

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO DA FACULDADE
DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - CÂMPUS DE
BAURU/SP

NÚBIA MARIA SILVA DE AZEVEDO

DO MYTHOS AO LÓGOS:

Um mapeamento das construções simbólicas em produtos editoriais acerca do Sport Club Corinthians Paulista

Bauru - SP
2024

Núbia Maria Silva de Azevedo

DO MYTHOS AO LÓGOS:

Um mapeamento das construções simbólicas em produtos editoriais acerca do Sport Club Corinthians Paulista

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Doutor em Comunicação pela Unesp – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – Programa de Pós-Graduação em Comunicação.

Área de concentração: Comunicação Midiática

Linha de Pesquisa: Produção de Sentido na Comunicação Midiática

Orientador: Prof. Dr. José Carlos Marques

Bauru - SP
2024

Azevedo, Núbia Maria Silva de.

Do *mythos* ao *lógos*: um mapeamento das construções simbólicas em produtos editoriais acerca do Sport Club Corinthians Paulista / Núbia Maria Silva de Azevedo. - Bauru, 2024

194 f. : il.

Tese (Doutorado)-Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes Comunicação e Design, Bauru

Orientador: José Carlos Marques

1. Futebol. 2. Construções simbólicas. 3. Livros. 4. Corinthians. I. Universidade Estadual Paulista. Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design. II. Título.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA TESE DE DOUTORADO DE NÚBIA MARIA SILVA DE AZEVEDO, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 22 dias do mês de março do ano de 2024, às 14:00 horas, por meio de Videoconferência, realizou-se a defesa de TESE DE DOUTORADO de NÚBIA MARIA SILVA DE AZEVEDO, intitulada **Do mythos ao lógos: um mapeamento das construções simbólicas em produtos editoriais acerca do Sport Club Corinthians Paulista**. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professor Associado JOSE CARLOS MARQUES (Orientador(a) - Participação Presencial) do(a) Departamento de Ciências Humanas da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design / Universidade Estadual Paulista, Professor Associado ARY JOSÉ ROCCO JÚNIOR (Participação Virtual) do(a) Esporte da Escola de Educação Física e Esporte / Universidade de São Paulo, Professor Doutor ELCIO LOUREIRO CORNELSEN (Participação Virtual) do(a) Programa de Pós-Graduação em Letras: Estudos Literários / Universidade Federal de Minas Gerais, Professora Adjunta LEDA MARIA DA COSTA (Participação Virtual) do(a) Teoria da Comunicação / Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Professor Associado MAXIMILIANO MARTIN VICENTE (Participação Presencial) do(a) Departamento de Ciências Humanas / UNESP/Câmpus de Bauru. Após a exposição pela doutoranda e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final: APROVADA. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.

Professor Associado JOSE CARLOS MARQUES

AGRADECIMENTOS

O processo de escrita consiste em um período solitário. No entanto este trabalho tornou-se possível unicamente em razão das muitas trocas, parcerias e compartilhamentos que o permearam. Assim, concluo mais essa etapa grata a todos aqueles que constantemente me incentivam.

Agradeço ao meu pai, José Marcos, pelo amor incondicional e pelo apoio irreduzível ao longo de toda a minha caminhada. Não há palavras que dimensionem o amor e a admiração que eu sinto por você!

À querida tia Lú, que desde o início sonha os meus sonhos comigo e nunca mediu esforços para me ajudar a alcançá-los.

À Ary, por toda compreensão e incentivo ao longo dessa jornada.

Ao Aires Magno Machado, pela cumplicidade, parceria e companheirismo. Por estar ao meu lado nos momentos mais difíceis, sempre com tanto carinho e cuidado. Há muito de você nestas páginas a seguir.

Às indispensáveis Tamires Rani, Ellem Zanetti e Suélem Santos pela amizade incondicional. Por dividirem comigo a vida e, junto com ela, as alegrias e dificuldades na produção desta tese. As nossas sextas-feiras tornaram a caminhada mais leve.

Ao meu orientador José Carlos Marques, por acreditar em mim e na minha pesquisa. Pela paciência, compreensão e palavras de apoio tão importantes para dar confiança nessa trajetória.

Ao Fernando Wanner que mais uma vez abriu as portas do Memorial para me receber, sempre disposto a responder meus questionamentos, clareando o caminho a ser percorrido.

À Ary Rocco Jr., Elcio Cornelsen, Leda Costa e Maximiliano Martin Vicente por aceitarem o convite para fazer parte da banca e por, conseqüentemente, partilharem esse momento tão especial comigo.

