado pelos torcedores e por alguns jornalistas esportivos, o presidente Zunino sofreu grande pressão para deixar o cargo.

Em fevereiro de 2007, foi lançado o Movimento *Fora Zunino!*, que pedia a saída do presidente do clube. A questão decorria do mau momento que o clube vivia diante dos principais adversários do futebol estadual, além da aproximação com Delfim de Pádua Peixoto Filho, presidente da Federação Catarinense de Futebol, impopular diante de grande parte dos torcedores.

Já na temporada de 2007, durante todo o campeonato brasileiro, o Avaí lutou contra o rebaixamento e, na última rodada, com a vitória sobre o Ituano, em Florianópolis, garantiu a permanência na Série B para o ano seguinte. Diante da insatisfação e cobrança dos torcedores, o presidente João Nilson Zunino, articulou algumas mudanças no departamento, fechando contrato com a *L.A. Sports*, que também trabalha com o Palmeiras.

Depois de 10 anos disputando a Série B e perdendo duas chances de chegar ao acesso, o Avaí finalmente conseguiu, em 2008, fazer uma campanha consistente desde o estadual, com vitórias que de certa forma convenceram o torcedor, levando o clube para a elite do futebol brasileiro. A última participação da equipe na primeira divisão tinha sido em 1979, quando o sistema era diferente do modelo atual, sem acesso e rebaixamento. No duelo contra o São Caetano, último antes de voltar à primeira divisão, muitos torcedores presentes na Ressacada ainda não tinham nascido quando o clube participou da competição quase 30 anos antes. Durante esse período, tiveram que acompanhar o time em grupos intermediários, realizando campanhas irregulares, figurando entre a

segunda e a terceira divisão, enquanto Criciúma, Joinville e Figueirense figuravam o futebol de Santa Catarina em cenário nacional.

Em março de 2008, com o Campeonato Catarinense já em andamento, Paulo Silas assumiu o Avaí, no lugar de Sérgio Ramirez. Silas foi campeão brasileiro pelo São Paulo, como jogador, e também participou de duas Copas do Mundo; foi atleta vencedor e exemplar, tinha pouca experiência como treinador. Mesmo assim levou a equipe a uma série de vitórias.

Os bons resultados, aliados à boa fase em que a equipe atravessava em campo, deram maior tranquilidade ao novo técnico, que conquistou a popularidade do torcedor. As seis vitórias nas primeiras seis partidas no Campeonato Catarinense, vencendo fora de Florianópolis os times do Joinville e da Chapecoense, além da vitória sobre o Figueirense, no estádio Orlando Scarpelli, foram momentos que contribuíram para aumentar a popularidade de Silas.

O bom desempenho no campeonato estadual deixou o clube entre os favoritos na disputa da Série B. Na terceira colocação, o time conquistou o acesso à elite para 2009.

O ano de 2009, com Zunino ainda na presidência e Silas como técnico, foi de vitórias para o Avaí. Nos primeiros meses, depois de 12 anos sem ter a hegemonia do futebol no estado, a torcida avaiana pode comemorar a conquista do campeonato catarinense, em uma final memorável na Ressacada sobre a Chapecoense em que, somando tempo normal e prorrogação (a Chapecoense havia vencido o primeiro jogo), o placar final apontou 6 a 1 para o Avaí.

A partir daí, mantida a base e acrescida de alguns reforços pontuais ao elenco, o Avaí estava pronto para sua primeira disputa da série A do campeonato brasileiro em 30 anos. O início, todavia, foi preocupante, tendo ocupado por diversas rodadas a condição de lanterna (último colocado) do campeonato, com apenas uma vitória nas 10 primeiras rodadas.

Nesta situação, é comum a troca de treinador nos clubes brasileiros. No entanto, a direção do Avaí acreditou na virada e manteve Silas no comando da equipe. E a virada aconteceu, com o Avaí se tornando, em determinado

momento, na sensação da série A, ao acumular 11 jogos invictos, com 8 vitórias e 3 empates.

Se o principal objetivo declarado pelo clube era o de permanecer na primeira divisão para 2009, este foi alcançado com folga. Muito mais que isso, o Avaí esteve no chamado G4 (os quatro primeiros colocados, que obtêm vaga para a Copa Libertadores de América) ou próximo dele até o final do campeonato. No final, o sexto lugar, apenas cinco pontos atrás do quarto classificado (último do G4) colocou o Avaí à frente de vários clubes de maior tradição no futebol brasileiro e com vaga para disputar em 2010, pela primeira vez, a Copa Sul Americana de futebol.

É possível notar que o clube colheu alguns frutos do planejamento estratégico iniciado em 2004, cumprindo as metas que visavam ao aumento no quadro de sócios e das obras de ampliação da Ressacada. Além disso, há as ajudas provenientes das entidades públicas, como a Lei Rouanet, fundos como o de esportes e o da cultura, além de outros parceiros interessados.

Nos últimos sete anos, o patrimônio aumentou em 400% e foram feitas muitas obras de infra-estrutura no estádio, num custo estimado em R\$ 10 milhões. Houve reformas estruturais, como a intensificação do Centro de Treinamento e das divisões de base.

A *L.A. Sports*, empresa gerenciada por Luiz Alberto Martins de Oliveira Filho, é voltada para a administração de contratos de jogadores. Parceira do Avaí desde 2007, enfrentou descrédito por boa parte dos torcedores. Antes da parceria com o clube de Florianópolis, a *L.A. Sports* esteve três anos ao lado do Paraná Clube, quando obteve resultados satisfatórios. Na Ressacada, o compromisso tem sido o investimento em novos valores no futebol, assim como trazer atletas em início de carreira, despontados em equipes de menor expressão, para revelá-los no cenário nacional.

Facilmente se percebe que as parcerias dentro dos clubes fazem parte de uma espécie de nova política do futebol, para trazer outra dimensão ao time, principalmente em relação aos contratos com jogadores, na permanência da comissão técnica, elenco, etc. Boa parte da equipe

mudava constantemente de uma competição para outra, na mesma temporada. Com a vinda da *L.A. Sports* para a agremiação da Ressacada, pode-se perceber um período de maior estabilidade do elenco.

Midiaticamente, a assessoria de imprensa do clube articulou uma revista impressa chamada *Revista do Avaí F.C. - paixão para toda a vida*. O periódico bimestral teve sua primeira edição na metade de 2008, por ocasião da comemoração dos 85 anos do clube.

A partir de então, o Avaí passou a ter um veículo próprio de comunicação, formatado em publicação requintada, distribuída para todos os clubes profissionais do país e do estado de SC, da série A e da série B, instituindo-se cada vez mais no espaço do mercado publicitário. A revista passou a ser vendida em banca, em cerca de 100 pontos de venda na Grande Florianópolis, por R\$10,00 (dez reais), conta com a colaboração fixa do cronista Sérgio da Costa Ramos, possui seções de entrevistas e perfis com torcedores avaianos anônimos e públicos como o ex-tenista Guga Kurten e o jornalista Cacau Menezes, além de matérias de história e memória.

A 2ª edição, ao final de 2008, já comemorava o adeus à série B, numa espécie de edição histórica. Neste mesmo período, lançava-se nos cinemas da Grande Florianópolis o documentário de 82 min *Vamos Subir Leão! A conquista do acesso*, dirigido por Marcos Bittencourt, roteirizado e produzido por Diogo Karam Kleinubing e Nilo Sérgio Gonçalves de Santiago. A 3ª edição da revista, já em fevereiro/março de 2009 fazia o agendamento para o campeonato catarinense – *o estadual será nosso*, continha entrevista exclusiva com o próprio Luiz Alberto, da L.A. Sports, o lançamento da seção *Leoa Avaiana* e outras matérias de cunho exaltador e saudosista. A 4ª edição, de abril/maio, já destacava a obtenção do título estadual, ressaltando as proezas da equipe e do técnico, inserindo matérias especiais sobre a história do time na série A. A 5ª edição, setembro/outubro fazia o balanço do primeiro turno do brasileirão, especificando aspectos sobre o planejamento do clube e comemorando os seus 86 anos. E por fim, na 6ª e mais recente edição, de dezembro de 2009, a grande

ênfase estava no balanço da bem-sucedida atuação do Avaí na série A, além dos prognósticos para 2010 e das novas mudanças no time.

Atualmente há uma infinidade de sites, comunidades e blogs no ciberespaço sobre o Avaí, o mais acessado é o [www.avaimania.com.br](http://www.avaimania.com.br). Existe, também, uma revista online, a *Leão em Foco*, produzida pelos alunos do curso de jornalismo da Faculdade Estácio de Sá de SC, coordenada pelo jornalista e avaiano Fernando Evangelista, ex-correspondente internacional da revista *Caros Amigos*.



### **CAPÍTULO 3: A TRAJETÓRIA DO LEÃO NO CAMPEONATO BRASILEIRO ATRAVÉS DAS CHARGES**

A partir de agora será aberta a porteira para o universo sógnico, mítico e zoosseimiótico das narrativas chargísticas. Pretende-se fazer uma leitura linear, seguindo a perspectiva temporal de evolução do campeonato, ressaltando as charges produzidas por Adorno (HSC), Mendes (ND) e Zé Dassilva (DC) sobre o Avaí F.C. Em algumas delas o olhar será mais efusivo e intenso, enquanto outras apenas serão expostas e mencionadas.

Convém observar que só a disposição em que as charges dos três artistas vêm configuradas, num eixo temporal cronológico, já favorece um olhar interpretativo não só de cada charge isolada, mas de uma nova e extensa narrativa que aglutina três visões críticas simultaneamente, tornando a leitura seqüencial similar à leitura de uma história em quadrinhos.

Do total são 77 charges coletadas, sendo 35 de Adorno (HSC), 25 de Zé Dassilva (DC) e 17 de Mendes (ND). Destas 77 ilustrações, 2 delas, de Adorno, e uma de Mendes, referem-se ainda ao Campeonato Catarinense 2009. Portanto o total de charges coletadas específicas sobre o Avaí no Campeonato Brasileiro é de 74. Das 17 charges de Mendes (ND), o artista que menos abordou o Leão no campeonato, uma delas foi extraída da capa do jornal, o restante partiu do espaço específico da charge, que é na página 6 do jornal *Notícias do Dia*, além de outro espaço mais específico que é o do Caderno de Esportes, toda a 2a feira. Já a charge de Adorno consta diariamente na página 2, de *Hora de Santa Catarina*, enquanto as de Zé Dassilva na página 3 do *Diário Catarinense*.

Dá-se início, portanto, à gincana das mascotes-signos no cenário narrativo-chargístico do jornalismo impresso popular da Grande Florianópolis, protagonizada pelo Leão da Ilha.

### 3.1. TEMPORALIDADE

Um critério bastante providencial, para que se possa contemplar as charges em suas sucessões, conforme o andamento das rodadas e turnos, é o da temporalidade. A partir desse eixo temporal, já se pode pensar em duas marcas fortes: a do pré-jogo e a do pós-jogo. No que consiste isso?

Há chargistas como Adorno (HSC) que, pelo fato de estar na condição de ilustrador do veículo, costumam preparar o leitor para o jogo do dia, criando uma espécie de prognóstico, agendamento, geralmente positivo da jogada, assim como, caracterizar no outro dia como foi o desfecho da rodada. Frequentemente a vitória propicia publicação garantida da charge pós-jogo, embora, dependendo do desempenho da equipe, uma derrota vergonhosa possa também não só tematizar a charge pós-jogo, como até recheiar matérias de capa da edição do jornal.

Dentre os três chargistas escolhidos, foi Adorno (HSC) quem mais cumpriu agenda pré e pós-jogo. Zé Dassilva (DC), algumas vezes; e Mendes (ND) muito poucas vezes. Vale a pena esclarecer que as ocorrências que menos favoreceram produção de charges foram as das rodadas que resultaram em empate. Sabe-se que dos jogos do Avaí, o placar predileto foi o dos empates. Sendo assim, muitas vezes o leitor, após sentir-se instigado pela charge do dia a assistir ao jogo, não encontraria charge pós-jogo, se a partida resultasse em empate. E quando havia charge pós-jogo de empate, geralmente era outra temática enfatizada. Portanto, outro signo viria evidenciado, como o da lanterna, que será tratado mais adiante.

### 3.2. FINAL DO CAMPEONATO CATARINENSE 2009

Para ilustrar o fenômeno da temporalidade pré e pós-jogo nas charges, serão apresentadas duas charges de Adorno (HSC) ainda referentes à rodada final do Campeonato Catarinense 2009, alguns dias antes do início do Campeonato Brasileiro. Essa escolha se respalda no fato



de já mostrar com que imagem o Avaí chegava ao Brasileiro, já que conquistara o título estadual.



02/05/2009(HSC)

Foi com a equipe da Chapecoense que o Avaí mais sofreu durante o Campeonato. Teve um número muito maior de derrotas contra a equipe do que de vitórias. Vitória mesmo só nas finais. E esta charge de Adorno manteve no pré e pós-jogo o mesmo signo-eixo, o do rolo compressor. O time da Chapecoense tem sua mascote representada pelo Índio Condá, um índice metonímico em relação ao clube, pois Índio Condá, além de ser o nome dado ao estádio, caracteriza indiretamente a etnia preponderante na formação cultural da região de Chapecó, no oeste de Santa Catarina.

O mais curioso é que, quando o Índio Condá não vinha explicitamente referido, surgia ainda mais metonimicamente representado pelos arcos ou flechas, sua arma de combate. O Leão vinha muitas vezes, também, indicialmente marcado pelas garras, seu dispositivo natural de defesa e ataque. A escolha do rolo compressor reforça que a arma expandida tornar-se-ia uma espécie de tanque de guerra contra o adversário, a expressão ressecada também expande metonimicamente a significação dada ao local da última rodada, em casa, no Estádio da Ressacada. É uma charge simples, sem grandes rebuscamentos semânticos, que cumpriu a função de prognóstico e

manteve a expectativa para a compensação final, que era a de obtenção do título estadual.



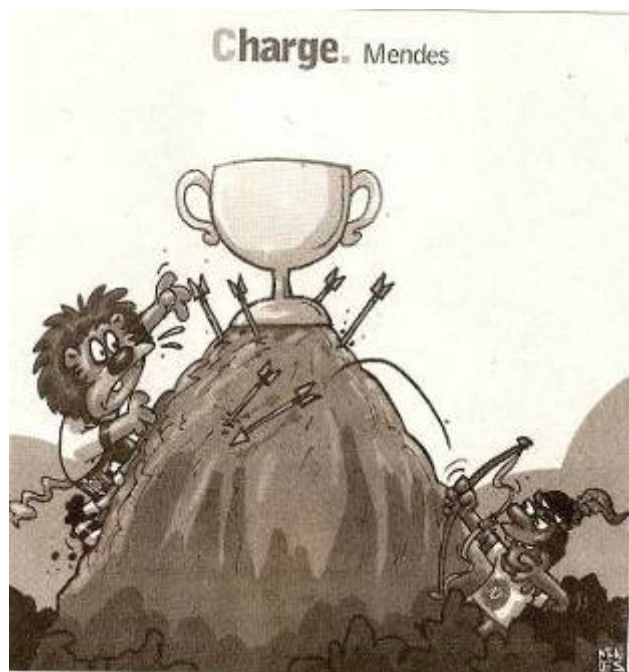
04/05/2009(HSC)

A semiose em Adorno se configura a partir de elementos comuns à linguagem das Histórias em Quadrinhos (HQs) como os índices de movimento circunscritos nas rodas do veículo, a poeira/fumaça deixada em função do acionamento do motor, em formato de pequenas nuvens, assim como os efeitos brilhosos dos fogos de artifício. A charge de Adorno, em relação aos demais, é a única preponderantemente colorida. Os olhos do que indicam o desfalecimento do Índio Condá também são elementos corriqueiros na linguagem das HQs.

