

As Lógicas Do Sentir: O Sentimento Sob O Ponto de Vista Semiótico E Sua Influencia Nos Processos De Comunicação No Futebol¹

Diego Frank Marques Cavalcante²
Fanor DeVry, Fortaleza, Ceará

Resumo

O objetivo desse artigo é discutir a noção de sentimento enquanto representação proposto por Peirce e especular sobre suas influencias nos processos de comunicação. Trata-se de compreender os sentimentos como semiose, ou seja, como mediações inteligentes com propósito. A partir deste esquema de leitura propomos quatro razoabilidades do sentir: reconhecimento, emergência, avaliação e crença-dúvida. Nossa hipótese é de que estas lógicas do sentir, de modo não controlado, influenciariam: a) com quem se comunica; b) a atenção e a intensidade emocional relacionada aos elementos envolvidos na comunicação; c) seleção de comunicações eficazes ; d) confiança ou insegurança em comunicar algo. A partir da análise da jogada de marcação pressão desenvolvida pela seleção holandesa, na copa do mundo de 1974, compreenderemos a influencia dos sentimentos nos processos comunicacionais no futebol.

Palavras-chave: Semiótica; Semiose ; Sentimento; Comunicação, Futebol.

1. Semiótica e semiose

A semiótica está inserida em uma ampla arquitetura conceitual desenvolvida por Charles Sanders Peirce. Este quadro pode ser assim apresentado: 1. Matemática; 2. Filosofia; 2.1 Fenomenologia; 2.2 Ciências normativas. São três as ciências normativas: 2.2.1 Estética; 2.2.2 Ética e 2.2.3 Semiótica. Da mesma forma, são três os ramos da semiótica: 2.2.3.1 Gramática especulativa; 2.2.3.2 Lógica crítica, 2.2.3.3 Retórica especulativa. Peirce propõe ainda a Metafísica 2.3 e as ciências especiais 2.4 (CP 1.991-1.99).

Neste artigo, no entanto, não nos interessa detalhar os ramos da semiótica ou sua relações com as outras ciências ou quase-ciências propostas por Peirce, pesquisadores da obra de Peirce como Romanini (2006), Santaella (1995) ou Ibri (1992), por exemplo, já o

¹ Trabalho apresentado no GP Semiótica da Comunicação do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Comunicólogo, Mestre em Sociologia e Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Professor do departamento de Design Da Faculdade Fanor DeVry . Email: marquesdiego@usp.br.

fizeram com competência. Interessa-nos destacar a noção de semiose e sua lógica de funcionamento. Isso porque na segunda parte do artigo compreenderemos os sentimentos como processos de semiose bem como sua influencia nos processos de comunicação. No terceiro momento, especularemos sobre a influencia dos sentimentos na interação futebolística entre os jogadores.

Para entender a trama da semiose é necessário partir da fenomenologia. Isso porque as três categorias propostas por Peirce retornam em toda arquitetura filosófica, sobretudo, em sua semiótica. As três categorias são: primeiridade (*Firstness*), secundidade (*Secondness*) e terceiridade (*Thirdness*). Estas podem ser compreendidas como finos esqueletos, tons, ou estruturas lógicas das aparências que, por meio das suas relações, tornam possível estudar qualquer *phaneron*. São três as categorias:

Primeiridade é o modo de ser daquilo que é tal como é, positivamente e sem referência a qualquer outro. Secundidade é o modo de ser daquilo que é tal como é relatado a um segundo, mas independente de qualquer terceiro. Terceiridade é o modo de ser daquilo que é tal como é, pondo um segundo e um terceiro em relação um com o outro [...] Designo essas três ideias como categorias cenopitográficas (Peirce, 1998, p.168).

A terceiridade como categoria da mediação, regularidade, mente, inteligência caracteriza a ação do signo, fazendo, portanto, a conexão da fenomenologia com a semiótica. É importante destacar que a secundidade envolve a primeiridade assim como a terceiridade envolve as duas categorias precedentes. Nesse sentido, seria interessante falar em predominância de uma dada categoria na expressão dos fenômenos do que vislumbrar sua manifestação pura. Essa lógica também permeia a semiótica.