À Fiel BH, que compartilha e entende o amor que motiva as minhas produções. Agradeço em especial ao Alex, à Janete, à Inês e à Aninha pelas palavras de conforto e encorajamento e por proporcionarem momentos de distração fundamentais para aliviar a jornada.

Ao Sport Club Corinthians Paulista por seguir contrariando a lógica e ser a razão de tudo o que realizo na vida.

À CAPES. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

O time é a única cédula de identidade na qual o torcedor acredita. E em muitos casos, a camisa, o hino e a bandeira encarnam tradições profundas, que se expressam nos campos de futebol, mas vêm do fundo da história de uma comunidade.

Eduardo Galeano, Fervor da Camisa
Futebol ao Sol e Sombra, 1996.

RESUMO

O futebol transcendeu os limites do campo esportivo, evidenciando-se como elemento importante na cultura de diversos países, dentre eles o Brasil, onde se tornou paixão nacional e parte da identidade do povo brasileiro. Ao estabelecer-se, por meio de diversos mecanismos, como símbolo expressivo do esporte nacional, o futebol passou a conduzir os sentimentos e desejos dos apaixonados pelo desporto. Ademais, além de se concretizar em sua dimensão simbólica e ritual, o ludopédio transfigurou-se em produto midiático, e atualmente a sua cultura de consumo possui grande influência cultural e econômica. No escopo destas questões surge a ideia da presente pesquisa que tem como propósito analisar e problematizar as construções simbólicas presentes em produtos editoriais acerca da história do Sport Club Corinthians Paulista, bem como discutir os conceitos simbólicos que forjam a identidade do torcedor corinthiano. Para tal, o corpus é composto por três obras a saber: *Coração Corinthiano*, de Lourenço Diaféria (1992); *Bíblia do Corinthiano*, de Celso Unzelte (2010) e *Nação Corinthians*, produção própria do clube paulista (2011). A metodologia utilizada para conduzir o estudo se fundamenta na pesquisa bibliográfica, acerca dos assuntos teóricos abordados; na análise textual discursiva, referente ao levantamento e análise dos dados no corpus de pesquisa; bem como em entrevista, igualmente aplicada na coleta de dados. Conclui-se que os produtos editoriais analisados empregam elementos do passado histórico do Corinthians como legitimadores das construções simbólicas de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’. Ademais, nota-se, por parte do clube, a apropriação e manipulação do genoma da instituição como estratégia de diferenciação da agremiação e de seus torcedores dos demais.

Palavras-chave: Futebol; Construções simbólicas; Livros; Corinthians

ABSTRACT

Soccer has transcended the limits of the sporting field, becoming an important element in the culture of several countries, including Brazil, where it has become a national passion and part of the identity of the Brazilian people. By establishing itself, through various mechanisms, as an expressive symbol of national sport, soccer began to drive the feelings and desires of those passionate about the sport. Furthermore, in addition to becoming concrete in its symbolic and ritual dimension, the soccer has transformed into a media product, and currently its consumer culture has great cultural and economic influence. Within the scope of these questions arises the idea of this research, which aims to analyze and problematize the symbolic constructions present in editorial products about the history of Sport Club Corinthians Paulista, as well as discuss the symbolic concepts that forge the identity of Corinthians fans. To this end, the corpus is composed of three literary works, namely: *Coração Corinthiano*, by Lourenço Diaféria (1992); *Bíblia do Corinthiano*, by Celso Unzelte (2010) and *Nação Corinthians*, club's own production (2011). The methodology used to conduct the study is based on bibliographical research, regarding the theoretical subjects covered; in discursive textual analysis, referring to the collection and analysis of data in the research corpus; as well as in interview, equally applied in data collection. It is concluded that the editorial products analyzed employ elements from Corinthians' historical past as legitimizers of the symbolic constructions of 'Time do Povo' and 'Fiel Torcida'. Furthermore, the club's appropriation and manipulation of the institution's genome can be seen as a strategy to differentiate the club and its fans from others.

Keywords: Football; Symbolic constructions; Books; Corinthians

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 - <i>Guia do foot ball</i> (edição de 1905), de Mário Cardim: primeiro livro de futebol publicado no Brasil	63
Figura 2 – Capa do livro <i>História do foot-ball em S. Paulo</i> , de 1918	65
Figura 3 – Tabela de publicação temporal dos livros	73
Figura 4 – Tabela de publicação de livros em períodos anuais	73
Figura 5 - Tabela de distribuição de livros por assunto	74
Figura 6 – Segundo mapa metodológico das mediações	83
Figura 7 – Adaptação do mapa das mediações ao propósito da pesquisa	83
Figura 8 – Corinthians relembra Democracia Corinthiana	117
Figura 9 – Camisa inspirada na Democracia Corinthiana	118
Figura 10 – Oração ao Corinthians	131
Figura 11 – Homenagem da Ford à Fiel Torcida	142
Figura 12 - Informe do jornal <i>Coração</i>	144
Figura 13 - Homenagem da Caixa à Fiel Torcida	146
Figura 14 - Kit da Campanha Corinthianismo	168