Em contraste a isso, Mendes surge com a proposição da escalada do monte, em que os seus protagonistas tentam chegar, cada um com suas armas, à taça do título, ao cálice sagrado, à Demanda do Santo Graal do Futebol. O Leão carrega uma fisionomia de desconfiança, de temor, o Condá, embora esteja mais abaixo na escalada, parece mostrar uma expressão bem mais desafiadora.

Outro aspecto que se deve elucidar é o de como a fábula narrativa na charge é criada. Já que os times vêm

representados pelo signo-mascote, num processo de sintetização metonímica, para mostrar as proezas ou especificidades das jogadas, é preciso criar um universo simbólico ou mítico, para dispor os personagens na história. Adorno elegeu o rolo compressor, aludindo à demolição, terraplanagem. Mendes cria um cenário mais épico, de aventura. Apesar da expressão mais assustada do Leão, ele está mais acima, mesmo que o número de flechas do Condá indique que a quantidade de pontos e vitórias tenha sido dele.



2e3/05/2009 (ND)

As primeiras charges do Campeonato Brasileiro, envolvendo o Avaí, surgem no traço de Adorno, que mostra pré e pós-jogo com o Flamengo. Era a 2ª rodada, a primeira partida, que tinha sido com o Atlético Mineiro, resultou em empate 2x2, então não favoreceu a produção.

### 3.3. OS DESTINOS DO LEÃO NO BRASILEIRÃO 2009



15/05/2009(HSC)

Eis, então, o Leão a caminho do Rio de Janeiro, para o jogo com o Flamengo. Adorno ilustra em azul o evento de chegada à cidade maravilhosa, o Leão ali estampado na bandeira é muito mais feroz do que o Leão personagem atuante nas charges. A delegação chega ao local da rodada. Adorno chargeia, enaltecendo o time, exaltando o torcedor-leitor-modelo. É o time da Ilha de Santa Catarina em sua primeira saída de casa na série A 2009.

No dia posterior, ainda agendando a ameaça possível que o Leão poderia fazer ao Flamengo, surge o Urubu, também no traço de Adorno, em plena beira de praia da Zona Sul carioca, espantando a ave com um espeto de churrasco, não bastando suas garras. O Urubu acuado vai fugindo em direção ao mar, sorte que pode voar. O churrasquinho na praia referido pelo Leão, por meio do balão, pode estar reforçando o campo semântico sobre a cultura no sul do país, assim como ao calor de 40 graus nas

praias do Rio de Janeiro, e o comportamento possível de um sulista naquele contexto.

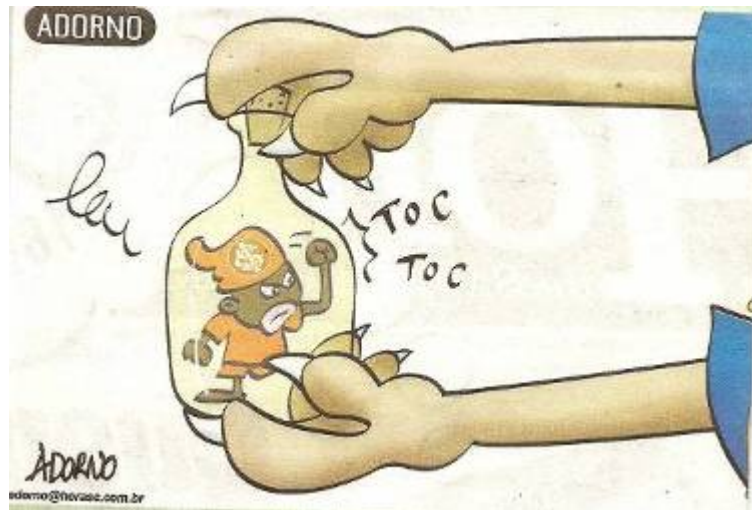


16/05/2009 (HSC)

Esta charge vem com todos os elementos das HQs, com legenda de narrador e balões dos personagens, a representação icônica previsível do cenário surge expressa de forma tão similar a um quadro de natureza morta, que também representa iconicamente o contexto.

Na 3ª rodada do Campeonato, o Avaí também empatou com o Coritiba (2x2), portanto não motivou charge, mas foi com o Internacional, na 4ª rodada, que surgiu as charges pré e pós-jogo de Adorno, mostrando pela primeira vez o Saci interagindo em peripécias com o Leão. Na primeira, pré-jogo, Adorno recupera os caracteres próprios da narrativa mítica do Saci, colocando-o submetido às patas e garras do Leão, dentro do pequeno frasco de vidro. Dizia-se que era prioridade de poucos manter o Saci minúscula e magicamente reduzido dentro de uma garrafa ou dispositivo similar. A pré-charge antecipa positivamente a partida, expondo a supremacia do Leão diante do Saci, numa relação de poder - animal simbólico x figura mítica abstrata,

a ferocidade de um felino contra a subjetividade de um ser mitológico.



30/05/2009 (DC)

Mas a charge pós-jogo não pôde evitar o revés do protagonista. Do mesmo tamanho, já em forma corporificada, surge o Saci de chuteiras, baforando com seu poderoso cachimbo a juba do Leão, que tosse atrapalhadamente diante do placar de 2x1. Geralmente, as charges de pós-jogo que mostram a derrota do Leão vêm mais carregadas de componentes retóricos, em forma de figuras como metáfora e hipérbole, explicitando a crítica ideológica.

A hipérbole é uma figura de retórica formada a partir da mesma linha de raciocínio da metáfora, consistindo num exagero da significação lingüística, para fins de expressividade. E não se restringe apenas à expressão verbal, o signo não-verbal também se hiperboliza.



01/06/2009

Até então, fica visível que a produção de charges de Adorno é a de maior quantidade, e assim vai ser até o final do campeonato. Mesmo na possível intenção de promover os jogos do Avaí, até o momento só se tinha empates e derrotas a notificar. Na charge pré-jogo da partida com o São Paulo, é Zé Dassilva quem faz a alusão metonímica ao próximo adversário, já tendendo para a crítica à estagnação da equipe, em não ter ainda conseguido uma vitória sequer.

Aproveitando-se de outros elementos do campo semântico referente aos santos da cultura cristã, a charge mostra o Leão clamando pelos demais santos, pedindo a primeira vitória, enquanto a voz divina condiciona o seu pedido ao time do São Paulo.

A mascote-signo do São Paulo é a figura de um velho santo que surgiu pela primeira vez numa charge dos anos 40, no jornal *A Gazeta Esportiva*. Portanto, é um velhinho de barba branca o signo que representa o time do São Paulo, embora não tenha sido traçado pelos chargistas deste estudo.

Zé Dassilva preferiu circular pelo universo metonímico, construindo uma narrativa que mostra o Leão em ritos de reza, clamando por vários santos, em cujos dias de devoção e dedicação se encontravam, no início do mês de junho: São Lucas, São João e São Pedro. É o mês das

festas juninas. A mascote-signo do São Paulo não é mostrada, mas o investimento metonímico se encarrega de aludi-la.



07/06/2009

Este é mais um exemplo de seqüência de charges que inicia num pré-jogo, já não exaltando o protagonista, e que não se completa com a fase pós, porque o jogo resultou em empate (0x0).

Na 6ª rodada, com o Barueri, não houve charge pré-jogo de nenhum artista, apenas uma pós-jogo, que não destacava a derrota do Avaí por 3x1, mas entrava num outro campo de significação, em que um dos elementos era a 'lanterna'.

Já que se fala em campo semântico, seria bom trazer de Eco(2001), a noção de significado como Unidade Cultural, que equivaleria, também, à noção de Campo Semântico.

Neste caso de alusão aos santos, o leitor consegue identificar e entender os propósitos conotativos criados pelo artista, porque conhece pelo menos uma Unidade Cultural



que lhe é comunicada, através de palavras co-relativas ao que não se mostra, ou não se denomina, que é o time do São Paulo.

Para Eco (2001) toda tentativa de estabelecer o que seja o referente de um signo, obriga o leitor a definir esse referente em termos de uma entidade abstrata, a qual não passa de mera convenção cultural. Então, o significado possível de um termo ou signo será uma Unidade Cultural, que pode ser definida como uma unidade semântica inserida em determinado sistema. Esse tipo de unidade também pode ser reconhecido como unidade intercultural, que pode permanecer invariável. Reconhecer a presença dessas Unidades Culturais significa compreender a linguagem como fenômeno social.

A próxima charge pode ilustrar bem isso. O termo 'lanterna', já desdobrado para formas sógnicas denotativas (com o desenho do objeto, convencionalmente) designa o fenômeno de estar por último na fila, próximo à zona de rebaixamento, sem iluminação, pois o farol é lá adiante, então quem fica com a lanterna, já está no escuro.

A lanterna do Avaí, no traço de Zé Dassilva confunde-se com a luminosidade do estádio num processo analógico hiberbolizado. A voz do funcionário da torre de comando omite ser aquela luz apenas indicativa da luminosidade do estádio num jogo noturno. O chargista não escolhe o contexto do avião e do aeroporto por acaso, arbitrariamente. Aproveita-se de duas unidades culturais - aeroporto e estádio da Ressacada – porque estas estão presentes no mesmo sistema significativo que compõe o bairro onde estão situados – Carianos, ou seja, realmente o piloto de um avião ao pousar no Aeroporto Hercílio Luz, enxergará com destaque a luminosidade do estádio.

O artista oferece não só a similaridade como eixo de raciocínio para o leitor-modelo compreender a mensagem (cooperar textualmente). Ex.: a analogia entre os dois tipos de dispositivos que produzem luz – estádio iluminado (em grande quantidade) e lanterna (em pequena); mas oferece também a contigüidade como outra linha de raciocínio criativo, quando mapeia para o seu leitor o contexto verossímil de ocorrências das unidades dramáticas em suas

charges, para que sejam compreendidas factualmente. A similaridade característica da construção do processo metafórico e icônico; e a contigüidade, própria da construção do processo metonímico e indicial.



15/6/2009

O mesmo chargista, dois dias depois, insiste na possível derrocada do clube, colocando-o, desta vez, numa conversa com o signo-mascote do Criciúma, o Tigre. Os felinos pedem conselhos um ao outro, pois um deles hoje já está na série A, enquanto o outro ainda está na série C. Então a conversa se desenvolve a partir da frustração de ambos, em especular sobre suas experiências passadas, o da série C, na A; e o da série A, na C.

Uma outra observação pertinente diz respeito ao fato do chargista, ao colocar-se criticamente diante do impasse da dificuldade de vencer do protagonista da charge (em princípio o Leão), traz como co-adjuvante um personagem que sequer estaria contracenando com ele, já que ambos fazem partes de séries distintas, embora, ambos estiveram juntos há pouco tempo durante o estadual.



17/6/2009

Desta vez, Adorno é quem coisifica a lanterna, colocando-a no contexto da página de vendas de artigos e produtos do clube, na *store* virtual do Avaí. Dá destaque ao produto da semana: a lanterna. Zomba com as possibilidades de produtos a serem vendidos no site comercial do clube.

A lanterna se configura originalmente como metonímia, índice, pois provém daquele outro campo semântico (da necessidade da luz, num caminho obscuro), é extraída desse campo e trazida denotativamente, *ipsis litteris*, para o contexto da charge. Carregar a lanterna ou pôr a lanterna pra vender na própria loja é uma expressão conotativa, que mostra o desdobramento do índice em quase-símbolo, quase-personificação.

Convém reforçar que a denotação é a referência imediata que um termo provoca no destinatário de uma mensagem. Melhor dizendo, denotação poderia ser a referência imediata que o código atribui ao termo numa dada cultura. Neste caso, o termo é 'lanterna', e o código é a forma como ele se apresenta no contexto do futebol.



18/6/2009

Já a conotação é o conjunto de todas as unidades culturais que uma definição determinada pode pôr em jogo. É a soma de todas as unidades culturais que um termo pode evocar na mente de um destinatário, não numa possibilidade psíquica, mas numa disponibilidade cultural. Da cultura do senso comum para a cultura futebolística chargeada, a seqüência de interpretantes de um termo como a 'lanterna' demonstra que esse termo pode ligar-se a todos os outros signos que de alguma forma a ele foram reportados.

Então, na charge de Adorno, deslumbra-se o investimento figurativo na denotação do termo 'lanterna', para, daí sim, possibilitar a sua expansão conotativa. Ou seja, reforça-se figurativamente o termo 'lanterna', desenhando-a denotativamente, para provocar o efeito inverso na mente do destinatário, que é o de todas as conotações possíveis que o termo possa assumir.

Na rodada contra o Fluminense, também não houve charges pré-jogo, pois ainda não havia condições dos artistas, principalmente de Adorno, em motivar o time, até porque a tendência crítica já se calcificava em torno do jejum de vitórias e do porte da lanterna. Foi então que o

Avai venceu sofregamente por 3x2, e somente Zé Dassilva surge ainda pra justificar a vitória a partir da menção satírica ao jogador Léo Gago, autor do gol da virada.

Quase como um ventríloquo, o Leão fala pelo jogador, internalizando inclusive sua gagueira, orientando uma leitura ao destinatário de que não se tratou exatamente de uma vitória do time, mas de uma quase-derrota.



22/06/2009

Na 8ª rodada, após perder para o Cruzeiro, de 1x0, Adorno ainda não quis figurativizar o Cruzeiro com a Raposa, e preferiu insistir na ameaça da força da série B. A expressão 'acorda' tanto pode estar querendo sugerir o efeito imperativo do verbo acordar, que já é metafórico; quanto pode estar alertando o Leão de que a 'corda' está por perto, a 'corda' que pode enforcá-lo, fazendo-o retornar à série B.

Ninguém dormiu, denotativamente, pois a expressão é de natureza conotativa, é uma forma hiperbólica de dizer

que alguém não está prestando a devida atenção aos fatos, de quem está distraído, cochilando.



30/06/2009

Mesmo diante dos fracassos, Adorno tenta instigar o leitor, formulando a charge pré-jogo Palmeiras e Avaí, na qual mostra o signo-mascote Porco, índice e metonímia, pronto pra enfrentar o Leão, que já está de máscara, a fim de evitar o contágio da gripe suína, ou gripe A. Novamente se visualiza a aglutinação de unidades culturais distintas, quando o texto opinativo traz elementos da factualidade, para intertextualizar. Eis o intertexto da gripe A, um dos assuntos que mais concorreu na produção das charges do Campeonato.