Peirce apresenta pequenas variações sobre sua definição de lógica ou semiótica. Em geral, o autor destaca este ramo como a ciência que estuda o caráter representativo dos signos em relação aos seus objetos. Esta representação é pensada como uma mediação inteligente que tem como objetivo tornar eficientes as relações entre o objeto e sua representação.

Interessa à lógica, portanto, estudar como deveria funcionar o signo para que tivesse um determinado efeito significativo. "A lógica é a ciência das leis (quase) necessárias gerais dos signos e, especialmente, dos símbolos" (PEIRCE, 2008, p. 29). "A lógica classifica os argumentos, e ao fazê-lo reconhece diferentes espécies de verdades" (PEIRCE, 1998, p. 200).

[...] a lógica é [...] apenas um outro nome para semiótica [...] a quase necessária, ou formal, doutrina dos signos [...] observamos os caracteres de tais signos e, a partir da observação [...] Abstração, somos levados a afirmações eminentemente falíveis e por isso, num certo sentido, de modo alguma necessárias, a respeito do que devam ser os caracteres de todos os signos utilizados por uma inteligência científica, isto é, por uma inteligência capaz de aprender com a experiência [...] sua intenção de descobrir o que deve ser e não simplesmente o que é no mundo real (PEIRCE, 2008, p.45-46).

Em uma sentença: a semiótica poderia ser compreendida como o estudo da ação do signo ou semiose. Peirce, em diferentes textos, descreve diferentes gradações de detalhamento sobre a ação do signo. O conceito mais simples e difundido poderia ser assim sintetizado: signo é uma coisa (fundamento do signo) que está no lugar de outra (seu objeto) para uma terceira (seu interpretante).

Há definições em que o autor privilegia as relações entre os correlatos, a lógica de funcionamento do signo ou os efeitos de sua ação. Eis algumas passagens que se referem a estas especificações: "[...] a função essencial de um signo consiste em tornar eficientes as relações ineficientes" (PEIRCE, 1998, p.174); "[...] o signo é algo [...] que nos permite saber mais [...] Todo pensamento é feito por meio de signos³" (CP 8. 332)

Ora, o signo tem, enquanto tal, três referências: primeiro, é um signo para um pensamento que o interpreta: segundo, é um signo de algum objeto ao qual, nesse pensamento, ele é equivalente: terceiro, é um signo, nalgum aspecto ou qualidade, é um signo, que o põe em conexão com o seu objeto (PEIRCE, 2008, p. 39).

A ação do signo ou semiose se desenvolve na relação entre seus três correlatos sígnicos: signo, objeto e interpretante. Semiose é sinônimo de comportamento inteligente, evolução, crescimento, processos adaptativos. É nesse sentido que a função do signo deve tornar eficientes as relações ineficientes, possibilitar o acréscimo de conhecimento. Nesta relação, predomina o caráter triádico-mediativo do signo em detrimento do diático-reativo.

Peirce (1998) cita um exemplo simples para esclarecer tal distinção, a saber: um evento A produz um evento B e, em seguida, o evento B produz um C. Se A age diretamente em B e este diretamente em C, configura-se apenas uma relação direta entre dois elementos (diádica). Por outro lado, se o evento A produz B para gerar um efeito C, caracteriza-se uma relação triádica (mediada). Nesta dinâmica, C (interpretante) é predicado

³[...]a sign is something by [...] which we know something more [...] all our thought and knowledge is by signs (CP 8.331).

da relação de mediação de B (signo) em relação a A (objeto). Estabelece-se neste último caso o processo de ação do signo ou semiose:

Por *semiosis* designo [...] uma ação ou influência, que é, ou envolve, uma cooperação entre três sujeitos, um signo, o seu objeto e os seus interpretantes; e sua influência tri-relativa nunca é irreduzível a ação de seus pares (PEIRCE, 1998, p. 155).