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1 – Distribuição por nível de qualificação	52
Gráfico 2 – Distribuição por temas	55
Gráfico 3 – Distribuição por temáticas literárias	57

LISTA DE QUADROS

	Pág.
Quadro 1 - Mini vocabulário ‘futebolês’	42
Quadro 2 - Relação de trabalhos encontrados	56
Quadro 3 - Livros que abordam a história do Corinthians	76

LISTA DE TABELAS

	Pág.
Tabela 1 - Distribuição das teses e dissertações por grandes áreas do conhecimento	52
Tabela 2 - Distribuição dos trabalhos por área (1º - 10º)	54

SUMÁRIO

	Pág.
INTRODUÇÃO – Concentração	15
1 ANÁLISE TÁTICA	19
1.1 Objetivos	19
1.2 Corpus da Pesquisa	20
1.3 Esquema tático: Metodologia	22
2 AQUECIMENTO: DE IDENTIDADE CULTURAL A OBJETO ACADÊMICO	26
2.1 Os primórdios do Futebol	27
2.2 Prática cultural e elemento de identidade nacional	36
2.3 Midiatização do Futebol	43
2.4 Futebol como objeto acadêmico	49
3 PRIMEIRO TEMPO: A LITERATURA ENTRA EM CAMPO	59
3.1 Primeiras linhas do futebol na literatura	60
3.2 Segundo momento da edição	69
3.3 Os clubes de futebol nas páginas dos livros	74
3.4 Os livros como mediadores na produção de sentido	78
4 SEGUNDO TEMPO: O UNIVERSO SIMBÓLICO	86
4.1 Imaginário e torcedor <i>symbolicum</i>	87
4.2 Símbolos, signos e mitos na compreensão dos fatos históricos... ..	92
4.3 A dimensão simbólica do futebol	98
4.4 Sport Club Corinthians Paulistas: a história	102
4.5 Manipulando símbolos, inventando tradições	114
5 PRORROGAÇÃO: DO MYTHOS AO LÓGOS - AS CONSTRUÇÕES SIMBÓLICAS EM TORNO DO CORINTHIANS	121

5.1 Coração Corinthiano	122
5.2 Bíblia do Corinthiano	129
5.3 Nação Corinthians	147
5.4 Melhores momentos: Análise da Pesquisa	159
PÓS-JOGO: CONSIDERAÇÕES FINAIS	174
REFERÊNCIAS	178
ANEXOS	186

Concentração

Ainda que não tenha sua origem no País, o futebol se tornou um esporte significativo na cultura brasileira, constituindo-se como ponto de unificação e expressão da vida popular e das dinâmicas sociais do povo, configurando-se assim como forte elemento da identidade nacional (DAMATTA, 1994; HELAL, 2011; GUEDES, 1998; MARQUES, 2011). Por meio dos processos sociais históricos, o ludopédio se consolidou em sua dimensão simbólica, ritual e de espetacularização social (ANTUNES, 2004; SOUZA, 2008; GUTERMAN, 2010).

O surgimento quase que concomitante dos meios de comunicação de massa com o esporte moderno levou a um crescimento acelerado do número de admiradores do futebol e a sua expressiva importância enquanto manifestação cultural da sociedade brasileira (GASTALDO, 2011). Assim, a mídia se tornou uma das grandes responsáveis pela sua popularização, e posteriormente pela sua espetacularização. Composta por diversos canais de comunicação, a mídia constrói representações simbólicas a partir da práxis do esporte mais popular do País, elucidando a relação interdependente de produção de sentidos entre o campo midiático e o campo esportivo.

Detentor de extensas dimensões narrativas que ultrapassam os limites do campo esportivo, surge então a necessidade de se problematizar esse esporte. Observa-se, a partir do final do século XX, um crescimento significativo dos estudos sobre futebol no Brasil, no entanto, é possível notar a escassez de investigações em alguns âmbitos. Ainda são raras as pesquisas a respeito de livros cuja temática é o futebol, bem como acerca do mercado editorial. Nota-se que os livros de futebol são abordagem apenas de levantamentos sobre a produção editorial.