04/07/2009

Na charge pós-jogo Palmeiras x Avaí, nem foi preciso mostrar o Porco novamente, bastou referir-se indicialmente aos 3x0, colocando apenas as três bolas contra os 3 zs, onomatopéia que representa o sono. Ressuscita-se o trocadilho do verbo acordar ou do substantivo 'corda', da força da série B, tudo implícito. Vê-se que a charge, enquanto mensagem estética, institui códigos peculiares ao contexto como a 'lanterna' e a 'corda', numa espécie de idioleto estético.

Importante também reparar no dialogismo existente entre as charges de Adorno e Zé Dassilva, não só porque ambos trabalham para jornais da mesma empresa, mas de um pressupor as informações ou figuras já dadas pelo outro em suas charges, sem precisar redundá-las. Enquanto Adorno investia na ambigüidade de "Acorda", sugerindo-a pela segunda vez, pela performance oposta, ao dormir; Zé Dassilva ficava na especulação sobre a 'lanterna', mesmo que Adorno já tivera evidenciado a 'lanterna', na charge do store virtual do clube.

É característica peculiar dessas mensagens estéticas instituírem novas conotações e transformarem as próprias denotações em conotações *ad infinitum*. Eis a semiose que se estabelece: uma cadeia cada vez mais extensa de interpretantes que refina e particulariza a leitura para seus destinatários. Só decodifica com precisão quem faz parte dessa comunidade interpretativa.



06/07/2009

Deixava-se, assim, o Leão sossegadamente dormindo durante o jogo ou com a 'lanterna' na mão, para fazer o leitor refletir sobre o fracasso de seu time. Mendes, até então, mal se pronunciara sobre todas essas façanhas. Na 10ª rodada, em pré e pós-jogo, ambos, Adorno e Zé Dassilva, colegas de mesma empresa jornalística, revezavam as brincadeiras com a 'lanterna', desta vez no jogo com o Botafogo.



11/07/2009

Zé Dassilva sugere o impasse entre o Leão e o Manequinho do Botafogo em torno da 'lanterna', ou seja, ambas as equipes estão na mesma condição, tentando desvencilhar-se do objeto.

O signo-mascote do Botafogo surgiu de uma réplica da estátua *Maneken Piss* (um garoto fazendo xixi), natural de Bruxelas, na Bélgica. A versão carioca da estátua foi posta como fonte de 1m de altura, instalada na praça Marechal Floriano, no Rio de Janeiro, quando em 1927 foi transferida, por razões morais, para a praia de Botafogo, próximo à sede do Mourisco.

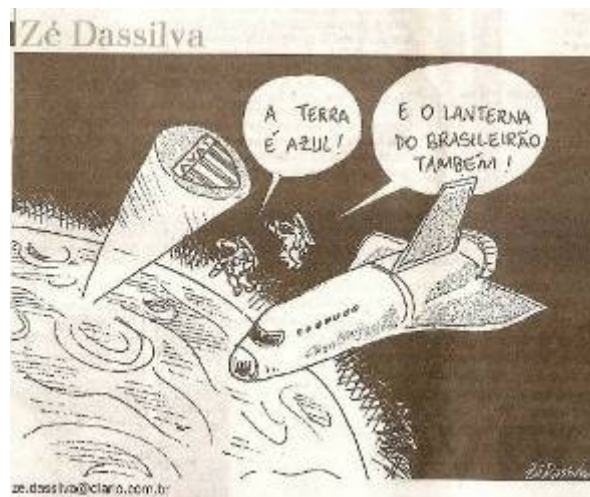


Em 1957 é que o Manequinho se instituiu como mascote do time, vestindo-se de alvinegro. Originalmente, era a Estrela Solitária o símbolo máximo do Clube de Regatas Botafogo. O signo representava a estrela D'alva e foi adotada essa imagem, indicialmente, por ter sido a primeira estrela a aparecer no céu no dia da fundação do clube. Embora, após algumas pesquisas, foi descoberto que aquela estrela que brilhava na noite do evento era o planeta Vênus.

Adorno também faz a charge pré-jogo, intertextualizando com o filme *Star Wars* (*Guerra nas Estrelas*), trilogia de sucesso na década de 80, que já sofreu *remaking* nos anos 2000. As lanternas de ambos condensaram-se metafórica e iconicamente em espadas de Jedi. Cada personagem, com seu manto-roupão apropriado ao contexto intergaláctico, lutava, não para derrubar a lanterna um do outro, mas para perder a sua própria.



11/07/2009



13/07/2009

Na charge pós-jogo, Zé Dassilva prefere não explicitar o fracasso do Leão na derrota de 2x1, e assim retorna ao tema central da 'lanterna', que já estaria se transformando, hiperbolicamente, numa luz sideral, possível de enxergar não apenas da cabine de um piloto de avião (como anteriormente), mas até fora do planeta, diante de um ônibus espacial. Então, num investimento metonímico, os astronautas identificam a similaridade das cores da terra com a da lanterna do Brasileirão: ambas azuis.



13/07/2009

Sobra, então, para Adorno, aproveitar-se literalmente do Manequinho fazendo xixi no penico da Ressacada, onde o Leão tenta irreversivelmente esconder-se.

Vale lembrar ainda que a imagem estilizada do Manequinho, após todas as suas adaptações (ressignificações, conotações), passou a ser definitivamente a mascote do time quando, em 1957, um torcedor vestiu a estátua com a camiseta do clube.

Só que, em 1990, a mesma estátua foi roubada e destruída. Depois uma nova réplica foi instalada e, em 1994, transferida para a praça em frente ao palacete de General Severiano. Ainda em 2008, num ato de vandalismo em que foi extraído o órgão sexual, a estátua foi levada para restauração. E somente no seu retorno ao local é que o Botafogo assumiu, portanto, a posse do monumento.

O Manequinho, considerando todo o processo de deslizamento de sentidos – de reprodução por analogia da estátua à adequação à cultura botafoguense, pode ser classificado como um índice, que traz consigo elementos intertextuais (unidades culturais) que justificam a sua não-arbitrariedade como símbolo.



15/07/2009

São nas charges pré-jogo da 11ª rodada, contra o Goiás, que começam a ser produzidas mais efetivamente as ilustrações de Mendes, sempre em propostas críticas e temáticas distintas dos outros dois artistas. Adorno, já no hábito de ater-se aos signos-mascotes dos clubes, traz o Periquito.

O signo é o mesmo do original do Palmeiras, por haver a mesma influência, pois o fundador do Goiás, Lino Barsi, era torcedor do Palestra-Itália, hoje o Palmeiras, então por isso manteve as cores – verde e branco. Além disso, justifica-se que a ave também é abundante na região Centro-Oeste. Talvez por essa razão, o Palmeiras, hoje, não fez questão de manter o Periquito como signo, evitando confusões e redundâncias, já que o Porco, emplacado pela torcida, é bem mais singular e inédito.

Nesta charge, Adorno mostra o Leão correndo atrás do periquito, que foge suado e assustado. A arma da vez é a puçá, dispositivo próprio para captura de borboletas, mostrada com frequência no universo dos desenhos animados.

Já a charge pré-jogo de Mendes mostra outra preocupação temática, pra não dizer, na verdade, a mesma anterior: a 'lanterna'. Desta vez é um policial que aborda o felino, perguntando-lhe se 'está procurando craque'. Essa procura confunde o guarda (e por conseguinte o leitor), porque o vê com a lanterna na mão. Assim, o Leão, com lanterna em punho, só pode estar na escuridão à procura de uma vitória ou de um craque. O policial busca, talvez, pelo 'crack', droga, que é mais próprio de seu campo semântico. A palavra, então, também entra em catarse de ambigüidade.

Há de se refletir também sobre a necessidade do artista do veículo concorrente não mimetizar diretamente o tema abordado pelo chargista do outro jornal. Ao mesmo tempo, não dá pra considerar uma mudança temática brusca, pois o tema previsível do Periquito é substituído por um outro tema, antes bastante difundido pelos demais chargistas Zé Dassilva e Adorno – a 'lanterna'.



15/07/2009

Seria mesmo na charge pós-jogo, ainda mais com vitória de 2x0 para o Leão, que Adorno mostraria a ave já fígada pelo espeto, a caminho da fogueira, ainda fazendo o seu último pronunciamento diante do algoz: 'demorô'. Como se a vítima já viesse há tempos demandando o seu próprio assassinio, aliviando-se diante do fato consumado. Na verdade essa fala não é do próprio personagem Periquito do Goiás, mas sim do chargista que encarna o pensamento vigente do torcedor, como se dissesse: 'até que enfim!'.



16/07/2009

Curiosamente, Mendes mostra que não está querendo evidenciar a vitória do Leão sobre o Periquito, está mesmo é querendo falar da vitória do time, sutilmente desdenhando-o.

É neste aspecto que se pode vislumbrar um Mendes torcedor, diferente do apenas ilustrador do jornal. Ele é o único dos três que parece querer mostrar a liberdade de opinião (supondo-se que ele não seja torcedor do Avaí, mas do seu rival Figueirense), ou então porque é pautado para isso, mas tenta, de todas as formas, amenizar sentimentos, filtrar emoções, não mostrar exacerbação para falar da vitória do Leão.



16/07/2009

O que aparece são dois sujeitos conversando, após observarem o ato de cavar do Leão. Questionam-se se não estaria ele desencavando uma vitória. Então, facilmente, com esse repertório de termos, pois o uso dos balões com falas mostra também a necessidade de investir ideologicamente na crítica, restringindo ainda mais as possibilidades de leitura, sem deixar ambigüidades, Mendes, mesmo tendo que abordar o Leão em suas charges, só o faz contando com outros elementos, muitas vezes, que nem dizem respeito ao adversário da vez, mas força algum outro tipo de parâmetro, de tal forma que

desfoque do mimetismo esperado pelas charges dos concorrentes.

Por exemplo, ele poderia ter mostrado que houve um derrotado da partida, como fez Adorno traçando o Periquito fígado no espeto, mas não, claramente dispõe de uma ideologia, isentando-se como mero assessor de comunicação.



18/07/2009

Adorno se coloca como o chargista que tem maior compromisso em difundir as peripécias do Leão, independente de vitórias ou derrotas, principalmente em relação ao eixo da temporalidade pré e pós-jogo. Nesta 12ª rodada, contra o Sport, ele agenda que o duelo de felinos será severamente disputado. O Leão Azul e o Leão Pardo, num verdadeiro exercício de espelhamento e duplicidade, protagonizam a narrativa de Adorno.

Pela primeira vez, dois signos-mascotes iguais co-atuam na cena enunciativa chargística. A batalha resultou em vitória de 3x1 para o Avaí, o que favoreceu não só uma charge pós-jogo de Adorno, quanto de Zé Dassilva. Na do primeiro, o Leão Azurra cozinha o adversário, chamando-o de amigo, como se a lei da sobrevivência permitisse a um felino caldeirar outro da mesma espécie.



20/07/2009

O Leão do Sport apareceu quando o clube conquistou o Troféu Leão do Norte, no Pará, em 1919, passando a representar a luta, a garra e a valentia da equipe. Para a sua definitiva institucionalização, 25 anos depois, só mesmo um cartunista – Humberto Araújo – quem poderia canonizá-lo como o simpático Léo.

Zé Dassilva também aproveita a oportunidade pra afirmar a realeza do Azurra sobre o Léo, nomeando o campeão de Leão da Ilha do Retiro, não apenas referindo-se ao ninho do Leão pernambucano como também criando outros trocadilhos, subvertendo clichês como: 'nessa selva, o rei também sou eu'.



20/07/2009



Para a 13ª rodada, Zé Dassilva fez a charge pré e Adorno fez a pós sobre a disputa com o Grêmio. Na pré, o Mosqueteiro chega no aeroporto de Florianópolis saudado pelos torcedores do Figueirense, que o motivam a vencer.

O Mosqueteiro foi criado em 1946, pelo chargista Pompeo, da *Folha da Tarde*, de Porto Alegre. Neste mesmo ano, a torcida endossou a adoção da mascote, criando um slogan que o acompanhava: 'com o Grêmio, onde estiver o Grêmio', depois adaptado para o hino do clube.

Mesmo tendo sido concebido por um chargista, pouco se sabe sobre as motivações ocorridas, se são realmente indiciais, ou se o Mosqueteiro estaria no universo, quase inusitado, do simbólico. Na prática, nenhuma dessas mascotes permanece com caráter simbólico, todas acabam se indicializando, pela própria força narrativa e mitologizante das comunidades interlocutoras.



22/07/2009

Percebe-se, também, que além da massa de torcedores saudando o Mosqueteiro, há sinais gráficos de interrogação provenientes do personagem. Isso mostra que ele não entende por que, ao descer na sala de desembarque, os torcedores locais estariam pedindo por sua vitória.

Como o resultado foi positivo para o Avaí, 1x0, Adorno fez o Leão vingar-se na charge, utilizando a própria arma do

Mosqueteiro, a espada. O Leão Azurra espeta o tricolor, erguendo-o do chão.



23/07/2009

A charge pós-jogo, da mesma rodada, feita por Zé Dassilva não evidencia mais a imagem do Mosqueteiro derrotado, mas investe na motivação icônica entre o Leão que desponta e um foguete que decola. É a charge funcionando como assessoria de comunicação pró-avanco do Leão no Campeonato.

Estava chegando perto o momento da virada do Avaí no campeonato, depois de uma série de empates e algumas derrotas, após a constituição de uma diversidade de unidades culturais (interpretantes) como o mito da lanterna, anunciando o temor do rebaixamento, e o trocadilho do termo 'acorda', indicializando a força da série B.



24/07/2009

Na 14ª rodada, no pré-jogo contra o Atlético-PR, Adorno pela primeira vez divide a cena enunciativa da charge para contrastar os desempenhos entre o Leão e o Furacão, do Figueirense. O Leão já vinha convencido da vitória contra o Grêmio, 1x0, e o Figueira já comemorava a vitória contra o Vila Nova 3x1.

Nesta charge, o artista se utiliza de uma técnica bastante comum para Mendes, que era a de abordar os dois clubes locais numa só narrativa. Esta charge pré-jogo agendava a vantagem do Avaí sobre o Atlético-PR, e do Figueirense sobre o Ponte Preta.

Observa-se a mascote do Atlético-PR, o Cartola. Desde a sua fundação, em 1924, quando o Atlético-PR era resultado da fusão entre o América e o Internacional, a maior parte da torcida era composta de indivíduos de classe alta, que costumavam andar vestidos de cartola e fraque. Metonimicamente, em 1980, o clube assumiu essa mascote, que na charge aparece acuada pelas garras do Leão.



25/07/2009

Do outro lado da linha contrastiva, nota-se o Furacão espantando um ser que só pode ser a Macaca do Ponte Preta, pois só se vê, indicialmente, o seu rabo.