É este aspecto geral, mediado, inteligente, adaptativo e com propósito que gostaríamos de destacar da semiótica de Peirce. No entanto, o caráter geral ou mental da semiose precisa da categoria da secundidade para ser atualizado. Isso porque o geral não está relacionado a eventos singulares.

A generalidade influencia eventos futuros, ou seja, garante sua mediação inteligente em situações similares às gerais. Nesse sentido, precisaria dos aspectos da secundidade que conferem contexto e ação ao processo de semiose. Por outro lado, são os aspectos de primeiridade que propiciam as qualidades para que o contexto e a ação inteligente possam ser expressos por meio de corporeidades envolvidas.

Na relação do fundamento do signo com seu objeto dinâmico, por exemplo, para que um Símbolo (elemento de terceiridade) seja eficiente em sua ação ele precisa de Índices (secundidade) e Ícones (primeiridade). O símbolo é um geral que funciona graças a uma convenção, lei ou hábito. Hábitos são leis mentais que influenciam ações futuras com propósito por meio de associações de ideias em dados contextos gerais.

Dado o caráter habitual do Símbolo, sua interpretação depende da capacidade do interpretante conhecer o hábito representado no signo: "Um signo genuíno é um [...] símbolo, que é um signo cuja virtude significante se deve a um caráter que só pode ser compreendido com a ajuda de seu interpretante" (PEIRCE, 2008, p. 28-29).

Defino um símbolo como um signo que é determinado pelo seu objeto dinâmico apenas no sentido em que ele será interpretado enquanto tal. Ele depende assim de convenção, ou de um hábito, ou de uma disposição natural, ou então do seu campo interpretante (aquilo de que o interpretante é uma determinação) (PEIRCE, 1998, p. 175).

Outro aspecto derivado do caráter geral do Símbolo é que, em essência, não se refere a sujeitos ou objetos ou possui qualidades significantes. "Os símbolos encontram-se bastante afastados da própria realidade. Eles são abstraídos. Eles nem exibem os próprios caracteres significados, como fazem os ícones, nem nos asseguram da realidade dos nossos objetos, como fazem os índices" (PEIRCE, 1998, p. 188). Para governar eventos reais,

portanto, o Símbolo precisa de Índices e Ícones: "[...] um Símbolo suficientemente completo envolve sempre um Índex, tal como um Índex suficientemente completo envolve um Ícone" (PEIRCE, 1998, p. 202).

Os Índices são necessários para indicar ao Símbolo a ocasião real em que este deveria agir. Índices são signos que representam seu objeto dinâmico pelo fato de serem realmente afetados por ele, portanto, "[...] nos asseguram da realidade dos nossos objetos" (PEIRCE, 1998, p. 188). Índices funcionam chamando a atenção, interconectando sujeitos e objetos envolvidos, "[...] pois o Índice é o meio ambiente em comum aos interlocutores" (PEIRCE, 2008, p.84).

Uma batida na porta é um índice. Tudo o que atrai a atenção é um índice. Tudo que nos surpreende é um índice, na medida em que nos assinala a junção entre duas coisas da experiência [...] um violento trovão indica que algo considerável ocorreu, embora não saibamos exatamente qual foi o evento (PEIRCE, 2008, p. 67).

O Índice incorpora a lógica da secundidade na relação do fundamento do signo com o objeto dinâmico. Assim, a atenção forjada pelo índice deriva das relações entre os corpos, dos seus atritos, da resistência de algo que afeta o signo. No entanto, o Índice, em essência, não possui qualidades. Trata-se de uma espécie de imperativo que diz: olhe isto!

Nesse sentido, ele precisa de Ícones de um tipo especial, são Ícones de contraste. Para Peirce, estes são necessários para apresentar diferenças qualitativas que permitam distinguir aspectos do objeto (CP 2.276). "A única maneira de comunicar diretamente uma ideia é através de um ícone, e todo método de comunicação indireta de uma ideia deve depender, para ser estabelecido, do uso de um ícone" (PEIRCE, 2008, p. 64).

Interessa-nos destacar dois aspectos da semiose: a) seu aspecto inteligente, mediado, evolutivo e mental; b) relações entre aspectos gerais, contextuais e qualitativos na ação do signo. Partindo destes pressupostos semióticos, compreenderemos os sentimentos como processos de semiose e especularemos seu papel na comunicação.