A partir desse pano de fundo, e assumindo o livro como objeto midiático, a presente pesquisa objetiva mapear as construções simbólicas presentes em produtos editoriais acerca da história do Sport Club Corinthians Paulista, problematizando seus significados e acionando, simultaneamente, outras perspectivas possíveis dos efeitos de sentido produzidos em seus discursos. Busca-se discutir os conceitos simbólicos que forjam a identidade do torcedor corinthiano¹, bem como os signos que os transmitem.

¹De acordo com as normas ortográficas a grafia correta do termo é corintiano, sem a letra 'h'. No entanto, a presente pesquisa adota o vocábulo 'corinthiano' em respeito à campanha realizada pelo Comitê de Preservação da Memória Corinthiana e pela principal torcida organizada do clube, o Grêmio Gaviões da Fiel, no final dos anos 70. Por se tratar de uma derivação de 'Corinthians', nome que consiste em uma homenagem ao Corinthian Casuals, clube inglês, o comitê e a agremiação defendem não se tratar de um termo oriundo da língua portuguesa, o que justificaria o uso do 'th'.

Para esse fim, tem-se como corpus de pesquisa três livros que versam sobre a história do clube paulista, a saber: *Coração Corinthiano*, de Lourenço Diaféria (1992); *Bíblia do Corinthiano: livro e documentos históricos de um centenário de conquistas*, de Celso Unzelte (2010) e *Nação Corinthians*, produção própria do clube paulista (2011); tratados no presente trabalho não apenas como mídias submetidas à lógica da midiatização, mas também como mediadores.

Para Campos et. al (2018), a necessidade mais básica do ser humano é que as coisas sejam dotadas de significado e transmitam mensagens, sendo a estrutura das histórias a responsável por conferir o sentido que nossas vidas precisam. Ao pensar o futebol por este prisma, verifica-se que, ao se constituir como símbolo expressivo do esporte nacional, o ludopédio passou a conduzir os sentimentos e desejos dos aficionados pelo desporto. Nota-se que o gostar e o viver o futebol delineou-se por meio de um compartilhamento em que times, torcidas, emblemas, cores, cantos e ídolos projetam sentido de unidade, concebendo este esporte como um ritual cujos símbolos produzem significados expressivos.

A escolha por livros que abordam a história do Sport Club Corinthians Paulista como objetos de estudo se deve às marcas representativas de valor criadas ao longo da trajetória do clube paulista. Enquanto tradição inventada (SANTOS e ROCCO JÚNIOR, 2017), o ‘time do povo’ e a ‘fiel torcida’ tornaram-se construções simbólicas exploradas como estratégia para diferenciação do clube e de seus torcedores dos demais. Os gestores identificaram que, por intermédio da ligação entre o imaginário coletivo do clube e o imaginário social do torcedor consumidor pode-se obter uma vantagem na busca por receita e novos torcedores. Assim, tal discurso foi potencializado na construção de uma memória que institui a sua identidade.

A metodologia utilizada para conduzir o estudo se fundamenta na pesquisa bibliográfica, na análise textual discursiva, bem como em entrevista. No presente trabalho, a pesquisa bibliográfica (GIL, 2009) consistirá no levantamento teórico acerca dos assuntos abordados, como as origens do futebol e a presença deste esporte na produção editorial; definições de midiatização e mediação; além dos conceitos de mito, imaginário e simbólico.

A análise textual discursiva (MORAES, 2003) será utilizada para coleta e análise de dados no corpus da pesquisa. Tal método manifesta-se como adequado aos estudos em que as abordagens de análise encontram-se entre soluções propostas pela análise de conteúdo e a análise de discurso. Por fim, a coleta de dados realizar-se-á ainda através de

entrevista semi-diretiva de face a face (ALAMI *et al.*, 2010). Será entrevistado o jornalista, pesquisador e escritor Celso Unzelte, responsável por textos de dois dos três objetos aqui analisados.

O presente estudo se organiza em cinco capítulos. O primeiro – *Análise tática* –, traz a visão geral do trabalho, destacando os objetivos, o corpus de pesquisa e os procedimentos metodológicos utilizados para conduzir o estudo, explicitando ainda as técnicas para coleta e análise dos dados. O segundo capítulo - *Aquecimento: de identidade cultural a objeto acadêmico* -, apresenta um breve histórico do futebol, relatando a sua constituição como paixão nacional. Posteriormente, discute-se o conceito de midiaticização, destacando a vertente midiaticizada do futebol. Por fim, se realiza um estado da arte acerca deste esporte como objeto de estudo acadêmico. Por não ser foco do estudo, a abordagem histórica não é estendida, porém se faz necessária para encetar algumas discussões e reflexões.