É pertinente ressaltar que, quanto à adoção de mascotes, o time do Figueirense também oscila entre três signos distintos, apresentados nas charges. Quando o Figueirense surge protagonizando as narrativas de Mendes ou de Zé Dassilva, vem centrado na figura de um homem negro, o Negrinho da Coloninha que, por relação de contigüidade, representa a figura popular do freqüentador da Escola de Samba Coloninha, situada no mesmo bairro onde fica o Estádio Orlando Scarpelli. Tudo numa mesma linha de raciocínio similar à da produção signica do Saci, do Internacional.

Mesmo assim, há uma figura mascote original da equipe, que é a Figueirinha, desde 2002, uma Figueira, em miniatura, personificada. Adorno utiliza o Furacão que, também por relação metonímica, alude ao vento sul que de vez em quando varre as partidas.



27/07/2009

Ainda em comemoração à vitória de 3x1 contra o Atlético-PR, também chamado de Furacão da Baixada, Zé

Dassilva não perde a oportunidade de também se referir ao time rival local, mostrando que essa vitória conquistada teria sido decorrente de muito treinamento, pra não dizer de jogadas vitoriosas, sobre o Figueirense, que nem precisa ser denominado de maneira objetiva, pois já está aludido indicialmente com o termo 'Furacão do Estreito'.

Há de se notar também que o Leão pomposo declara tudo isso do alto de uma espécie de cabine de salva-vidas, fala do alto, porque já está mais acima, bem mais acima do rival local da série B.



28/07/2009

Pra encerrar o mês, sem motivos pré ou pós-jogo, Zé Dassilva ainda reforça a comparação entre as duas equipes locais da Grande Florianópolis, ambas estavam em bons momentos após vitórias sucessivas, somente o Tigre, do Criciúma, que estava na sua vez de dormir.

O time da série C encontrava-se num péssimo momento na competição, e por isso a placa foi posta ao lado do corpo, como se estivesse dormindo, também com a onomatopéia específica 'zzzz', indicando que somente na

pré-temporada do estadual de 2010 é que o Tigre iria sair da hibernação, fenômeno incomum para ele. O Leão e o Negrinho da Coloninha estavam por cima da situação, sentindo-se autorizados a comentar a condição do companheiro de região.

Depois de vencer o Vitória por 4x0, na 15ª rodada, empatado com o Corinthians, 0x0, na 16ª, e ainda ganho do Santo André, 1x0, o Leão comemora no alto do penhasco, quando faz embaixadinhas, enquanto observa interrogativo o rival local, despencando da tentativa de acesso à série A novamente e, também, ineditamente, Mendes estampa essa vantagem do Avaí sobre o Figueira, sem economizar características positivas ao Leão. É o recurso argumentativo das comparações e contrastes que marca o traço de Mendes. A vantagem de Mendes na produção chargística em relação aos demais está no fato de haver nas 2as feiras um caderno especial de esportes do *Notícias do Dia*, em que consta uma charge esportiva específica, além da genérica das primeiras páginas diárias.



10/08/2009

No mesmo dia, Adorno reforça o empate com o time do Corinthians, 0x0, mostrando a equiparação entre as armas: espada e garras.

Como no reino das mascotes, nem só os felinos redundam, o Mosqueteiro também é mascote-signo do Corinthians, assim como do Grêmio.

Desta vez foi o jornalista Thomaz Mazzoni, de *A Gazeta Esportiva*, em 1929, que lançou o desígnio, ao comentar a atuação do time em sua primeira vitória internacional, por 3x0, sobre o Barracas, da Argentina. Na emoção de seus comentários lançou um: 'fibra de mosqueteiros', sobre os jogadores corinthianos.



10/08/2009

Da 18ª rodada, em que houve empate do Avaí com o Santos, 2x2, não ocorreu charge. Somente na 19ª, com a vitória contra o Náutico, 2x1, é que Adorno retornou ao traço, propondo parâmetros novamente com o desempenho do Figueirense 3x2 contra o Duque de Caxias.

Enquanto o primeiro o joga do precipício, fazendo-o afundar nas águas profundas, o Furacão espanta o Duque de Caxias.



17/08/09

A mascote-signo original do Náutico é o Timbu, um tipo de gambá que gosta de bebida alcoólica. Surgiu em 1934, numa partida contra o América, de Pernambuco. Como chovia e fazia frio, os jogadores tomaram conhaque em campo, a partir daí, mais uma vez, foi a torcida adversária quem o chamou de timbus, cunhando-o como mascote oficial.

Só que na charge, Adorno não quis traçá-lo, optou por representá-lo como um distintivo circular personificado, com braços, olhos e boca.

Para a 20ª rodada, o mesmo artista quis agendar a partida contra o Atlético Mineiro, numa charge pré-jogo que expunha o Leão correndo atrás, de garfo e faca, do Galo, que saía em disparada.

Mesmo que a intenção tenha sido de instigar o leitor/torcedor-modelo, o jogo resultou em empate 2x2, e por isso não houve, no outro dia, charge pós-jogo.



20/08/09



É importante frisar que a 1ª rodada do campeonato já tinha sido contra o Atlético-MG, que também resultara em empate, nos mesmos 2x2. Naquele contexto não houve charge pré nem pós-jogo de nenhum artista. Somente nesta 20ª rodada é que Adorno, unicamente, deu forma à mascote-signo do time mineiro, expondo as peripécias do Galo.

O Galo foi criado pelo chargista Fernando Pierucetti, o Mangabeira, em 1945, quando trabalhava na *Folha de Minas*. O artista criou o Galo Carijó motivado, metonimicamente, pelas cores da ave, que eram as mesmas do clube, além de atribuírem a característica de parecer um galo de briga em campo.

O mesmo Mangabeira foi o criador também das mascotes do Cruzeiro, a Raposa – que não foi traçada por nenhum chargista dessa pesquisa; além do Coelho, do América; do Leão, do Villa Nova-MG; e o próprio Canarinho, da seleção brasileira. O artista faleceu em 2004.

Foi na 21ª rodada que o Avaí realmente deu a volta por cima, vencendo o Flamengo (o atual campeão) por 3x0. Evidentemente não houve charge pré-jogo, talvez pelo fato de Adorno já tê-la traçado, quando da ocasião frustrante do empate na 2ª rodada, no início do campeonato.



24/08/09

Desta vez o Leão pisava sobre o Urubu, sinalizando, então, um momento singular para a equipe, que saía da apatia dos empates ou das vitórias sôfregas e começava a distanciar-se da zona de rebaixamento, largando de vez a 'lanterna' metonímica.

Zé Dassilva complementa o pós-jogo, mostrando a comemoração do Leão que levantou um vôo muito mais alto do que o Urubu, deixando-o cambaleantemente em desvantagem.



24/08/09

Ainda numa condição pós-jogo com o Flamengo, Mendes cria uma narrativa em que há mais personagens contracenando com o Leão. Traça dois parâmetros distintos em relação à condição do Avaí.

Em primeiro plano uma associação analógica com a velocidade da Fórmula 1, representada metonimicamente pela caricatura do piloto Rubens Barrichelo, que normalmente em suas competições nunca é o primeiro colocado, embora fique sempre próximo à pole.

Em segundo plano, há o Negrinho do Figueirense que, indignado com sua atual situação, chuta o próprio carro, o próprio veículo que o conduz, sua arma de combate. No meio deles, o Leão, em vez de levantar a bandeira de chegada da Fórmula 1, destaca que está a caminho do G4.

Mendes não exalta o Leão, colocando-o numa ação solo, mas insere o personagem numa cena enunciativa, em que é possível dialogar com outros dois assuntos paralelos, também extraídos do mundo esportivo.

O primeiro parâmetro vai mais longe, pra ressaltar um elemento como a velocidade/ritmo; e o segundo, mais corriqueiro e, talvez, inevitável, que é a relação contrastiva com o rival local da série B.



24/08/09

No dia 31 de agosto, o Avaí já tinha sido derrotado pelo Coritiba, 2x0, na 22ª rodada, e isso não impediu que Mendes reforçasse ainda o parâmetro contrastivo com o rival local, mostrando a melhor condição do Leão diante do Negrinho.

Escolheu a roda gigante para metaforizar a efemeridade das vantagens dos clubes num campeonato, embora nesta específica, por razões técnicas, a engrenagem parece enguiçar e por isso estagnar com o Leão no ponto mais alto, apreensivo, ainda não acreditando na situação, e o Negrinho no ponto mais baixo, pronto pra sair da roda.

Mais uma vez se vê a peculiaridade da charge de Mendes, quando, além de sempre parodiar situações, colocando-as como intertextos, neste caso o Domingo no Parque, cria circunstâncias bastante alegóricas para inserir personagens que raramente estão sozinhas. Vêm sempre em ação com outros provenientes de campos semânticos similares ou bem diversos.



31/08/09

Por ocasião dos 86 anos do clube, só mesmo Adorno para adornar a circunstância, expondo um Leão já velho, cuspiendo a própria dentadura. Vê-se que mesmo diante de uma situação promocional de aniversário, sem outros motes referentes a jogos, resultados, êxitos e frustrações, a charge não deixa de zombar, pois precisa cumprir minimamente sua função crítica.

Essa zombaria, além de previsível e óbvia, é o que absolve o artista de estar na mera função de assessor de comunicação positiva do objeto traçado. A cena de um Leão velho expelindo a própria dentadura na hora de soprar as velas mostra bem que a charge, comprometida em retratar positivamente o objeto, precisa camuflar a mensagem com tons hiperbólicos, para que seus efeitos de sentido não soem como mero marketing institucional para o clube,

dando visibilidade e novos posicionamentos à imagem e à marca Avai.



01/09/09

Apesar de, em seu espaço próprio, Mendes não ter colocado uma charge pré-jogo contra o Internacional, na 23ª rodada, encarregou-se de difundir-la na chamada de capa do jornal.

Mendes é o ilustrador da redação de *Notícias do Dia*, que participa das reuniões de pauta, portanto, tem que estar preparado para contribuir com seu traço em qualquer outra editoria ou página do veículo.

Na imagem previsível de pré-jogo, eis o confronto: o Saci surge em seu redemoinho mágico, tragando o cachimbo, enquanto o Leão, com a bola, prepara-se com suas garras. Raras são as vezes em que Mendes agenda jogos do Avai, esta foi uma delas.



05e06/09/09(ND)

No mesmo sentido, Adorno apresenta novamente a armadilha da Ressacada para o Saci, que também surge dentro do redemoinho mágico. É o Leão, identificado inicialmente pelas garras, quem arma a arapuca caça-saci.



06/09/2009(HSC)

Pra completar a trinca de charges pré-jogo, é Zé Dassilva quem oferece outros motes ambíguos para interpretação. Na cena Leão e Saci, diferentemente das demais narrativas, aparecem conversando amistosamente, contando um para o outro quem jogará em seus times. Nesse ínterim surge um ativista da Parada Gay, realizada no mesmo fim de semana do jogo.

O chargista, aproveitando-se da ambigüidade do termo 'time', explora-o, direcionando sua significação não para a expressão denotativa de equipe desportiva, mas para a expressão conotativa de pertencer a um grupo, de opção sexual, de jogar no mesmo time, isto é, pertencerem ao mesmo grupo, gueto.

Quando ele diz 'tanta gente' pode estar querendo se referir à quantidade de pessoas que fazem parte do grupo, que o faz perder a conta. É deste ponto que advém a crítica do chargista, da qual se consegue depreender algum aspecto ideológico ou concepção do autor sobre o tema.

Portanto, o artista intertextualiza com uma questão factual, que é a da realização do evento GLBT simultaneamente à da rodada, une essas duas unidades culturais. Ele expõe o seu ponto de vista sobre o grupo GLBT, quando, na fala do personagem, comenta a quantidade cada vez maior de pessoas que passam a fazer parte desse time.



06/09/09

De nada adiantou o agendamento, para a assistência da partida, pois o Internacional venceu por 2x0. O curioso é que, desta vez, nas charges pós-jogo, Mendes e Adorno expuseram narrativas bem diferentes. O primeiro mostrou a tosa que o Saci teria feito na juba do Leão, além do nó no seu rabo. O Leão saiu desolado por mais uma derrota contra o Inter.



07/09/09

Já Adorno preferiu dar continuidade à provocação anterior de Zé Dassilva sobre Avaí, Inter e Mundo Gay. Ao invés de expor também o Saci aniquilando o Leão, colocou-os lado a lado, dividindo o mesmo carro alegórico, trio elétrico, da parada gay, logo após a partida.

Leão e Saci, com corpos exageradamente sarados, estão partilhando das mesmas emoções, de estarem presentes amistosamente num mesmo evento, em que todos devem sair dos seus 'armários'.



07/09/09



A crítica de Adorno, que nada mais é do que uma extensão do que Zé Dasilva já havia anunciado, traz também um outro intertexto da cultura popular e de massa sobre o gaúcho gay.

Há na cultura oral, principalmente, não só em Santa Catarina como em boa parte do país, um estereótipo sobre o homem gaúcho que, por tão macho e austero que se mostra ser, acaba deslizando vestígios de seu lado feminino, constituindo-se num fenótipo de quem poderia estar 'entrando e saindo do armário'.

Seria difícil marcar o período e o momento específicos na história em que surgiu esse mito na narrativa oral popular sobre o perfil do homem gaúcho urbano. As versões narrativas que surgem podem ser consideradas interditos, ou seja, contribuições enunciativas da própria comunidade interpretativa, que se encarrega de estabelecer motivações indiciais com o tema, rompendo com a arbitrariedade simbólica.

Portanto, esses interditos já fazem parte da constituição do mito, por isso a sua complexidade. O que se pode dizer é que existe uma trama discursiva considerável, já há algumas décadas, que mitifica não só a imagem do homem gaúcho como da cultura gaúcha como um todo diante das demais culturas regionais do país, principalmente a catarinense, por estar geograficamente ao lado. Isso gera uma profusão de narrativas anedóticas (piadas) e antológicas que já estão calcificadas na cultura.

Só que no contexto da charge, Adorno também coloca o Leão sob a mesma suspeita, ou seja, o avaiano, o florianopolitano, o catarinense, mantém uma relação íntima estreita com o gaúcho. Há elementos que reforçam o campo semântico do estereótipo da cultura gay, que são os corpos musculosos dos personagens e as cores do arco-íris estampadas no trio elétrico. Todos elementos metonímicos.

Por decorrência da 24<sup>a</sup> rodada, em que o Leão perdeu de 2x0 para o São Paulo, o artista do DC estabeleceu contrastes entre as vitórias de Rubinho Barricchelo e as derrotas do Leão. Este, em frente à televisão, lamenta não poder ficar no mesmo parâmetro do piloto de Fórmula 1, que conquistara destaque na mídia.



14/09/09

Enquanto isso, Adorno resolveu abordar a derrota, carbonizando o Leão, por ter sido atingido por dois raios, dois gols, raios duplos. A expressão é um intertexto retirado do universo dos desenhos animados de Hanna & Barbera, em que o personagem Dick Vigarista, em *Corrida Maluca*, exclamava, quando fracassava em suas tentativas de manipulação da competição. Junto ao cachorro Mutley, Dick Vigarista estrondosamente praguejava: 'Raios!!! Raios Duplos!!!'