2. A semiose dos sentimentos : as lógicas do sentir e suas influencias nos processos de comuncação

Antes das recentes descobertas das neurociências sobre a importância dos sentimentos e das emoções nos processos cognitivos, Peirce (1998) já houvera especulado sobre sua relevância. Para o lógico e filósofo americano, os sentimentos também podem ser

gerais, ou seja, influenciariam sentimentos futuros por meio de modos de associações de ideias com propósitos em dados contextos (hábitos).

Peirce (1998) distingue os sentimentos como meras qualidades materiais daqueles que são capazes de representação, ou seja, realizam também processos de semiose guiados por uma espécie de Símbolo.

[...] a sensação, enquanto representa alguma coisa, é determinada, de acordo com uma lei lógica, por cognições prévias; ou seja, essas cognições determinam que haverá uma sensação. Mas na medida em que a sensação é um mero sentimento de um tipo particular, ela é determinada apenas por um poder inexplicável e oculto; enquanto é apenas esse sentimento ela não é uma representação, mas apenas a qualidade material de uma representação (PEIRCE, 1998, p. 45).

Destacaremos passagens dos textos de Peirce que sugerem modos de sentir como representações. Nesse sentido, as lógicas de sentimento que discutiremos não são necessariamente as propostas por Peirce. Trata-se antes de capturar algumas sugestões e , por assim dizer, completar os argumentos, descrevendo modos de razoabilidades do sentir. Priorizamos também destacar os sentimentos que poderiam interferir diretamente nos processos de comunicação. Partindo dos textos de Peirce propomos quatro lógicas do sentir: reconhecimento, emergência, avaliação, crença-dúvida.

O sentimento de reconhecimento seria o mais fundamental das semioses do sentir. Seria um Símbolo-sentimento responsável por reconhecer os objetos, sujeitos e contextos do ambiente. Para isto deve haver um processo de generalização das qualidades de sentimentos.

O processo pode ser simplificado da seguinte forma: quando uma dada ocasião ou objeto afeta seguidamente a cognição, a operação mental de generalização associa as qualidades regulares que lhe parecem semelhantes (são semelhantes para a cognição, não em si) e as "funde" compondo uma generalidade. "Quando estes [sentimentos] se tornam fundidos na associação se tornam uma ideia geral"⁴(CP 6.136)

Quando a generalidade de sentimento de reconhecimento identifica aspectos similares em um dado objeto ou ocasião atual, predica o reconhecimento do objeto. "[...] É uma espécie de sentido de similaridade entre o presente e o passado [...] um sentimento peculiar de similaridade, e isso porque as duas sensações são diferentes" (PEIRCE, 1998, p. 201).

O sentimento geral de similaridade [...] Todas as ocorrências específicas do sentimento de similaridade são, elas próprias, reconhecidas como

⁴ "When these [feelings] become welded in association, the result is a general ideia"(CP 6.136).

similares, e isto por o mesmo Símbolo de similaridade, se lhes aplicar [...] é por ser um Símbolo que o sentimento de similaridade se distingue de outros sentimentos. Contudo, a significação da *psicosis* enquanto signo consiste em que o percepto ao qual ela ultimamente se refere tem também a mesma qualidade, a qual é determinada pelo Símbolo-pensamento de similaridade (PEIRCE 1998, p. 204).

Os sentimentos de reconhecimento são fundamentais para os processos de comunicação na medida em que só podemos interagir com algo se houver alguma gradação de reconhecimento. Por outros termos, se não houver qualquer nível de similaridade não é possível associar tal objeto a qualquer conceito generalizado na mente, logo, não haveria conhecimento em comum e, conseqüentemente, comunicação.

Os sentimentos de reconhecimento, portanto, poderiam ser compreendidos como as portas de entrada da comunicação e prediriam aqueles que entrariam no campo de possibilidades de interação. Influenciariam, portanto, com quem nos comunicamos.