O terceiro capítulo – *Primeiro tempo: a literatura entra em campo* -, insere a abordagem principal da presente pesquisa, os livros. Apresenta-se um panorama da edição de livros sobre futebol no Brasil, bem como da publicação de livros acerca dos clubes. Para finalizar, discute-se o conceito de mediação, ressaltando o potencial das obras literárias como mediadoras. No quarto capítulo do trabalho – *Segundo tempo: o universo simbólico* -, são expostas as definições de imaginário, mitos, símbolos e signos. Aborda-se na sequência as dimensões ritualísticas e simbólicas do futebol; posteriormente apresenta-se um histórico do Sport Club Corinthians Paulista; e por fim se discute a ‘invenção de tradições’.

O quinto e último capítulo – *Prorrogação: do mythos ao logos - as construções simbólicas em torno do Corinthians* -, expõe o mapeamento das construções simbólicas presentes no corpus da pesquisa, problematizando seus significados e interpretações, bem como elucidando os efeitos de sentido produzidos. Já as ponderações finais a respeito da análise, além das limitações encontradas e questões que possam integrar estudos futuros estão dispostas no *Pós-jogo: considerações finais*.

Pôde-se concluir que a totalidade das obras analisadas empregam episódios da história do Corinthians como método de legitimação das construções simbólicas, ocasionando a repetição de elementos do passado que conduzidos ao presente, atestam o clube como ‘Time do Povo’, e o seu torcedor como a ‘Fiel Torcida’. Constata-se ainda, a midiaticização e potencialização dos referidos conceitos simbólicos. O clube do Parque São Jorge retroalimenta estes simbolismos, apropriando-se do genoma da instituição -

legitimado por episódios de sua história -, a fim de capitalizar a ideia de 'Time do Povo' e 'Fiel Torcida'. Assim, a relação do torcedor-leitor com a realidade é mediatizada pela linguagem adotada pelos produtos editoriais, fazendo com que a dimensão simbólica do discurso produza efeitos de sentido marcados pela historicidade, o que propicia os gestos de interpretação.

CAPÍTULO 1 – ANÁLISE TÁTICA

Por intermédio de múltiplos mecanismos, o futebol configurou-se como um valor central de identificação do povo brasileiro, proporcionando um sentimento de unificação em torno deste esporte. Regido pela lógica midiática, o ludopédio possibilita a visibilidade de todos os seus rituais, perpetuando seus símbolos com significados expressivos. A partir da mediação simbólica, a mídia constrói representações que propiciam ao sujeito vivenciar intensamente as manifestações futebolísticas. Assim, o sentido de pertencimento é marcado por adesões e atitudes dos torcedores, tendo como regra básica a lealdade a seu clube do coração.

Dentro dessa perspectiva, acredita-se que o Corinthians busca representar sua identidade através dos elementos sensíveis que evocam lembranças do passado não dissociadas de um futuro em construção. Desse modo, a trajetória do clube está implicada com o seu universo simbólico, produzindo vínculos de pertencimento para com a torcida por meio de suas representações fundadoras. Destarte, símbolos como o escudo e os ícones de identificação adquirem transcendência mítica, proporcionando o desenvolvimento da identidade corinthiana.

Esse processo é essencialmente significante-simbólico. Assim, procuramos refletir sobre as construções simbólicas que criam representações em torno do Sport Club Corinthians Paulista, pensadas intrinsecamente a uma sociedade midiaticizada e vinculada às dinâmicas das mediações, procurando compreender os processos de significação e identificação. Com este propósito, assume-se o livro como objeto midiático – questão melhor desenvolvida no capítulo 3 do presente estudo - e mediador das construções simbólicas edificadas ao longo da trajetória do clube paulista.

Para tal, o presente capítulo explicita os objetivos e procedimentos metodológicos usados pelo estudo, além de descrever, de maneira concisa, o corpus da pesquisa.

1.1 Objetivos

A partir da concepção da mídia como prática, inserida no contexto social, assumimos o livro como objeto midiático, visando mapear e problematizar os significados produzidos em torno das construções simbólicas presentes em produtos editoriais acerca da história do Sport Club Corinthians Paulista. Seguindo as evidências deixadas nas obras a serem analisadas, objetiva-se aferir de que forma estes livros compuseram, ou não, a ideia de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’.

