

Mascote, futebol e imprensa

Bruna Santos de SOUZA¹

INTRODUÇÃO

As mascotes acompanham os humanos desde início das sociedades, no paleolítico. Por milênios, eram símbolos místicos. Mas com a industrialização no final do século XIX esses símbolos agregaram uma nova função: se tornaram representantes de marcas, clubes e empresas.

Foi a partir da imprensa que as mascotes ganharam popularidade e no caso dos clubes de futebol, as personagens nasceram nas páginas dos impressos, seja como crônica esportiva seja como charge.

Esse estudo faz parte do relatório de qualificação do mestrado, no qual a dissertação buscará compreender o impacto do uso do Canarinho Pistola, mascote das Seleções Brasileiras, nas reportagens sobre a Copa do Mundo 2018. Com ele, busca-se contar um pouco da história que une imprensa, mascotes e futebol, através do método de pesquisa bibliográfica e documental, pois segundo Lakatos e Marconi (1987) trata-se do levantamento, seleção e documentação de toda bibliografia já publicada sobre o assunto em livros, enciclopédias, revistas, jornais, folhetos, boletins, dissertações, teses e material cartográfico.

DO MÍSTICO AO COMERCIAL

Os amuletos e talismãs fazem parte da cultura humana desde o paleolítico, sendo ligados ao místico e ao sobrenatural, faziam parte das cerimônias xamânicas. Leonard Shlain explica que

Antes que houvesse escrita, havia desenhos. O desejo de controlar as forças da natureza levou os humanos paleolíticos a criar imagens do mundo que os

¹ Mestranda de Comunicação Social, no PPGCOM/PUCRS. Integrante do GTI/PUCRS.



II SEMINÁRIO DISCENTE

PPGCOM PUCRS

rodeava. Se os deuses fizeram o mundo, a imitação gráfica era um ato divino que trazia consigo a ilusão do poder. (SHALAIN, 1998, p. 45).

Conforme o autor, a princípio os símbolos místicos eram naturais, em geral, plantas e pedras. Mas também havia os amuletos esculpidos, baseados em imagens da natureza.

No Neolítico houve o desenvolvimento de técnicas artesanais, o que fez com que os símbolos pudessem ser esculpidos em maior quantidade, popularizando as peças e as espalhando por todas as primeiras civilizações. Os mais antigos encontrados pela arqueologia são das sociedades egípcias, babilônicas, assírias, gregas, árabes, hebraicas, chinesas e romanas.

Com o passar dos séculos, as sociedades humanas se desenvolveram, culturas morreram, outras surgiram, outras se alteraram. Os amuletos e talismãs seguiram fazendo parte da cultura humana, alguns se mantiveram ao longo da história, como o trevo de quatro folhas, a pimenta e a coruja.

Estes itens, no entanto, no final do século XIX, passaram a ser chamados de mascotes². Não se sabe qual a origem exata, porém a história mais aceita é que a denominação vem do francês *mascotte*, título da ópera *La Mascotte* (1880), do compositor Achille Edmond Audran (1840-1901). Na trama, a jovem Bettina, interpretada pela meio-soprano Grizier Montabazon, é considerada o talismã da família, porque atraía sorte.

A personagem de Montabazon fez um sucesso enorme, o que motivou um joalheiro local a fazer um bracelete, em sua homenagem, uma joia que traria boa sorte ou má sorte para quem usasse. O adorno *La Mascotte* popularizou-se. Acredita-se que em razão da popularidade da peça, os talismãs e amuletos começaram a ser chamados de mascotes.

O uso das mascotes pela imprensa, empresas e clubes ganhou popularidade no século XX, com as transformações sociais pós-revolução industrial. Carneiro relata que com a modernidade “as

² De acordo com Dicio (Dicionário Online de Português. Porto: 7Grau), o termo mascote vem do francês *mascotte*, e possui três significados. Algo ou alguém que traz sorte e felicidade; amuleto. Animal, coisa ou pessoa que representa visualmente uma marca, uma empresa, uma agremiação esportiva. Animal de estimação.

II SEMINÁRIO DISCENTE

PPGCOM PUCRS

empresas precisavam de um chamariz, de um apelo a qualquer custo (...). Assim, as mascotes tornaram-se um meio comercial” (CARNEIRO, 2017).

MASCOTES, FUTEBOL E IMPRENSA

A revolução industrial no final do século XIX possibilitou que novos equipamentos e novas técnicas de impressão pudessem ser usadas no jornalismo, possibilitando o uso de imagens junto aos textos, o que, conforme Ludmila Teles, “deu início uma grande difusão de figuras entre o público” (QUEIROZ; GONZALES, 2006, p.250).