O segundo Símbolo-sentimento seria o de emergência. Seu propósito seria inferir o grau de emergência de um dado contexto, ou seja, direcionar atenção e emoção aos aspectos perigosos ou imprevisíveis do ambiente.

O argumento seria o seguinte: se o sentimento de reconhecimento infere intensas gradações de reconhecimento, então, o sentimento de emergência seria baixo e, por sua vez, preditaria baixas gradações de emoções e atenção a objetos específicos. Se, por outro lado, o sentimento de reconhecimento sugere baixas gradações de similaridade, então, o sentimento de emergência deveria pregar intensa emoção e atenção associada aos aspectos involgares. As emoções de medo, por exemplo, poderiam ser compreendidas como predicções do sentimento-Símbolo de emergência diante de interações com alta gradação de imprevisibilidade. É possível inferir esse argumento da seguinte passagem:

As emoções, como observações simples podem mostrar, surgem quando nossa atenção é fortemente arrastada para situações complexas e imprevisíveis. O medo surge quando não podemos prever o que nos acontecerá [...] O indescritível, o inefável, o incompreensível, normalmente excitam a emoção (PEIRCE, 1998, p. 45).

Aspectos imprevisíveis ou aprendidos como perigosos do ambiente seriam automaticamente intensificados enquanto os previsíveis e seguros teriam menos relevo. A associação da emoção com os perceptos, portanto, poderia sugerir a intensidade de atenção a eles dedicada, compondo uma espécie de hierarquia de vigilância. Se pudesse falar talvez sentimento de emergência sugerisse: "Atenção com esses elementos do ambiente! Não

sabemos muita coisa sobre eles!" ou "Fique de olho na situação X, aprendemos que ela é perigosa".

O terceiro Símbolo-sentimento são os de crença-dúvida. Se as emoções como o medo, por exemplo, são importantes por sugerirem que dados aspectos são imprevisíveis e merecem atenção, a crença, por outro lado, sugere que a situação atual pode ser conduzida com eficiência. O sentimento da crença, portanto, predica confiança quando avalia que a situação pode ser resolvida pelos conceitos generalizados na mente.

As nossas crenças guiam nossos desejos e moldam nossas ações [...] o sentimento de crença é uma indicação mais ou menos segura de que se está estabelecendo na nossa natureza um hábito que determinará as nossas ações [...] coloca-nos numa condição tal que nós agiremos de uma certa forma logo que a ocasião surja (PEIRCE, 1998, p. 64).

A dúvida, por outro lado, é predicada quando a razoabilidade desse sentir infere insegurança em relação ao objeto ou situação. A razoabilidade dos sentimentos de crença-dúvida, funcionaria em interação com os sentimentos de reconhecimento. A associação das inferências não controladas seria a seguinte: a ocasião atual é inferida como semelhante a generalizada. Se em situações similares o processo cognitivo foi eficiente em relação a dado objeto, então, na ocasião atual também poderia ser (predicação do sentimento de crença), predica-se a confiança para a realização da ação. Caso o sentimento de reconhecimento predique baixa similaridade entre a ocasião atual e a generalizada, então, o Símbolo de crença-dúvida deveria pregar sentimentos de dúvida e receio para realizar a ação.

Nesse sentido, o Símbolo-sentimento de crença-dúvida influenciaria na efetivação ou receio em interagir com algo, alguém ou contexto e na manutenção ou dispersão da comunicação. Na medida em que o sentimento de crença é compartilhado pelos indivíduos envolvidos na interação deveria haver confiança na manutenção do processo comunicacional. Em caso de dúvida, seria predicado o receio para que a consciência e o raciocínio controlado busquem saciar as dúvidas e restabeleça a crença e o fluxo comunicacional. Essa razoabilidade do sentir, portanto, influenciaria no gatilho da comunicação e em sua manutenção ou dispersão.