Com a comunicação pautada no presente estudo pelo viés da midiaticização, pretende-se ainda discutir os conceitos simbólicos que forjam a identidade do torcedor corinthiano, bem como os signos que os transmitem; além de analisar sua interpretação e acionar, simultaneamente, outras perspectivas possíveis dos efeitos de sentido produzidos em seus discursos. Isso posto, convém ressaltar que nosso objetivo central está em elucidar de que modo as construções simbólicas de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’ foram edificadas ao longo da trajetória do clube paulista.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Mapear as construções simbólicas presentes no corpus da pesquisa;
- Identificar possíveis diferenças entre as construções simbólicas apresentadas nos livros licenciados, não-licenciados e produzidos pelo próprio clube;
- Verificar se e como os referidos produtos editoriais compõem a ideia de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’ em momentos marcantes da história do Corinthians;
- Elucidar e problematizar o papel específico ocupado pelo clube paulista no processo de legitimação das construções simbólicas de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’, tratando os livros como mediadores dessa construção.

1.2 Corpus da Pesquisa

O corpus da presente pesquisa é composto por três produtos editoriais que abordam a história do Sport Club Corinthians Paulista. Analisar-se-á o livro *Coração Corinthiano* de Lourenço Diaféria, publicado em 1992. A obra integra a coleção Grandes Clubes do Futebol Brasileiro e seus Maiores Ídolos, organizada pela Editora Fundação Nestlé de Cultura, que buscou documentar a historiografia do futebol brasileiro a partir da trajetória das principais agremiações do País. No volume II da coleção, Lourenço Diaféria resgata a história do Sport Club Corinthians Paulista, destacando os fatos e jogos marcantes, os maiores ídolos e o amor da chamada Fiel Torcida².

Outro livro a ser analisado pela presente pesquisa é *Bíblia do Corinthiano: livro e documentos históricos de um centenário de conquistas*, de Celso Unzelte. Lançado em 2010, em comemoração ao centenário do Corinthians, a caixa comemorativa para colecionadores é composta por 30 itens reunindo num estojo o livro em formato de Bíblia - que aborda a história do clube, destaca as músicas criadas pela torcida, os momentos

² Informações obtidas no texto de apresentação do livro *Coração Corinthiano*.

marcantes e os principais ídolos; e reproduções de documentos históricos como a partitura do primeiro hino, jornais e revistas com as manchetes das grandes conquistas, entre outros.

Editada pela Panda Books e licenciada pelo Corinthians, a *Bíblia do Corintiano* foi comercializada por R\$ 160,00 na ocasião do lançamento, chegando a custar até R\$ 460,00 nos anos seguintes³. Atualmente é possível adquirir um exemplar por R\$ 363,00 no site da multinacional Amazon⁴.

A terceira obra a ser analisada trata-se do livro *Nação Corinthians*, produzido pelo próprio clube e editado pela Toriba. Outra produção realizada em homenagem ao centenário corinthiano, a obra lançada em 2011 consiste em um *collectors book* que conta com depoimentos de corinthianos ilustres, autógrafos de grandes ídolos e imagens e textos exclusivos, além do conteúdo histórico. Considerado o maior livro produzido no Brasil, com 624 páginas e pesando 30 kg, apenas 1.500 exemplares foram publicados. Com capa revestida em couro italiano e com estojo feito à mão, os exemplares foram comercializados com valores entre R\$ 6 e R\$ 15 mil⁵. Ainda é possível adquirir o livro em versão reduzida, com 204 páginas, por R\$ 120,00⁶.

Buscou-se com o corpus de pesquisa analisar livros licenciados e não-licenciados pelo Sport Club Corinthians Paulista, bem como a única produção própria do clube. Desse modo, objetiva-se aferir a existência ou não de divergências entre as publicações, como também caracterizar o processo de licenciamento. Preocupou-se ainda em constituir o corpus de análise com obras significativas e de diferentes épocas. A inclusão da *Bíblia do Corintiano* e do *Nação Corinthians*, obras contemporâneas, se justifica por se tratar este da única produção propriamente realizada pelo time do Parque São Jorge.

Após a reflexão realizada acerca da história do Corinthians, elegeu-se cinco episódios marcantes da trajetória do clube, a saber: a fundação em 1910; a conquista do título do IV Centenário em 1954; a Invasão de 1976; o fim do tabu em 1977 com o título do campeonato paulista; e a conquista do primeiro campeonato brasileiro em 1990. Busca-se assim, verificar se as construções simbólicas de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’

³ Celso Unzelte lança ‘Bíblia do Corintiano’ (<https://vejasp.abril.com.br/cidades/celso-unzelte-biblia-do-corintiano/>).

⁴ Dados obtidos em 18 jul. 2022.

⁵ Maior livro do Brasil, ‘Nação Corinthians’ vira artigo de luxo (<https://caras.uol.com.br/decoracao/maior-livro-do-brasil-nacao-corinthians-vira-artigo-de-luxo.phtml>).