A brincadeira de Adorno consiste, portanto, em motivação icônica elementar, na qual a quantidade de gols tomados do São Paulo é substituída, por analogia, pela quantidade de raios. A escolha do termo 'raios', além de explicitar o intertexto com Hanna&Barbera, pode estar aludindo, também, que os santos é que podem enviar raios, do céu, para a terra, atingindo os indivíduos, como os raios produzidos numa tempestade.



14/09/09

Mendes também emplacou a crítica sobre a situação da derrota do Leão, criativamente, sem precisar mencionar o time do São Paulo e muito menos a quantidade de gols. Novamente fabulou nova narrativa, na qual o parâmetro contrastivo com o Negrinho do Figueirense se constituía numa seqüência, como nas HQs.

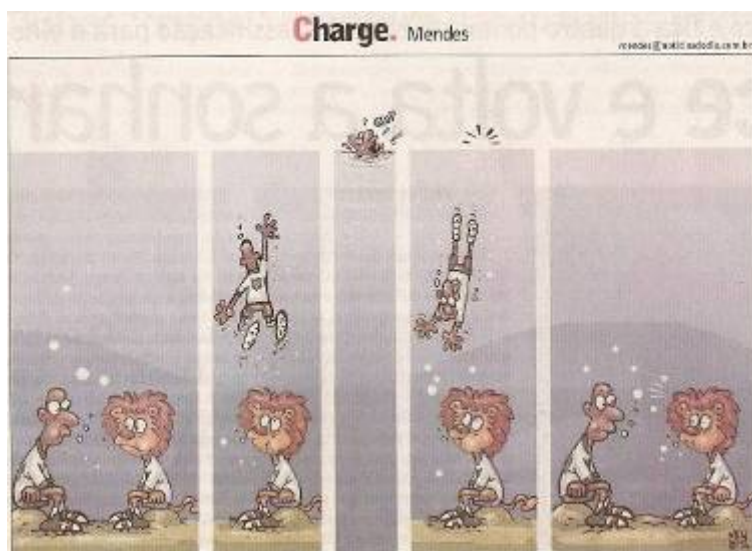
Enquanto ambos os personagens conversavam por bolhas de ar (telepatia) no fundo do mar, o Negrinho do Figueirense não resistia ao tempo de apnéia e retornava à superfície da água, para recuperar o ar, para tornar a sentar-se ao fundo, mantendo-se numa espécie de jogo telepático do sério com o Leão.

Mendes não expõe uma situação complicada para o Leão, apesar do fantasma da derrota contra o São Paulo. No seu raciocínio sempre dialético, relacional, quis mesmo criticar a situação do outro time da série B, no campeonato.

São nestas charges específicas de Mendes que se desmancha qualquer inferência antecipada de que o artista viria expondo em seu traço vestígios de sua possível predileção pelo time do Figueirense. Pelo contrário, esta é a prova definitiva de que o artista faz de sua charge a crônica do dia, sem priorizar suas preferências como torcedor, num maniqueísmo óbvio. O chargista foge sempre da obviedade,

quando desafia o leitor-modelo a resgatar elementos mais complexos no processo de cooperação textual interpretativo.

E mesmo que fosse torcedor do Figueirense, estaria exteriorizando, isso sim, uma preocupação com a condição do clube, desatrelando-se da simples zombaria sobre derrotas e riscos de rebaixamentos.



14/09/09

No pré-jogo da 25ª rodada com o Barueri, Zé Dassi propõe outra trama: um labirinto diante do Leão, para chegar à área adversária. A charge estende a reflexão sobre as últimas derrotas do clube já abordadas nas anteriores, quando criticavam a derrota contra o Coritiba, o Internacional e o São Paulo. O jejum continuava a motivar o traço dos artistas.

Desta vez, o Leão indaga sobre a chave do labirinto, tentando lembrar da última vez que marcou um gol. As proposições intertextuais sobre o labirinto ilustram iconicamente a dificuldade do avanço, da saída por caminhos mais rápidos e diretos.



20/09/09

Rompe-se o jejum, e o Leão consegue ganhar de 4x0 do Barueri. Numa motivação icônica esperada, o mesmo artista fecha o ciclo anunciado no pré-jogo, substituindo a quantidade de gols, representados pelas bolas que caem do céu junto com a chuva.

O campo semântico da chuva também não surge gratuitamente, há a motivação factual das matérias sobre a meteorologia naquelas circunstâncias do mês de setembro e principalmente durante os jogos.

**Chuva? Só de gols!**



21/09/09



21/09/09

É com Adorno que a mascote-signo do Barueri se materializa: a Abelha. Sem estabelecer relações icônicas entre a quantidade de gols e qualquer outro elemento, o artista se aproveita do universo do inseto, relacionando-o as suas ameaças constantes: o antídoto contido no inseticida.

Embora, na vida doméstica, não se mata abelha com inseticida, houve um investimento indicial sobre o Leão sintetizado num spray (aerossol rotulado em azurra) que aniquila o inseto.

Fundado apenas há 20 anos, o Barueri elegeu sua mascote a partir de características metonímicas provenientes do universo (campo semântico) do inseto: organização, união, trabalho em equipe, força em conjunto e produção de riqueza, aspectos tidos como ideais do clube.

Pensa-se que a escolha da mascote baseia-se apenas em deslizamentos de sentidos decorrentes da atividade operária da abelha, embora se nota que a abelha em si, com suas peculiaridades individuais – o ferrão e o dom de voar, não se enquadrem propriamente às características não só do Barueri, quanto de qualquer clube.

Assim como uma abelha foi escolhida, poderia ter sido uma formiga.



21/09/09

No mesmo dia, Mendes, pra não mimetizar qualquer aspecto das charges concorrentes, brinca com a possibilidade do leão estar a caminhar sobre as águas, traçando parâmetros contrastivos novamente com o Figueirense que, ainda sob relativa estagnação na série B, embora de pé e estável numa prancha de surf, admira a performance quase divina do felino.

A expressão 'caminhar sobre as águas' é um intertexto proveniente das narrativas cristãs sobre os poderes divinos de Jesus. O termo surge até hiperbolicamente para exaltar a condição do Leão, já que ele vinha dessa única vitória, depois do jejum.

Logo a seguir, na próxima rodada, ele iria ficar sob novo impasse. Na 26ª, contra o Fluminense, que estava com a lanterna na mão, favoreceu apenas charges pós-jogo, sem qualquer agendamento.



28/09/09

Com o placar de 3x2, o Leão, no traço de Zé Dassilva, fica com os olhos ofuscados diante da exagerada luminosidade da 'lanterna' do Fluminense. Novamente a indicação metonímica da 'lanterna' ressurge pra intertextualizar a narrativa.

A mascote-signo do Fluminense nunca foi representada pelos três chargistas deste estudo. O Cartola originalmente foi criado pelo chargista argentino Molas, querendo aludir à torcida elitizada do time, há 40 anos. O signo também se refere à nobreza dos fundadores do clube e da suntuosa sede tricolor, localizada no bairro Laranjeiras, no Rio de Janeiro.



28/09/09



Adorno também mostra a 'lanterna', desta vez não ofuscando a visão do adversário, mas utilizada como arma para impacto traumático sobre a cabeça do felino. O índice da manga da camisa é que entrega ser o Fluminense o autor dessa façanha.

A crítica se constitui negativa quase unanimemente sobre o Leão, porque sugere ao leitor-modelo a condição paradoxal de ser derrotado por uma equipe que praticamente já estaria rebaixada para a série B.

Diz-se aqui quase unanimemente, porque Mendes não se alimenta dos mesmos signos miméticos em torno da 'lanterna'. Constrói outra narrativa, que consiste numa viagem de retorno do Leão, após a derrota no Rio de Janeiro. No caminho, eis que o felino encontra alguns vestígios de uma possível tempestade que teria atingido a divisa de estado SC-PR.



28/09/09

O Figueirense ganha de 4x0 do Paraná e surge, portanto, aludido na cena protagonizada pelo Leão. A identificação indicial se dá a partir não só das placas dos estados, quanto da camisa rasgada do time paranaense.

Percebe-se o quanto os motes das charges de Mendes vão diferindo dos motes das charges dos outros artistas, pois parece desvincular-se cada vez mais de sentidos óbvios, da mera reprodução de resultados, representados em pequenos duelos entre mascotes. Sempre em suas peças se vê uma intertextualização mais complexa, que mistura os resultados dos jogos a questões factuais, além de geralmente criar histórias em que sempre há mais de um personagem.

A alusão é um modo de referência indireta bastante utilizada pelo artista. Assim, fica marcada essa singularidade da charge que tem mais possibilidade de estabelecer conotações políticas e ideológicas, que extrapolam o campo semântico do futebol.



05/10/09

Após o empate com o Cruzeiro, novamente 2x2, na 27ª rodada, Zé Dassilva brinca com a possibilidade, cada vez mais próxima, do Leão entrar para a Copa Sul-Americana 2010. Para isso, o treinamento não consistiria apenas num trabalho motor e físico, mas também cognitivo,

pois deveria estar preparado para a comunicação em língua espanhola.

A brincadeira sobre a necessidade dessa aprendizagem pode também estar reforçando o despreparo dos componentes do grupo nesse sentido, ainda mais quando se é de praxe reparar em mídia televisiva que nem em língua portuguesa os jogadores conseguem se expressar coerentemente, o que não se dirá em língua estrangeira.



05/10/09

No mesmo dia Adorno esboça o Leão correndo tenso contra o tempo atrás da bola. Ultimamente seus gols de empate, para amenizar e eufemizar possíveis derrotas, estavam surgindo sempre em circunstâncias inusitadas, deixando torcedores angustiados.

Por isso, o artista reproduz quase denotativamente o felino de olhos arregalados para o relógio, como naquele exercício primário de semântica na escola: o de representar graficamente expressões conotativas como 'correr atrás do relógio' ou 'corrida contra o tempo', ao pé da letra.



05/10/09

Pra reforçar que a redundância passa longe do traço de Mendes, ao invés de reproduzir mimeticamente o que os colegas traçavam, lá vinha o artista querendo descrever um processo de transformação do Leão em Raposa. Essa Raposa, além de ser a mascote do Cruzeiro, com quem ele havia empatado, é também a Raposa Hardy, mais um intertexto de Hanna & Barbera, aquela que contracenava justamente com o Leão, em *Lippy The Lion and Hardy Har Har*, e que lamentava da vida o tempo todo, uma personagem extremamente pessimista.

A expressão que Hardy Har Har usava era essa mesma: 'Oh céus! Oh vida! Oh azar!' diante das peripécias que travava com o companheiro Lion. Nada mais oportuno do que aproveitar essa relação de dependência emocional entre a Raposa e o Leão, do desenho animado, transpondo-a para um processo de fusão entre os dois, no contexto do futebol.

Enquanto no drama ficcional ambos são parceiros que precisam sempre vencer as situações, sendo o Leão o atuante e corajoso, e a Raposa a temerosa e afetada; na narrativa simbólica, proposta por Mendes, estão ambos os adversários entrando num processo de aglutinação de características que já possuem em comum: ambos reféns dos empates, que os estagnam, uma equivalência de fracassados.

A Raposa, do Cruzeiro foi criada em 1945 também pelo chargista Mangabeira, para o jornal *Folha da Manhã*, que se inspirou na personalidade do ex-presidente do clube Mário Grosso, que era um cartola que tinha a esperteza de uma raposa velha, não permitindo que ninguém o enganasse.

Então da astúcia constituinte da Raposa, característica que, presume-se, poderia ser aproveitada pra fundamentar essa personagem, teve-se a transformação, via intertexto, para um personagem de animação dos anos 70, que quebrava especificamente com esse perfil clichetizado pelo mito e fábula sobre a Raposa. Hardy Har Har era uma personagem insegura, que vivia a oscilar entre as incertezas, não tinha esperteza alguma.

Talvez por isso tudo, o artista optou por registrar uma espécie de *story-board* que delineasse minuciosamente o processo de mutação Leão-Raposa, especificando traços do corpo e da juba do Leão assumindo a forma mais franzina de uma Raposa: da coragem ao medo, da determinação à permanente hesitação.

Cabe acrescentar ainda que a Raposa não é signo exclusivo de uma equipe como o Cruzeiro, mas é também do Campinense Clube, de Campina Grande (PB), e do Esporte Clube Flamengo, de Teresina (PI).



10/10/09

Depois de mais um empate contra o Palmeiras, 2x2, na 28ª rodada, não houve registro pós-jogo, assim como também não houve pré. A charge de Mendes não agendava a partida com o Botafogo, estabelecia uma outra relação, bem mais subjetiva, sem aludir ao time adversário. A situação é amistosa entre dois torcedores, um do Avaí e outro do Figueirense que, apesar de estarem rigorosamente vestidos e ornados com os respectivos arsenais simbólicos, clamam pelo Flamengo.

Infere-se que neste íterim da competição, o Flamengo, apesar de ter sido derrotado pelo Leão na anterior 21ª rodada, começava a despontar como um dos favoritos no G-4, conquistando a cada jogada novos pontos, deixando para trás várias outras equipes, instabilizando muitas classificações do primeiro turno.

Talvez o chargista estivesse provocando a reflexão de que na região, as primeiras transmissões radiofônicas de futebol não eram dos jogos dos times locais, mas sim dos times do eixo Rio-São Paulo, por isso criou-se uma dupla predileção do torcedor por um time da Grande Florianópolis e mais um do sudeste do país. No presente, como a região também é heterogeneamente habitada por indivíduos das mais distintas naturalidades, infere-se que há muitos torcedores que também torcem pelos times de lá, de tal forma a enfraquecer a identidade cultural futebolística da capital de Santa Catarina.

Portanto se o Flamengo é tido como preferência nacional, então, antes de tudo, para um torcedor não muito seguro de suas convicções, é melhor ficar do lado dos grandes times, que já costumam despontar e se destacar em todos os campeonatos, do que fenecer diante das incompatibilidades.



19/10/09

Somente quando o Leão conseguiu vencer, pela segunda vez, na 30ª rodada, o Goiás, por 2x1, é que Adorno ressurgiu na exaltação ao felino, numa charge pós-jogo, que difunde a destreza do animal palitando os dentes para tirar os restos de penas verdes do Periquito recém-devorado. O Periquito se concretiza metonimicamente na narrativa, até porque a legenda acima determina melhor a leitura.

Se essa fosse uma charge de Mendes, talvez não dispusesse dessa explicação, evitaria redundâncias e proporia desafios inferenciais ao leitor-modelo.

Até então, já se constata que as marcas de cada chargista estão bem discriminadas, pois há uma frequência de uso de tipos específicos de signos para cada artista, assim como condições enunciativas simples e homogêneas entre Zé Dassilva e Adorno, e complexas e heterogêneas em Mendes.