O quarto Símbolo-sentimento que destacaremos é o de avaliação. O propósito dessa razoabilidade é inferir prazer das relações vantajosas e dor das relações desvantajosas para uma dada cognição. Essa razoabilidade, portanto, influencia na generalização de comportamentos eficientes, na interação com pessoas, objetos e contextos que geram prazer

bem como no afastamento daqueles que provocam desprazer. Peirce houvera proposto que o prazer e a dor não eram meras qualidades de sentimento, mas antes também poderiam ser compreendidos como julgamentos perceptivos:

[...] o prazer e a dor só podem ser reconhecidos como tais num juízo; são predicados gerais atribuídos mais a sentimentos do que a sentimentos verdadeiros. Mas um sentir meramente passivo, que não atua nem julga, que tem todas as espécies de qualidades mas não atua nem julga, ele mesmo, não reconhece essas qualidades porque não procede nem uma análise nem uma comparação (PEIRCE, 2008, p. 14).

Do ponto de vista comunicacional, os sentimentos de avaliação deveriam sugerir a generalização de dados modos de comunicar efetivos bem como a aproximação de objetos, contextos e indivíduos que estão relacionados a sentimentos prazerosos. Por outro lado, deveriam sugerir o afastamento nas relações desprazerosas e marginalização de comunicações ineficientes.

Em suma, seriam quatro razoabilidades do sentir com propósitos específicos em associação que influenciariam os processos de comunicação. O sentimento de reconhecimento sugere semelhança entre o objeto generalizado na mente e o atual, seu propósito é o reconhecimento dos aspectos envolvidos na interação. O propósito do sentimento de emergência é sugerir o grau de imprevisibilidade do objeto que afeta a cognição e destacar os aspectos perigosos por meio de emoções intensas.

O propósito do sentimento de crença é sugerir a comunicação de algo em dado contexto. Os sentimentos de avaliação inferem prazer das relações efetivas e dor das desvantajosas influenciando na generalização das razoabilidades bem sucedidas. Seu propósito seria selecionar modos de comunicar eficientes para que estes influenciem em ocasiões similares.

3. As razoabilidades do sentir no futebol: Uma análise da marcação pressão holandesa na copa do mundo de 1974

Em esportes de alto rendimento os processos não controlados de cognição desempenham um papel fundamental na eficácia das ações. Isso porque o tempo de reação do atleta tem de ser cada vez mais rápido para vencer a disputa: cabecear a bola antes do adversário, movimentar-se rapidamente para recepcionar um saque, por exemplo. O

treinamento deve automatizar a comunicação e endossar à mente inconsciente boa parte da trama cognitiva. A consciência e o raciocínio controlado deveriam se deter em aspectos imprevisíveis e de difícil treinamento. A eficiência dos sentimentos de reconhecer, de emergência, de crença e avaliação seriam decisivos para a eficiência da comunicação entre os atletas.

Para compreender a influencia dos modos de sentir analisaremos a marcação pressão da seleção holandesa que disputou a copa do mundo de 1974. A marcação pressão consiste na sincronização em alta velocidade dos movimentos dos marcadores ao redor de um único adversário, minando suas possibilidades de jogada. Como, portanto, os modos de sentir poderiam ajudar na compreensão dos processos de cognição e comunicação entre os jogadores holandeses na realização da marcação pressão ?

Antes de tudo é preciso compreender a ação dos modos de sentir nos comportamentos dos jogadores. Se são semioses genuínas, então, devem ser influenciados por hábitos. Se são influenciados por hábitos, então, devem expressar gradações de regularidade, sendo, portanto, passível de análise estatística. Neste artigo, no entanto, priorizaremos a compreensão abduativa-dedutiva das lógicas do sentir, deixando a avaliação indutiva das consequências dessa hipótese para uma outra oportunidade.

Os sentimento de reconhecimento pode ser compreendido na forma regular que o jogador reconhece uma dada jogada ensaiada, ou seja, se a situação de jogo atual é semelhante a treinada, então, o sentimento de reconhecimento infere similaridade. Na medida em que os jogadores realizam um treinamento coletivo deveria ser possível o desenvolvimento de um sentimento de reconhecimento em comum de uma mesma jogada ensaiada.