⁶ Dados obtidos em 18 jul. 2022.

são reforçadas ao longo da história da equipe paulista, bem como em quais momentos elas manifestam-se como mais evidentes.

1.3 Esquema tático: Metodologia

O objetivo primordial do presente estudo caracteriza-se por refletir e problematizar os significados produzidos em torno das construções simbólicas presentes em produtos editoriais a respeito da história do Sport Club Corinthians Paulista. Assim, tem-se que o trabalho consiste em uma pesquisa descritiva, que para Gil (2009) objetiva relatar as características de uma determinada população ou fenômeno, ou ainda, o estabelecimento de relações entre variáveis.

A presente pesquisa fará uso da técnica de estudo de caso, que para Yin (2010) parte de uma investigação empírica que tem por objetivo abordar um fenômeno contemporâneo em profundidade. Desse modo, tem-se que o estudo se desenvolverá com base na estratégia de Estudo de Caso Único apresentada por Yin (2010), fazendo uso da pesquisa descritiva (GIL, 2008). Para tal, estabelece-se como caso as três produtos editoriais que versam sobre a história do Corinthians, anteriormente apresentadas: *Coração Corinthiano*, de Lourenço Diaféria (1992); *Bíblia do Corintiano*, de Celso Unzelte (2010) e *Nação Corinthians*, produção própria do clube paulista (2011).

A metodologia utilizada para conduzir o estudo se fundamenta na pesquisa bibliográfica, na análise textual discursiva, bem como em entrevistas. De acordo com Gil (2009), a pesquisa bibliográfica é aquela que se desenvolve a partir de material já elaborado, “construído principalmente de livros e artigos científicos” (p. 50). No presente trabalho consistirá no levantamento teórico acerca dos assuntos abordados na pesquisa, como as origens do futebol, definições de bens simbólicos, midiatização e mediação; além dos conceitos de mito, imaginário, identidade e simbólico.

A coleta e análise de dados se realizará pelo método proposto por Moraes (2003), denominado Análise Textual Discursiva que, segundo o autor consiste em um “ciclo de análise constituído de três elementos – unitarização, categorização e comunicação – se apresentando como um movimento que possibilita a emergência de novas compreensões com base na auto-organização” (p. 191). Tal método manifesta-se como adequado aos estudos em que as abordagens de análise encontram-se entre soluções propostas pela análise de conteúdo e a análise de discurso.

Faz-se importante ressaltar que os textos que compõem o *corpus* da análise tanto podem constituir-se em documentos já existentes, como podem integrar documentos

produzidos para a pesquisa. O primeiro grupo compreende publicações de natureza variada, tais como livros, jornais e revistas; relatórios diversos, resultados de avaliações, entre outros. O segundo abarca transcrições de entrevistas, registros de observação, anotações e depoimentos produzidos por escrito (MORAES, 2003).

O presente trabalho fará uso tanto de documentos previamente existentes, como produzirá documentos próprios. A primeira categoria é composta pelo corpus da pesquisa que inclui as obras acerca da história do Sport Club Corinthians Paulista. Integram o segundo grupo, a transcrição da entrevista realizada com Celso Unzelte, um dos principais pesquisadores da história do clube, autor de um dos livros que compõe o corpus da pesquisa, bem como de textos constituintes de outra obra aqui analisada.

Inicialmente realizar-se-á em cada um dos livros a desmontagem dos textos, processo correspondente à primeira etapa da análise textual discursiva, a unitarização. A partir do exame deste material em seus detalhes, os textos serão fragmentados a fim de atingir unidades constituintes, referentes às construções simbólicas presentes. Após este mapeamento, transcorre-se ao estabelecimento de relações, equivalente à etapa de categorização. Este ponto implica a construção de relações entre as unidades base identificadas em cada um dos produtos editoriais, classificando-os em conjuntos mais complexos, as categorias.

As categorias estabelecem os elementos de organização para a interpretação que a análise pretende realizar. “É a partir delas que se produzirão as descrições e interpretações que comporão o exercício de expressar as novas compreensões possibilitadas pela análise” (MORAES, 2003, p. 197). Para a presente pesquisa, optou-se pelo método dedutivo, estabelecendo as categorias *a priori*. Este método consiste em um movimento do geral para o particular, onde as categorias são deduzidas das teorias que servem de fundamento para o estudo. Assim, a partir de uma primeira leitura do corpus, e tendo como base o referencial teórico definiu-se como categorias as construções simbólicas de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’.