Chega-se num estágio do processo analítico semiótico dessas seqüências de charges em que já se prevê o que alguns artistas vão mostrar e dizer, em função da observação de ocorrências constantes dos mesmos processos semântico-discursivos, peculiares a cada artista.



26/10/09

Logo depois de mais um empate com o Sport, no placar predileto de 2x2, na 31ª rodada, não houve charge pós-jogo específica da partida, mas sim uma provocação de Zé Dassilva ao colocar o Leão numa narrativa em que é indagado por uma repórter de tevê sobre suas perspectivas de permanência na série A. Convencido, o felino, num discurso inflamado, diz que vai 'secar' o Figueirense em tempo integral.

A escolha do cenário de uma entrevista em contexto telejornalístico serve pra reforçar a popularidade que o Leão, definitivamente, vinha adquirindo, já distanciado de riscos de rebaixamento, almejando até outras conquistas como passar para a Libertadores.

Diante desse painel positivo, Zé Dassilva constrói uma atitude que muito mais calcifica o pensamento comum da maioria, quando admite que um time sempre irá almejar o fracasso do outro, mesmo que nem estejam determinados a contracenar na mesma série da competição, do que exprime, de fato, o que a equipe pensa.

Há, portanto, um pensamento generalizado de que eternamente um time 'secará' o outro, independente do contexto em que se encontrarem. E a charge explora essa generalização.



Nessas horas, fica evidente que, para o senso comum, é muito melhor torcer e evocar por um time como o Flamengo, ou seja, um clube lá do sudeste do Brasil, do que ter de admitir êxitos e reconhecer méritos de outro time, ou seja, do rival local.



28/10/09

No dia da 32ª rodada, Adorno agenda o pré-jogo contra o Grêmio, destacando outra façanha que o Leão poderia esconder atrás da manga, ou da camisa: uma performance colorada.

O Mosqueteiro, furioso, reprovava essa pilhéria do Leão, que estaria tentando ameaçá-lo de que, naquele instante, assumiria uma personalidade colorada, na condição de arqui-rival local, ornamentado pelos atributos de quem está melhor classificado na competição, até então.

Só que o resultado do jogo acabou não favorecendo o Leão, pois ele perdera de 3x1 do Mosqueteiro, numa partida sofrida, em que a crítica noticiosa impressa do outro dia destacaria como vergonhosa.

Na vitória de 2x0 contra o Atlético-PR, na 33ª rodada, não houve charge pré-jogo especificando a mascote Cartola, mas teve um traço pós-jogo de Zé Dassilva destacando o gol de William, de bicicleta, associando com a necessidade do torcedor em deslocar-se para o estádio

também com o veículo, por causa dos constantes engarramentos, conforme já referida no capítulo anterior.



09/11/09

Depois disso, foi Adorno quem evidenciou numa charge pós-jogo, a comemoração do Leão Azurra sobre o Leão do Vitória, 1x0, na 34ª rodada.

O artista, no primeiro turno, já havia chargeado o combate dos dois leões – Avaí e Sport, e agora mostrava o terceiro felino da competição, que era o Leão do Vitória.

A escolha do Leão Imperial como signo-mascote do Vitória foi decorrência de uma homenagem aos leões de cimento que existem na fachada de algumas mansões, dentre elas a dos Valente, no Corredor da Vitória, onde o time foi fundado, ainda como clube de críquete, em 1899.

Portanto, dos três leões da série A, o mais antigo é esse Imperial do Vitória, o mais recente e, portanto, o mais clichetizado é o Leão do Avaí, criado em 1950, enquanto o do Sport é de 1919.

A educação do Leão Azurra permite que ele peça até desculpa ao derrubar o adversário da mesma espécie, em sua própria casa. Mais uma vez a legenda Vitória x Avaí determina a direção restrita de leitura que o artista dá ao leitor-modelo, exigindo-lhe pouco em seus processos cognitivos inferenciais.



14/11/09

Já para a 36ª rodada, Adorno entra na linha de raciocínio de Mendes e estabelece um agendamento pré-jogo para os dois times da capital catarinense. O Figueirense disputaria com o Bragantino, ambos com olhos na escuridão, temendo a permanência na série B, já distantes de possíveis alavancas de acesso.

Enquanto o Leão preparava-se para tentar derrubar o Corinthians, que não vinha representado por sua mascote, o Mosqueteiro, como na partida anterior também chargeada por ele, mas pela caricatura de Ronaldo, identificado inicialmente pela camisa de número 9, pelos dentes, pelo cabelo e, principalmente, pelo corpo roliço.

De vez em quando, é possível vislumbrar o dialogismo e a intertextualidade entre as produções dos três artistas, pois na condição de concorrentes, pelo menos Mendes de um lado (RIC Record) e Adorno e Zé Dassilva de outro (RBS), todos já parecem antever e reconhecer os traços uns dos outros, evitando redundâncias, primando pelas alternâncias. Se um deles um dia surgiu com a proposta narrativa da simultaneidade de ações entre núcleos dramáticos distintos, sugerindo comparações e contrastes, logo os outros começariam a adotar essa técnica também.



15/11/09

De forma surpreendente, derruba-se o mito do craque imbatível Ronaldo, e assim Zé Dassi é que se encarrega de pós-chargear o Leão, sem referir-se diretamente à vitória, 3x1, numa conversa bastante ambígua com o atleta.

Como se estivesse falando de um lugar superior ao Leão, numa relação entre mestre e aprendiz, Ronaldo congratula, elogiando a evolução. O Leão, numa ironia típica ilhoa, lança mão de uma comparação, investindo no sentido da expressão 'cresceu'. Para Ronaldo, crescer - evoluir, avançar; para o Leão, crescer - dilatar para os lados, inchar, engordar.



16/11/09

Adorno, também se nutrindo da mesma idéia, faz a pós-charge, ilustrando uma situação em que um leitor-torcedor-modelo de *Hora de Santa Catarina* aprecia a matéria de capa sobre a vitória do Leão, enquanto outro torcedor ironiza o resultado, achando que o jogo teria sido sem Ronaldo.

Apesar do segundo torcedor não partilhar da mesma leitura prazerosa do primeiro, mesmo assim Adorno não deixa de estampar a crítica a Ronaldo, como se o jogo não tivesse feito diferença com sua presença. Uma presença-ausência.



16/11/09

Nem mesmo Mendes deixou de aproveitar o mote da crítica a Ronaldo. Deixou o rastro do Leão apenas indicializado na onomatopéia 'Grrrr' e na placa sinalizadora da Ressacada. A onomatopéia em azul grafa o rumor reverberado, proveniente do estádio. Ronaldo sai exclamando seus temores da fera felina, com as marcas indiciais de suas garras na camisa.

Considerando a semiose totalizante das charges, vê-se que, só pelo fato de justaporem-se as produções dos três artistas, desta forma, em ordem cronológica, constrói-se,

então, uma nova narrativa sobre o Leão no campeonato, pois cada charge acaba sendo lida como um quadrinho de uma mesma narrativa. A ponto de parecer que um chargista realmente não só dialoga com o outro, como também prognostica o que o outro dirá ou complementa o que já disse, dando seqüência à história.



16/11/09

Ainda no gancho da mesma pauta, Zé Dassilva sucede com outra brincadeira, desta vez, puxando a caricatura do presidente-torcedor-corinthiano Lula, mostrando seu receio em aparecer no estado de SC, sob o risco de também ser enxotado e ferido. Na tela, eis a caricatura de Marquinhos e os demais jogadores, ainda comemorando a vitória.

Conforme as charges vão se distanciando das representações mais óbvias dos jogos, nas quais se expõem as mascotes-signos dos clubes, mais vai havendo a necessidade de caricaturizar personagens das pautas factuais (Lula) e os próprios jogadores, primeiro William, depois Ronaldo, e agora Marquinhos.

As últimas rodadas do campeonato, da 36<sup>a</sup> a 38<sup>a</sup>, não mais foram chargeadas diretamente, com ilustrações das mascotes-signos. Foi preciso ater-se a outros elementos, esquecendo-se das jogadas, que também não foram muito vultosas para o Leão. Os placares foram: Santo André 4 x 2

Avaí, Santos 2 x 2 Avaí (algarismo simbólico predileto nos empates) e apenas por último houve vitória do Avaí sobre o Náutico, 1x0.

A partir daí, os chargistas preferiram ou insistiram em temas paralelos, intertextualizando, ou saíram em busca de novas formas iconográficas, inovando seus traços, construindo signos que são representações diretas de personagens das narrativas factuais e esportivas. Os signos icônicos passam a prevalecer sob o traço dos artistas, deixando para o cenário mais genérico os signos indiciais e simbólicos – as mascotes.

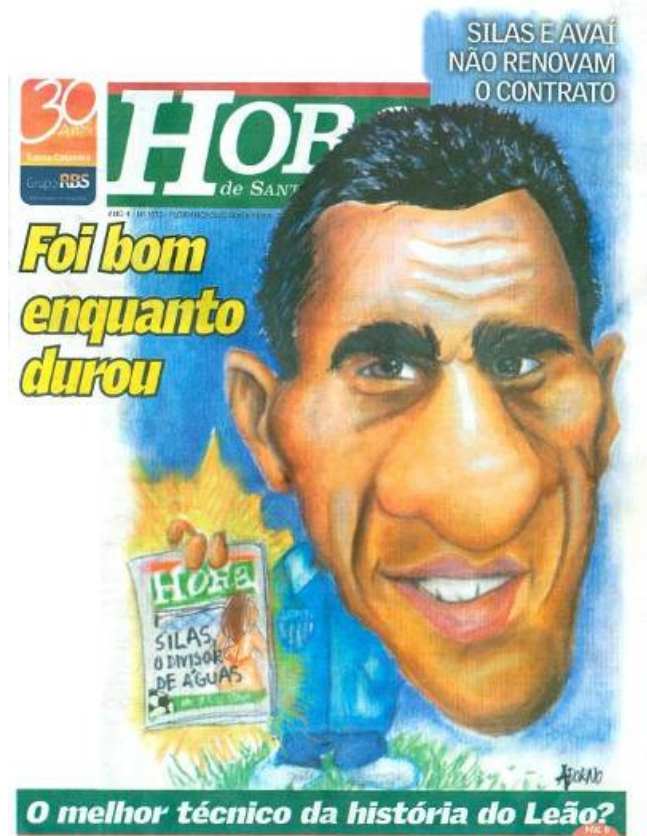


23/11/09

O Avaí já tinha perdido para o Santo André, 4x2, num jogo designado pelas matérias factuais diárias de vergonhoso e acomodado. Então, Mendes traz mais uma vez o fenômeno dos parâmetros semânticos, narrando os momentos agonizantes de ambos os signos – Negrinho e Leão, com dificuldades de locomoção, por causa de bolas de chumbo presas aos pés. O Negrinho aflito por não conseguir saldar o acesso à série A; e o Leão já consciente de que não atingiria a Libertadores.

Lê-se a narrativa já como um balanço dos dois clubes no Campeonato Brasileiro. Mantém-se a permanência na série A do Avaí, lamentando timidamente a não conquista para a Libertadores, e mantém-se a permanência na série B para o Figueirense.

O Leão ainda enfrentaria o Santos, na 37ª rodada. Este nunca foi ilustrado pelos chargistas. A Baleia nunca apareceu sob o traço de Mendes, nem de Zé Dassilva, nem de Adorno. Mas algo novo aconteceu que, por fim, monopolizou as manchetes e capas dos jornais até o fim do campeonato. Foi a saída de Silas, técnico do Avaí.



27/11/09



Adorno foi quem teve o grande privilégio não só de chargear a notícia, mas de ilustrar a capa de *Hora de Santa Catarina*, em 27/11. Houve também o *layout* da página 8, da matéria específica, que foi feita por André Martins, com foto de Guto Kurten.

Na capa, vê-se uma grande caricatura de Silas, ilustrando as três chamadas complementares. O título 'Foi bom enquanto durou!' aproveita-se da frase-clichê sobre término de relações afetivas. Na chamada de cima, surge a informação que fundamenta e justifica a matéria 'Silas e Avaí não renovam contrato'. Abaixo, uma especificação sobre o tipo de especulação que a matéria faria sobre Silas, se teria sido o melhor técnico do Avaí nos últimos tempos.

Em relação à charge, nota-se que se investe num exercício de metalinguagem quando mostra o próprio personagem na condição de leitor do jornal HSC, com matéria de capa de título 'Silas, o divisor de águas'. A expressão metafórica, também clichê, é ilustrada com outra imagem sem relação direta com o tema, que é a de uma mulher quase nua. Adorno aproveita pra satirizar a própria proposta editorial e gráfica do jornal popular, que é o de em todas as edições combinar imagens de mulheres sensuais seminuas com chamadas de futebol e demais factuais.

Essa manobra discursiva da metalinguagem consiste no investimento e desdobramento do código dentro da própria mensagem, o código dentro do código. Portanto, esse espelhamento da capa do jornal na própria capa do jornal é um recurso que mostra não só que o veículo se autodescreve, mas deixa para o leitor a impressão de que se autocrítica também, pois seria um jornal 'democrático', que admite que seus cronistas exerçam a crítica ao próprio veículo no teor de seus textos. A zombaria de Adorno sobre as capas-clichês de HSC se inscreve nesse ciclo constante de auto-referência, bem comum nos meios de comunicação.



criação. A reportagem especula sobre os destinos do Leão e faz prognósticos sobre a possível atuação de Silas no Grêmio, de Porto Alegre. Faz o balanço positivo da estada do técnico no Avaí, despertando a expectativa do leitor-torcedor-modelo quanto ao futuro do clube.



28/11/09

Ainda no dia da 37ª rodada, contra o Santos, Zé Dossilva, esquece desse detalhe e dá continuidade ao fato da semana. Expõe a caricatura de Silas, dando as últimas coordenadas ao time, com prazo de validade nas costas, criando um parâmetro comparativo de que o produto perecerá.

Mendes também investe no mote, cria uma narrativa com título 'Silas deixa o Avaí', como se apresentasse uma matéria ilustrativa em que o Leão se arrasta aos pés do ex-técnico, cantando alguns versos da música de Jane & Herondy – 'Não se Vá!', sucesso da década de 70.

SILAS DEIXA O AVAÍ



29/11/09

A Paródia parece ser o mecanismo intertextual mais comum nas charges. Aproveita-se de algum modo um discurso fundador, subvertendo-o para fins satíricos. Várias ocorrências paródicas foram possíveis de ser identificadas aqui, desde as fábulas do Saci, aos trocadilhos de nomes de santos, temas factuais como gripe suína e governo Lula, além de intertextos com Guerra nas Estrelas, Raposa Hardy, tráfico de drogas e parada gay.



30/11/09

Numa das poucas charges coloridas de Mendes, há a narrativa em que um personagem estaria representando o campeonato brasileiro como um todo, anunciando o seu final, desligando o interruptor de luz, recupera outra frase-clichê 'o último apaga a luz!'. Ao dizer 'já sei', parece estar reagindo a uma outra ação, que provoca uma tomada de decisão, de chegada a uma solução.