Teles (2006) relata que as primeiras mascotes surgiram como anúncios em jornais, eram personagens humanos que davam um aspecto de familiaridade e personalidade ao produto. Uma das mascotes mais antigas é o Senhor Aveia Quaker, da empresa de alimentos Quaker Oats Company. Passou a ser usado em 1877.

Aos poucos, as mascotes tornaram-se animais, plantas e objetos, animados, uma forma de encantar ainda mais o público. Clotilde Perez (2011) lembra que as mascotes são objetos de potencialidades mágicas, de felicidade, fenômenos fetichistas e expressões afetivas.

Na imprensa elas se tornaram recorrentes, não apenas no meio comercial, mas também como produto jornalístico.

É difícil definir qual foi o primeiro jornal a usar as mascotes, mas elas, desde o começo do século passado, eram sucesso e cresceram atreladas ao futebol, como é o caso da Miss Campeonato (Carioca), uma mascote criada por Lorenzo Molas (1915-1994), para o Jornal dos Sports, com sede no Rio de Janeiro, Capital, para um álbum de figurinhas e com a personagem aparecendo no diário, em 1944.

Molas ganhou notoriedade ao introduzir a charge na imprensa brasileira. É dele a maior parte das mascotes dos clubes cariocas. Personagens que ele fazia e que ilustravam as crônicas esportivas.

II SEMINÁRIO DISCENTE

PPGCOM PUCRS

Molas marcaria seu nome no imaginário coletivo do futebol ao elaborar mascotes para os clubes de futebol carioca. Seus personagens configuram, aparentemente, as primeiras representações visuais construídas sobre os principais times de futebol do Rio de Janeiro, procurando estabelecer um novo vínculo com leitor, através de sua identificação com as mascotes (sic) (PESSOA, 2012, p.9).

O autor destaca que as mascotes criadas por Lorenzo Molas (1915-1994) apareceram nas crônicas de Zé de São Januário, Vargas Neto e José Lins do Rego, muitas vezes, compondo a tramas envolvendo as partidas de futebol. Pessoa (2012) ressalta que não é possível medir se os personagens ligados aos clubes cariocas tiveram uma grande recepção dos leitores, no entanto, não foram poucas as formas do uso comercialmente das mascotes do chargista.

Uma das mascotes do futebol mais conhecida é o Canarinho³, das Seleções Brasileiras de Futebol, personagem que na sua nova versão, lançada em 2016, fez sucesso, foi criada por Fernando Pierucetti (1910-2004), o Mangabeira, durante Copa do Mundo de 1958.

Conforme Renata Mata Machado (2000), Mangabeira, em 1946, foi o responsável por criar os personagens símbolos dos times mineiros, num projeto do jornal Folha de Minas, para representar que a cordialidade deveria existir entre as torcidas.

No início, foram homenageados sete times mineiros: Galo (Atlético), Raposa (Cruzeiro), Pato (América), Tigre (Sete de Setembro), Tucano (Metalúrgica), Leão (Vila Nova) e Tartaruga (Siderúrgica). O coelho americano, símbolo do time de coração de Mangabeira, veio mais tarde com a morte do pato. “Não queria que confundissem com o Pato Donald”, explica. Depois vieram Zebu (Uberaba), Tatu (Meridional), Jacaré (Democrata), Periquito (Bela Vista) e Urubu (Renascença), entre outros. “A idéia inicial de relacionar times de futebol a um mascote surgiu no Rio de Janeiro”, conta. “Achei interessante e resolvi inventar mascotes.” (MACHADO, 2000).

As mascotes representam os clubes desde o começo do século passado, sendo o Leão do Vitória o mais antigo, criado em 1902.

³ Mangabeira criou a mascote com base do apelido da Seleção, apelido esse dado pelo narrador Geraldo José de Almeida (1919-1976), na Rádio Record, durante a cobertura da Copa do Mundo de 1954.

II SEMINÁRIO DISCENTE

PPGCOM PUCRS

O Palmeiras, fundado em 1914, foi um dos primeiros clubes do Sudeste a ter mascote. O uniforme verde e o grande número de periquitos nos bosques do Parque Antártica, onde fica a sede, deu a equipe o apelido de Periquito, muito usado em matérias sobre o clube. Em 1917, o Periquito passou a ser mascote.

O Mosqueteiro do Corinthians foi criado em crônica, assinada por Tomaz Mazzoni (1900-1970), no jornal A Gazeta, em 1929, que comparava a equipe a um mosqueteiro, pela valentia, na primeira vitória em um amistoso internacional.