Se os jogadores compartilham este reconhecimento, então, passam a se conectar a um dada jogada ensaiada em comum. Também são reconhecidos os companheiros que geralmente participam da jogada. O sentimento de reconhecimento, portanto, quando compartilhado, tanto influencia na integração dos jogadores a uma mesma jogada como no reconhecimento daqueles que deveriam participar dela.

A seleção holandesa que disputou a copa do mundo de 1974 desenvolveu um modo invulgar de sentimento de reconhecimento comunicacional. Os jogadores passam a reconhecer coletivamente a saída de jogo do adversário como um contexto de intensa marcação.

O sentimento de emergência também era decisivo para a marcação pressão holandesa. Se a marcação pressão é acionada e o jogador adversário "vence" a marcação holandesa, geralmente o sentimento de emergência era acionado. Coordena-se um estado de emergência que direciona a atenção dos atletas holandeses para o jogador adversário que escapou da marcação. Os holandeses rapidamente se direcionam para cometer a falta e parar a jogada.

Tal situação de perigo se desenvolve porque vários atletas holandeses avançavam para marcar apenas um jogador adversário, deixando espaços desmarcados. Nesse sentido, fazer falta pararia a jogada e daria a oportunidade para recompor a marcação. Dado o compartilhamento do sentimento de emergência, os holandeses coordenavam a atenção bem como a intensa emoção ao jogador adversário em situação perigosa. Orquestravam-se as vivacidades das consciências bem como o sentimento de perigo relacionado a um mesmo jogador. Um sentir emergencial sincronizado se desenvolve.

O sentimento de crença pode ser compreendido pelo disparo da ação do jogador holandês para a marcação pressão. Se o jogador partiu para a marcação é porque acreditou que sua ação seria eficiente naquele contexto. O compartilhamento dessa crença deveria, portanto, desencadear as ações coordenadas dos jogadores.

Os sentimentos de avaliação influenciariam, sobretudo, nos treinamentos, na generalização das movimentações, técnicas bem sucedidas, nos tempos de reações eficientes etc. Nas jogadas ensaiadas de sucesso predicaria sentimentos de prazer enquanto nas tentativas ineficazes, desprazer. O bom treinamento associado ao sentimento de avaliação deveria gerar seleção das jogadas eficientes para que possam influenciar em situações similares futuras. Como os jogadores treinam de forma coletiva e intensiva, selecionam coletivamente as mesmas jogadas, compartilhando generalizações similares. Nesse sentido, a regularidade e eficiência da marcação pressão holandesa deveria ser sintoma da ação dos sentimentos de avaliação nos treinamentos.

Em resumo, os quatro modos de sentir influenciariam nos processos de comunicação durante o jogo de futebol da seguinte forma: a) no reconhecimento coletivo de uma jogada ensaiada, inserindo os jogadores em um conceito de jogo e influenciando na seleção daqueles que participariam da interação; b) na seleção coletiva de aspectos perigosos e imprevisíveis do jogo bem como na intensidade emocional envolvida na jogada por meio do sentimento de emergência; c) no acionamento ou não da ação coletiva em consonância com

o compartilhamento do sentimento de crença em dada ocasião; d) na generalização coletiva das comunicações eficazes.

REFERÊNCIAS

IBRI, Ivo Assad. **Kósmos Noetós** - A Arquitetura Metafísica de Charles S. Peirce. São Paulo: Perspectiva/Hólon, 1992.

PEIRCE, Charles Sanders. **The collected papers of Charles Sanders Peirce**. Electronic edition. Vols. I-VI. C. Hartshorne & P. Weiss (eds.). Charlottesville: Intelelex Corporation. MA: Harvard University, 1931-1935.

_____. **Antologia Filosófica**. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da moeda, 1998.

_____. **Semiótica**. São Paulo, perspectiva, 2008.

ROMANINI, Anderson Vinícius. **Semiótica minuta- especulações sobre a Gramática dos a gramática dos signos e da comunicação a partir da obra de Charles S. Peirce** (Tese de Doutorado). Universidade de São Paulo: São Paulo, 2006.

SANTAELLA, Lúcia. **A teoria geral dos signos**. São Paulo: Ática S.A, 1995.