O grupo de indivíduos correndo complementa a idéia de que quem debanda são os jogadores e/ou técnicos nos finais de campeonato, já nas negociações de trocas de clubes etc.

Como se vinha esperando sempre mais um traço sobre a saída de Silas do Avaí, pode-se pensar que este que apaga a luz seja ele também. Mesmo assim, é possível visualizar esta caricatura como a representação de qualquer técnico ou jogador em que, na reta final do campeonato, ainda não sabe quem será campeão, quem ficará em G-4 em definitivo e quem cairá para a série B.



03/12/09

Ainda não tinha acontecido a última rodada, em que o Leão venceria o Náutico por 1x0, mas Zé Dossilva fez a última charge sobre o campeonato brasileiro, após a polêmica da saída de Silas, pondo em cena ambas as

mascotes-signos dos times locais, mostrando seu pedido de Natal ao Papai Noel.

Previsivelmente, o intertexto aproveitado foi o da celebração da festa de fim de ano, parodiando a situação em que Papais Noéis ficam sentados em shoppings, atendendo ao pedido das crianças. Eis que surgem então, versões miniaturas das mascotes, o Negrinho do Figueirense e o Leãozinho do Avaí, ambos sentados no colo do Papai Noel, pedindo simultaneamente, em tom de jargal exclamativo, um técnico novo.

De forma presumível, o chargeamento do Campeonato Brasileiro 2009 encerra-se depois de uma semiose bastante eclética. Predomina a intertextualidade e o fenômeno paródico, ilustra-se o anseio corriqueiro de todo o fim de competição, em que as peças do jogo já começam a permutarem-se, deixando leitores-torcedores-modelos atônitos, após um ano de acompanhamento e tietagem das estrelas de seus times.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O sujeito pesquisador, que analisa as charges, teve que não só recortá-las dos jornais, como realizar uma verdadeira imersão no universo objetual do qual as charges tratavam, pois nunca se teve uma infância cercada por cultura esportiva, menos ainda com o universo do futebol profissional. Nunca houve, também, a prática do futebol, muito menos a produção narrativa oral corriqueira sobre futebol, comum na cultura masculina, nem na adolescência, nem na vida adulta. Estas peculiaridades precisam ser mencionadas, pois auxiliam na visualização do perfil deste analista.

Deste modo, o desejável estranhamento do pesquisador em relação ao objeto de estudo estava, de início, já garantido. Segundo as prerrogativas da análise semiótica, independentemente de vertente teórica, é preciso, inicialmente, que o analista não tome partido *a priori* sobre o objeto de seu discurso. Não se confunde análise com crítica. Na análise semiótica de um texto literário ou cinematográfico não interessa saber se o livro ou filme é bom ou ruim, dispensam-se os juízos. No máximo, o que se pode tecer é uma leitura crítica sobre o repertório ideológico do autor de uma obra. Portanto, com as charges analisadas não seria diferente. Constataram-se algumas variantes político-ideológicas sobre os artistas do traço, sem exatamente enquadrá-los em segmentos.

O mais importante é destacar que, quando se discute teoricamente o futebol, por meio das charges, não se está prolongando a falação esportiva do senso comum. Em algumas vezes, em mesas de congressos sobre ciências do esporte e suas relações com a mídia, já se ouviu muito mais uma espécie de extensão organizada dos mesmos tipos de comentários de futebol na tevê, em que se dilatavam as reflexões que a mídia já trazia. O diferencial deste trabalho pode estar neste ponto: quando se fala de futebol, por meio da leitura semiótico-discursiva das charges, não se quer opinar livremente sobre atuação de jogadores e técnicos, encarnando um perfil de comentarista midiático-esportivo. Talvez por isso, o desconhecimento sobre futebol tenha,

então, favorecido a pesquisa, pois não se tinha essa inclinação, que às vezes pode ser inevitável.

Durante o trajeto da pesquisa, houve um empenho em se ‘respirar’ futebol, acompanhando os jogos do Avaí e a produção jornalística além das charges como reportagens diversas, colunas de opinião etc. O pesquisador, até mesmo, associou-se no Avaí Futebol Clube, não só para frequentar os jogos, mas de certa forma para incorporar-se, também, como torcedor, estar ao lado dos aficionados, prestar atenção em suas reações e comentários. O pesquisador tornou-se, de certa forma, um avaiano, com a diferença de estar munido de um repertório crítico-teórico que o respaldasse a simultaneamente enxergar o desempenho do Leão como torcedor comum (embora leigo) e como semiótico. Uma experiência singular, já que nem a euforia, nem as lágrimas chegavam a materializar-se, por decorrência das inferências e constatações semióticas inevitáveis.

Feitas essas observações sobre as condições da pesquisa, pode-se agora tratar do conteúdo deste estudo, destacando inicialmente alguns vértices teóricos aqui tratados. Nos primeiros itens, direto do campo das ciências da linguagem, se quis rastrear as concepções de semiótica, distinguindo semiologia e semiótica, e as bases peirceana e greimasiana. Da base peirceana, aproveitou-se da tricotomia básica dos signos – símbolos, índices e ícones. Tomou-se como base a obra de Julio Plaza, *Tradução Intersemiótica*, pelo fato do autor se mostrar já leitor de Charles Peirce e Umberto Eco, além de ser o mais recente da galeria de semióticos, que já considera todas as fontes primárias como saber apriorístico.

Plaza reflete sobre pensamento e linguagem, uma discussão bastante antiga e ainda em vigor no campo da lingüística, pois diz que o pensamento já é tradução, e que existe uma intertradução no sujeito, quando pensa e busca uma forma de materializar o que está pensando, por meio da linguagem. Sabe-se que há a tradução de palavra a palavra, no que se refere à tradução lingüística, de um idioma para outro. Mas há também o processo de tradução do código verbal para o código não-verbal e vice-versa, que



é o caso da descrição parafrástica que ocorreu, neste trabalho, sobre as charges. A transposição de uma peça de teatro para a música, assim como a adaptação de um texto literário para o cinema são exemplos em que o processo de tradução intersemiótica acontece. E o que se fez em relação às charges também, porque são nelas que prepondera muito mais o código não-verbal do que o verbal, e para analisá-las, foi preciso, primeiro, enxergá-las como narrativa, para assim descrevê-las textualmente, narrativizando-as.

Sobre a base semiótica de A.J. Greimas, foram aproveitadas as concepções de narratividade, determinou-se o que era a semiótica narrativa, e também foi constatado que a mesma discussão já vinha registrada na obra de Umberto Eco – *As Formas do Conteúdo, Tratado Geral de Semiótica e Estrutura Ausente*. Deste autor, foi possível agregar conceitos como o de significado enquanto unidade cultural e a concepção de leitor-modelo. Eco propõe em *Lector In Fabula, uma Pragmática do Texto*, que consistiria em pensar a condição do texto como um processo de interação que se completa em níveis distintos de cooperação entre autor e leitor, neste caso, entre chargistas e leitores-torcedores. Em função disso, foi imprescindível fundamentar a noção de campo semântico, assim como dos principais processos de conotação que são o metafórico (icônico) e o metonímico (indicial), a partir dos fundamentos da retórica clássica.

Procurou-se, também, fazer uma defesa apartidária das correntes semióticas, sem predileções por um autor ou outro, agregando-se os pontos de vista, sem excluí-los, pois não havia o propósito de criar impasses epistemológicos. Resolveu-se circundar boa parte do conhecimento apresentado na fortuna crítica da semiótica, sem vestir camisetas de qualquer abordagem. Sente-se a necessidade de alegar isso, pois no campo das ciências semióticas, há polaridades irreversíveis criadas por estudiosos das diferentes teorias: semioticistas peirceanos inveterados que rechaçam as abordagens de Umberto Eco, assim como as de Greimas e assim por diante.

Viu-se também que Roland Barthes faz uma semiótica da cultura, num estilo mais anárquico do que Eco, nesse sentido, pois este último ainda se mostra atrelado às bases peirceanas, quando traça estruturas de análise, cria modelos de leitura semiótica, com equações e outras formas de representações estruturais. Já Barthes não fala em Peirce e, enquanto ficcionista que é, apresenta um texto praticamente literário, destacando-se como ensaísta e não como um teórico ortodoxo. Assim, Eco e Barthes representam para os estudos semióticos, como em suas obras, respectivamente, *Viagem na Irrealidade Cotidiana* e *Mitologias*, a forma mais livre de ensaísmo, com a qual fazem, de forma admirável e irrefutável, a semiótica das culturas.

Tangenciou-se, por fim, alguns conceitos que também circulam na Análise do Discurso de corrente francesa, como a noção de interdiscurso, intertextualidade, paráfrase, paródia e polifonia.

Para seguir os caminhos do Leão, no Campeonato Brasileiro, por meio da leitura das charges, foi preciso adentrar em todo o universo zoosemiótico de representação do futebol, via mascotes, verificando quais eram os animais e símbolos míticos dos demais clubes, personagens que contracenavam com o protagonista Leão.

É nas mãos dos chargistas que as mascotes dos clubes de futebol se legitimam e assumem um caráter de existência simbólica efetiva. Exemplificou-se com as mascotes de alguns clubes, descrevendo seus componentes semânticos, principalmente no sentido de pensar sobre suas origens, ao se questionar sobre as motivações (indiciais ou icônicas) que teriam pautado a criação de cada uma delas. Verificaram-se, portanto, os deslizamentos de sentidos que algumas mascotes sofreram, quando representadas no traço dos chargistas, moldando-se às divulgações mercadológicas do discurso jornalístico opinativo e factual.

Constatou-se que as mascotes que não são representadas por animais têm uma relação metonímica (indicial) com o clube que representam, pois a motivação de caracteres se dava por contigüidade, extensão. Exemplos

desse tipo seriam: o Manequinho, do Botafogo, o Saci, do Internacional, o Negrinho, do Figueirense. O Urubu, do Flamengo, e o Porco, do Palmeiras, apesar de serem animais, também obedecem à mesma lógica de relação indicial, já que a sua representação surgiu a partir de uma motivação das torcidas. Todos estes signos se constituíram a partir de outros deslizamentos de sentido, que não eram propriamente decorrentes de relações de analogia ou semelhança.

O Leão, sim, é uma metáfora, mesmo que seja uma metáfora empobrecida, clichetizada, porque de todos os signos que representam os times, este é o mais comum e redundante. Foram cerca de 14 times no Brasil que elegeram o Leão para significar as mesmas características: coragem, força, velocidade, garra etc.

No decorrer da análise, além de agrupar as charges temporalmente, quis-se também perceber quais delas eram sumariamente miméticas, em relação ao jogo, e quais delas extrapolavam a lógica dos resultados e estabeleciam outros tipos de relações intertextuais e paródicas. Entre as diferentes charges produzidas pelos três artistas, foi possível identificar quais foram as que todos fizeram, redundantemente, assim como as que só um artista fez, e também qual a que nunca foi feita.

Observou-se que as charges raramente eram produzidas por consequência de empate nos jogos. Muitas vezes, quando surgiam nessa condição pós-jogo (pós-empate), problematizavam outros elementos significativos como a lanterna, ou estabeleciam outras relações de sentidos, como as de contraste entre Avaí e Figueirense, ou a ênfase noticiosa sobre a saída do técnico Silas.

Convém também considerar sobre o traço dos artistas de cada veículo a respeito dos destinos do Leão no campeonato. Conforme as charges eram comentadas, já se constataavam algumas peculiaridades de cada autor. Viu-se, por exemplo, que as charges de Adorno (HSC) e Zé Dassilva (DC), ambos da família RBS, tendem a representar obviamente os resultados dos jogos, assumindo um caráter de agenda de partidas, assim como de uma crítica previsível sobre o desempenho do Leão, dispostas em traços mais

objetivos, que não exigiam muito esforço interpretativo de seus leitores.

Já as charges de Mendes (ND), da empresa Ric Record, embora em menor quantidade, mostraram um outro prisma de criatividade. Suas charges geralmente apresentavam-se como narrativas obtusas, inserindo elementos intertextuais e paródicos da factualidade, estabelecendo manobras discursivas mais ousadas, não se constituindo em textos-agenda de partidas. Mendes não se contentava em reproduzir mimeticamente resultados de jogos, preferia estabelecer relações de comparação e contraste, exigindo um maior esforço cognitivo de seu leitor, para a sua interpretação.

O jornal *Hora de Santa Catarina*, da RBS, surgiu num momento propício para concorrer explicitamente com *Notícias do Dia*, da Ric Record, a começar pela diferença de R\$ 0,40, em preço de custo nas bancas. O jornal tem o seu formato mimético ao projeto do *Diário Gaúcho*, de Porto Alegre, surgido há algum tempo antes. *Notícias do Dia* não tem exatamente o formato de um jornal popular, pois apresenta uma linha editorial mais sólida, que aparenta ser mais articulada coletivamente, possui página editorial, aos moldes dos jornais de referência, além de uma disposição gráfica diferente do mosaico colorido de *Hora de Santa Catarina* e, por decorrência, do *Diário Gaúcho*. ND é menos poluído graficamente. Seria melhor então pensar que ele pode concorrer com o *Diário Catarinense* que, evidentemente, ainda mantém o monopólio da mídia impressa da Grande Florianópolis.

É fácil notar que ND recusa-se a ficar na condição de 'notícias populares', seus textos noticiosos não são pequenos *leads*, como em Hora, as matérias são assinadas e melhor agrupadas nas páginas fortemente demarcadas como editorias. Talvez seja por estas razões que o trabalho de Mendes mostra-se mais coerente com este tipo de projeto do ND, pois sua charge não é mero penduricalho, tem uma autonomia própria, cada quadro é mais do que uma ilustração ou extensão de um texto noticioso já retratado na mesma edição. É uma crônica independente que está atrelada ao projeto editorial do jornal.

O mesmo fenômeno não se vislumbra nas charges de Adorno, já que está contido num projeto tipicamente popular, pois precisa dialogar homogeneamente com a mesma linguagem, mais apelativa, menos problematizadora. Não se trata aqui de diminuir a produção de uma charge em relação ao outro, mas de constatar que suas diferenças de traço também dependem do tipo de proposta editorial dos veículos em que constam. As charges de Adorno são meramente ilustrativas, restritas a um único assunto, não estabelece muitas relações editoriais, é pertinente ao tipo do jornal.

Já o trabalho de Zé Dassilva, por fazer parte da página 3 do *Diário Catarinense*, não extrapola os limites de Adorno, mantém-se num diálogo com o leitor, no mesmo nível. Pensa-se que o artista poderia extravasar ideologicamente, até pelo fato de ter um acúmulo maior de experiência, com atuação mais eclética em outras linguagens, como a de roteiro e audiovisual, no eixo Rio-São Paulo. Talvez por uma questão de contingência e comodidade, as charges de Zé Dassilva cumprem um papel tímido para um cronista iconográfico de um jornal de referência como o DC.