O Mosqueteiro do Grêmio foi criado em 1946, em charge de Pompeo, no jornal Folha da Tarde. O personagem, inspirado no diretor Francisco Maineri, representava a união e a bravura com que os jogadores disputavam os jogos, com o espírito do romance Os três mosqueteiros, de Alexandre Dumas (1802-1870).

Também nasceu na imprensa o Saci, mascote do Internacional. Não há um consenso sobre como a personagem passou a ser associada ao clube, mas acredita-se que possa ter sido a partir de 1918, quando começou o processo de profissionalização das atividades desportivas. Cesar Caramês, em entrevista a Andriolli Costa (2016), relatou que a partir do final da década de 1910, o Internacional passou a contratar atletas negros. “A imprensa começou a associar o clube à imagem de um menino negro” (COSTA, 2016).

Costa indica que em crônicas de jornais, como a Folha Desportiva e À Hora, o Internacional é referido como um negrinho pregador de peças. Desde a década de 1940, contudo, com o sucesso do clube, alguns dirigentes, segundo Caramês, passaram a acusar o time gaúcho de usar magia negra, porém o assistente de pesquisa, salienta que para comprovar essas acusações faltam documentações sobre o assunto. Costa completa: “do negrinho travesso para o mágico Saci foi um pulo – de um pé só, estimulado pelos chargistas dos jornais” (COSTA, 2016).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

II SEMINÁRIO DISCENTE

PPGCOM PUCRS

Os símbolos místicos fazem parte da cultura humana desde o princípio. Entretanto, no final do século XIX começaram a ser chamados de mascotes e passaram a representar marcas. No caso dos clubes de futebol, as mascotes representam a marca e também as torcidas.

As mascotes eram um recurso gráfico importante e estava presente nos jornais, que no Brasil, nas primeiras décadas do século passado, começavam a se profissionalizar. As personagens eram usadas para a parte de opinião e humor dos jornais, bem como para ilustrar as crônicas e os resultados dos jogos. Eram um recurso barato e eficiente para cobrir partes, em que não havia uma foto, também auxiliavam para atrair os leitores.

Além disso, as primeiras mascotes criadas na imprensa, a partir da década de 1930, tinham como meta representar a paz entre as torcidas.

A relação funcionava como uma troca em que clubes e imprensa começavam a se profissionalizar. As mascotes nasciam nas folhas dos jornais, ganhavam os estádios, em troca davam aos impressos popularidade.

REFERÊNCIAS

BARROS, Antônio; DUARTE, Jorge (orgs). Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. Atlas, São Paulo, 2008. CARNEIRO, Diego. A importância das mascotes.

Brand Bola, Belo Horizonte. Disponível em 4 set. 2017
<<http://brandbola.com/2017/09/04/mascotes-por-diego-carneiro/>> Acesso em: 10 ago. 2018.

COSTA, Andriolli. Mascote brincalhão do Inter, Saci também é resistência. **Colecionador de Sacis**. Campo Grande, Disponível em: 28 ago. 2016
<<https://coleccionadoresacis.com.br/2016/08/20/mascote-brincalhao-do-inter-saci-tambem-e-resistencia/>>. Acesso em: 27 mai. 2020.

INTERNATIONAL OLYMPIC COMMITTEE. Olympic Winter Games Mascots from Innsbruck 1976 to PyeongChang 2018. **IOC Olympic Studies Centre**, Lausanne, 2017.

MACHADO, Renata Mata. O rei dos animais. **Isto É Gente**, São Paulo, 2000, Disponível em: <<http://www.terra.com.br/istogente/46/testemunha/>>. Acesso em: <15 de abril de 2020>.

II SEMINÁRIO DISCENTE

PPGCOM PUCRS

MASCOTE In: DICIO, Dicionário Online de Português. **Porto: 7Graus**, 2018. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/mascote/>>. Acesso em: <25 abr 2019>.

MASCOTES. **Palmeiras**, São Paulo, Disponível em: <<https://www.palmeiras.com.br/pt-br/mascotes/>>. Acesso em: <3 mai. 2020>.

MARINHO, Elisa. Conheça a história por trás da escolha da mascote de cada time. **Torcedores**, São Paulo. Disponível em: 23 set. 2018 <<https://www.torcedores.com/noticias/2018/09/historia-mascote-time>> Acesso em: <21 abr. 2019>.

PESSOA, F. Mascotes do Campeonato Carioca na Estratégia Mercadológica do Jornal dos Sports. **PODIUM: Sport, Leisure and Tourism Review**. São Paulo, v. 1, n. 1, jan./jun. 2012 (em pdf).

SHLAIN, Leonard. **The Alphabet versus the Goddess: The Conflict Between Word and Image**. Penguin Books, Londres, 1998.