Mas como o propósito deste trabalho não é o de analisar charges para mapear as correntes político-editoriais dos veículos e seus artistas, registra-se esse sintético parecer, apenas por uma necessidade de justificar as diferenças de temática e linguagem – conteúdo e estrutura - entre as três produções artísticas aqui selecionadas. As charges são mensagens estéticas que veiculam ideologia, cada uma busca, a seu modo, o código adequado para materializar um pensamento crítico sobre um tema, algumas são mais explícitas, outras mais contidas, algumas mais subjetivas, outras objetivas, e assim prosseguem, denotando e conotando, numa pluralidade que, mesmo assim, favoreceu muito o olhar semiótico que se debruçou sobre elas.

Só mesmo as charges, enquanto narrativas do gênero jornalístico opinativo, é que dão longevidade às representações simbólicas dos times de futebol, são como suportes técnico-estéticos que permitem maior visibilidade

dos clubes aos leitores-torcedores, mantendo ou ressignificando as formas significantes fundadoras, sintetizadas em figuras de mascotes.

O que se quis, com tudo isso, além de interpretá-las, foi desenvolver um aporte teórico e metodológico para respaldar um olhar semiótico ao professor de Educação Física ou ao pesquisador em ciências do esporte, diante dessas questões do jornalismo esportivo, especificamente do opinativo sobre futebol.

Pretendeu-se instigar o esclarecimento do professor de Educação Física quando o mesmo tratar sobre futebol na escola, desvincilhando-se das amarras do senso comum, deslocando-se da condição de mero reprodutor de clichês sobre futebol, criando estratégias para despertar, também, em seus alunos, um olhar crítico-analítico sobre as charges esportivas.

Se, de tempos em tempos, as equipes de futebol se modificam e os técnicos também se permutam, num verdadeiro exercício de análise combinatória e mercadológica, só resta ao torcedor vibrar pelo seu time a partir de sua insígnia, da cadeia de signos pela qual o clube se institui simbolicamente. O leitor-modelo do jornalismo esportivo sobre futebol não torce pelos jogadores, nem pelos técnicos. O que o faz manter a sua paixão pelo clube é o cardápio simbólico que lhe é oferecido, do qual as mascotes-signos fazem parte. As charges, portanto, é que mantêm viva a imagem do clube ao torcedor, fazendo-o crer que aquela equipe, condensada numa única figura simbólica, está em constante atuação, protagonizando uma narrativa interminável, na qual tenta permanecer na batalha, dia-a-dia, para a conquista de mais pontos e novos títulos.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Lara Monique & OLIVEIRA, Neide Aparecida Arruda de. Gêneros Jornalísticos Opinativos e de Humor: caricaturas e charges. In: Janus, Lorena, ano 3, n. 4, 2006.
- AMARAL, Luiz. Técnica de Jornal e Periódico. RJ: Tempo Brasileiro, 1982.
- AGOSTINHO, Aucione. A charge. 1993. 330 f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1993.
- ARAGÃO, Octavio. Charges e Política: o riso moldando um país. In: História, imagem e narrativas. n.5, ano 3, setembro de 2007. Disponível em [www.historiaimagem.com.br](http://www.historiaimagem.com.br).
- BAEDER, Berenice Martins. O olhar semi-simbólico de um desenho-charge de Angeli. In: Estudos Semióticos, n. 3, USP, 2007.
- BAKHTIN, Mikhail. Marxismo e Filosofia da Linguagem. São Paulo. Hucitec, 1981.
- BARROS, Diana Luz Pessoa de. Teoria Semiótica do Texto. São Paulo. Editora Parma Ltda. 2005.
- BARTHES, Roland. Mitologias. 11<sup>a</sup> ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- BOZI, Alba Livia Tallon. Charges: o riso como contestação na imprensa. Mestranda em Comunicação/ UFF, GT História da Mídia Impressa – IV Encontro de História da Mídia, São Luis/MA, 2006.
- BRASILEIRÃO 2009 – Tabela Completa. São Paulo: Ed. Alto Astral, Ano 2, n. 4, 2009.
- BRASILEIRÃO 2009 – 2<sup>o</sup> turno. São Paulo: Ed. Alto Astral, Ano 2, n.4, 2009.
- CAMARA JR. J. Mattoso. Dicionário de Lingüística e Gramática. 16<sup>a</sup> ed. Petrópolis: Vozes, 1992.
- CAMARGO, Vera Regina Toledo. Copa do Mundo de Futebol. Análise da construção jornalística da mensagem

esportiva. Revista Digital. Buenos Aires, ano 5, n. 20, 2000. Disponível em [www.efdeportes.com](http://www.efdeportes.com).

CARMO JR., José Roberto. Semiótica e Futebol. In: LOPES, Ivã Carlos & HERNANDES, Nilton. (orgs.) *Semiótica: objetos e práticas*. São Paulo: Contexto, 2005.

CAVALCANTI, Maria Clara Catanho. *Multimodalidade e Argumentação na Charge*. Recife, UFPE, Dissertação (Mestrado em Letras), 2008

CHAUÍ, Marilena. *Convite à Filosofia*. 13 ed. São Paulo: Ática, 2004.

CRISTOVÃO, Vera Lúcia Lopes; NASCIMENTO, Elvira (Orgs) *Gêneros Textuais: Teoria e Prática 2*, Palmas e União da Vitória, PR: Kaygangue, 2005

CRUZ, Adriano Charles da Silva. *Discurso e Contradiscorso neo-liberal no jornalismo: um olhar sobre as charges do Diário de Pernambuco*. SBPJor, Aracaju: UFS, 2007.

\_\_\_\_\_. *Traço cinza: a negatividade na charge jornalística*. Intecom – IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Nordeste – Salvador/BA, s/d.

DUCROT, Oswald. *O Dizer e o Dito*. São Paulo: Pontes, 1992.

ECO, Umberto. *A Estrutura Ausente*. São Paulo: Perspectiva, 1971.

\_\_\_\_\_. *Tratado Geral de Semiótica*. 2ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1976.

\_\_\_\_\_. *As Formas do Conteúdo*. 3ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.

\_\_\_\_\_. *Lector in Fabula*. 2ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2002.

\_\_\_\_\_. *Viagem na Irrealidade Cotidiana*. 7ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

FIORIN, José Luis. *Linguagem e Ideologia*. São Paulo: Ática, 1988.

\_\_\_\_\_, José Luiz. *Elementos de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2006.



- \_\_\_\_\_. Em Busca do Sentido: estudos discursivos. São Paulo: Contexto, 2008.
- FONTANILLE, Jacques. Semiótica do Discurso. 1ª ed. São Paulo: Contexto, 2008.
- FRANCO JR. Hilário. A dança dos deuses: futebol, cultura, sociedade. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- GARCIA. Othon. Comunicação em Prosa Moderna. 13ª ed. FGV: Rio de Janeiro, 1986.
- GLOBO ESPORTE – SuperGuia Brasileirão 2009. São Paulo: maio, 2009.
- GONÇALVES, Lídia Maria. Do Ledor ao Leitor. (Tese de doutorado: UFRGS – 2004), Curso sobre a utilização de Jornal.
- GREIMAS, Algirdas Julien. Sobre o Sentido: ensaios semióticos. Petrópolis: Vozes, 1975.
- GREIMAS, A. J. & COURTÉS, J. Dicionário de Semiótica. São Paulo: Contexto, 2008.
- GRUDZINSKI, Silvia Cristina. Critérios Jornalísticos de Noticiabilidade presentes na rotina produtiva da charge. Ciências Sociais e Aplicadas / UEPG, s/d.
- GURGEL, Nair. A Charge numa Perspectiva Discursiva. Depto. Letras/UFRO, Ano I, nº 135 – fevereiro – Porto Velho, 2003.
- GUTIERRE, Maria Madalena Borges. O Humor Negro em charges impressas: trajetórias do sentido. SP: Unesp, Araraquara, s/d.
- KLEIN, Alberto & MIANI, Rozinaldo Antonio. A mídia, o sagrado e as imposturas da imagem: implicações semióticas das charges de Maomé. In: Revista Famecos, Porto alegre, n. 37, 115-120. dez/2008.
- KOCH, I. V. O texto e a construção de sentidos. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2000.
- DISCINI, Norma. Comunicação nos textos. São Paulo: Contexto, 2005.

LANDOWSKI, Eric. Documentos de estudo do Centro de Pesquisas Sociosemióticas. São Paulo, 2005 : Edições CPS.

LEÃO EM FOCO – publicação dos alunos de jornalismo da Faculdade Estácio de Sá de SC. Ano 1, n.2, setembro de 2009.

LESSA, David Perdigão. O Gênero Textual Charge e sua aplicabilidade na sala de aula. Travessias n.1 – Pesquisas em Educação, Cultura, Linguagem e Arte. Disponível em [www.unioeste.br/travessias](http://www.unioeste.br/travessias).

LIEBEL, Vinícius. Humor Gráfico – apontamentos sobre a análise das charges na História. Mestrando em História – UFPR, s/d.

LIMA, Herman. História da caricatura no Brasil. Rio de Janeiro: José Olympio, 1963.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. Gêneros Textuais: definição e funcionalidade. In DIONÍSIO, Ângela et al. Gêneros Textuais e Ensino. Rio de Janeiro: Lucerna, 2003.

MAINGUENEAU, Dominique. Novas Tendências em Análise do Discurso. 2ª ed. Campinas: Pontes, 1993.

MARINGONI, Gilberto. Humor da Charge Política no Jornal. In: Comunicação & Educação, São Paulo (7): 85 a 91, set/dez 1996.

MARQUES, Daniervelin Renata. O humor na Capa: uma análise semiótica do discurso. In: Cadernos de Letras da UFF – Dossiê: Literatura e Humor, n. 37, p. 61-68, 2º. sem/2008.

MEDINA, Jorge Lellis Bomfim. Gêneros jornalísticos: repensando a questão. Revista Symposium. UCPE. Ano 5, n.1, jan-jun/2001.

MELO, José Marques de. Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. São Paulo: Mantiqueira, 2003.

MOREIRA e SILVA, Carla Letuza. O trabalho com charges na sala de aula. Porto Alegre, UFRGS, s/d.

NERY, João Elias. Charge e caricatura na construção de imagens públicas. 1998. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1998.

NOVAES, Adauto. Ética. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

PASSOS, Diego Wendhausen. O Avaí no Campeonato Brasileiro. Monografia de Graduação em Jornalismo, FESSC, Florianópolis, 2009.

PEIRCE, Charles Sanders. Semiótica. São Paulo: Perspectiva, 1998.

PERELMAN, Chaim. Tratado da Argumentação: a nova retórica. 1ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1966.

PINTO, Zivaldo Alves. Todo-Poderoso Timão em Quadrinhos. São Paulo: Globo, 2009.

\_\_\_\_\_. Flamengo: O Mais Querido do Brasil em Quadrinhos. São Paulo: Globo, 2009.

PLACAR ESPECIAL. Ed. 1337-B. São Paulo: Ed. Abril, 2009.

PLAZA, Julio. Tradução Intersemiótica. 1ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2001.

RABAÇA, Carlos A. & BARBOSA, Gustavo. Dicionário de Comunicação. São Paulo: Codecri, 1978.

REVISTA DO AVAÍ F.C. – paixão pra toda vida. Florianópolis. N.2, ano 1, 2008

\_\_\_\_\_. Florianópolis. N.3, fev/mar, ano 1, 2009.

\_\_\_\_\_. Florianópolis. N.4, abril/maio, ano 1, 2009.

\_\_\_\_\_. Florianópolis. N.5, set/out, ano 1, 2009.

\_\_\_\_\_. Florianópolis. N.6, dez, ano 1, 2009.

ROMUALDO, Carlos Edson. Charge Jornalística e – Intertextualidade e Polifonia. Maringá: EDUEM, 2000.

SANTAELLA, Lúcia. O que é semiótica. São Paulo: Brasiliense, 1990. (Coleção primeiros passos, 103).

\_\_\_\_\_. Semiótica Aplicada. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

SANTOS, Everton pereira.– Gêneros Textuais e o discurso das charges: Um campo fértil de Intertextualidade. Graduação letras/ UFS, s/d.

SILVA, Carla Letuza Moreira. O trabalho com charges na sala de aula. Mestranda PPGL / UFRGS, s/d.

SOUSA, Ana Caroline Luiza. Análise do Discurso aplicada em charges e cartuns políticos. In: Crátulo – Revista de Estudos Lingüísticos e Literários. Patos de Minas/ UNIPAM, (1), 39-48, ano I, 2008.

SOUZA, Leandro Almir Diniz. Charge Jornalística: um passeio pelas estratégias discursivas e pela construção do contrato de comunicação e do sujeito-destinatário nas charges de Angeli/Folha de São Paulo. Belo Horizonte: UNI-BH, Monografia (Graduação em Jornalismo), 2007.

TEIXEIRA, Coelho. Semiótica, Informação e Comunicação. São Paulo: Perspectiva, 1999.

TRAVAGLIA .L.C. Texto e Coerência. 4 ed. São Paulo: Cortez, 1998.

TREVISAN, Eunice. Leitura: coerência e conhecimento prévio. Santa Maria/RS: Ed. da UFSM, 1992.

VITORINO, Gloria Dias Soares. Contextualização: fator determinante na construção da crítica, da ironia e do humor em charges. Doutoranda PPGL – PUC-MINAS, s/d.

## **CORPUS DOCUMENTAL DE ANÁLISE**

Charges do jornal *Diário Catarinense* (DC) 2009

Datas: 7/6, 15/6, 17/6, 22/6, 11/7, 13/7, 20/7, 22/7, 24/7, 27/7, 28/7, 24/8, 6/9, 14/9, 20/9, 21/9, 28/9, 5/10, 26/10, 2/11, 15/11, 16/11, 28/11, 3/12.

Charges do jornal *Hora de Santa Catarina* (HSC) 2009

Datas: 2/5, 4/5, 15/5, 16/5, 30/5, 1/6, 18/6, 30/6, 4/7, 6/7, 11/7, 13/7, 15/7, 18/7, 20/7, 23/7, 25/7, 10/8, 17/8, 20/7, 24/8, 1/9, 6/9, 7/9, 14/9, 21/9, 28/9, 5/10, 19/10, 28/10, 9/11, 14/11, 16/11, 27/11.

Charges do jornal *Notícias do Dia* (ND) 2009

Datas: 2/5, 15/7, 16/7, 10/8, 24/8, 31/8, 5/9, 7/9, 14/9, 21/9, 28/9, 5/10, 10/10, 16/11, 23/11, 29/11, 30/11.

## **BIBLIOGRAFIA CONSULTADA**

COSTA, Márcia Regina et all (org.) Futebol: espetáculo do século. São Paulo: Musa Editora, 1999.

GALEANO, Eduardo. Futebol ao sol e à sombra. Porto Alegre: L&PM, 1995.

GÍRIAS E VERBETES FUTEBOLÍSTICOS. Central Globo de Comunicação, 1993.

LEVER, Janet. A Loucura do Futebol. Rio de Janeiro: Record, 1983.

TEIXEIRA, Tatiana. A comédia do traço: um esboço para a compreensão das charges políticas da contemporaneidade. In: Produção e recepção dos sentidos midiáticos. BENTZ, Ione Maria et all (orgs.). Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.