Definidas e expressas descritivamente as categorias, a partir dos elementos que as constituem, passa-se ao processo de explicitação de relações entre elas no sentido da construção de uma interpretação. Deste movimento origina-se um argumento aglutinador do todo, utilizado para unir as diferentes categorias entre si na expressão da compreensão do todo (MORAES, 2003).

Já na terceira etapa da análise textual discursiva - a comunicação -, ocorre a captação do novo emergente. Os textos analisados compõem um conjunto de significantes

aos quais são atribuídos significados com base na intensa impregnação nos materiais de análise fomentada pelos dois estágios anteriores. A emergência e comunicação dessa nova compreensão elucidará os novos sentidos e significados, possibilitando aferir as construções simbólicas que forjam a identidade do torcedor corinthiano, bem como explicitar o papel ocupado pelo clube em sua legitimação ao apontar as possíveis diferenças entre os livros analisados.

Moraes (2003) destaca a “importância de um envolvimento e impregnação aprofundados com os materiais analisados no sentido de possibilitar a emergência de novas compreensões em relação aos fenômenos investigados” (p. 192). Neste contexto, evidencia-se que o livro *Nação Corinthians*, integrante do corpus de pesquisa, em sua edição como *collectors book* não se encontra mais disponível para aquisição, além de ter sido comercializado a um valor elevado. Desse modo, a fim de evitar possíveis perdas decorrentes da análise da versão reduzida, as consultas à referida obra se dará no Memorial do Sport Club Corinthians Paulista onde disponibiliza-se um exemplar da versão completa.

Por fim, a coleta de dados realizar-se-á ainda através de entrevista. Esta será semi-diretiva de face a face, que segundo Alami *et al.* (2010) consiste em uma entrevista que tem como base uma estrutura flexível que permite reconstruir as práticas sociais, “desvelar as interações sociais e as estratégias, e assim obter opiniões e representações sobre dado tema” (p.66). Conforme explicitado anteriormente, entrevistou-se Celso Unzelte, escritor e grande pesquisador da história do clube; autor da Bíblia do Corintiano e coautor do *Nação Corinthians*, livros que integram o corpus da presente pesquisa.

A entrevista ocorreu no dia 04 de janeiro de 2024, de forma remota. Para tal, utilizou-se o serviço de comunicação Google Meet. Inicialmente foi realizada uma apresentação pessoal da autora, além da exposição dos objetivos do presente trabalho. A pauta da entrevista foi elaborada a partir do exame realizado no corpus selecionado, prevalecendo como questionamento as perguntas inerentes à produção e aos elementos constitutivos das obras detentoras de textos de autoria de Celso Unzelte.

A posteriori, a entrevista foi transcrita e tratada. Na sequência, após uma análise da transcrição, alguns trechos foram selecionados a partir da percepção do potencial de inserção no texto. Nas falas recortadas, quando convergentes, optou-se pela citação mais concisa e apropriada ao sentido do discurso. No final da presente tese, em anexo, é apresentada a transcrição integral da entrevista aplicada.

O capítulo seguinte apresenta a contextualização do tema, abordando as origens do futebol e a sua constituição enquanto elemento importante da identidade nacional. Para mais, discute-se o conceito de mediação e se realiza um estado da arte acerca do futebol como objeto de estudo acadêmico.

CAPÍTULO 2 - AQUECIMENTO: DE IDENTIDADE CULTURAL A OBJETO ACADÊMICO

Esporte de maior popularidade no mundo, o futebol ostenta números expressivos. Além de possuir cerca de quatro bilhões de admiradores, o ludopédio é praticado em todos os continentes, e seus grandes astros estão entre os rostos mais conhecidos do planeta⁷. No Brasil, em especial, este esporte evidencia-se como uma prática cultural, tornando-se ponto de unificação presente na vida de muitos brasileiros desde a infância. Tendo como objetivo relatar, de forma breve, a transformação do futebol em forte elemento da identidade nacional, o presente capítulo se desenvolve a partir de um histórico acerca desde esporte, destacando seus primórdios, sua trajetória no Brasil, sua vertente como parte da identidade do povo brasileiro e a sua constituição enquanto produto midiático.

Ao ressaltar a dimensão do futebol na vida cotidiana, DaMatta (1994) afirma que, apesar de se constituir na modernidade como um espetáculo pago, produzido pela indústria cultural, este esporte promove sentimentos básicos de identidade individual e coletiva. Para o autor, o futebol “orquestra componentes cívicos básicos, identidades sociais importantes, valores culturais profundos e gostos individuais singulares” (DAMATTA, 1994, p. 12).

No que tange a sua origem, o futebol possui diversos registros históricos. Para Unzelte (2002), um de seus precursores teria sido o Tsu-Chu, esporte criado na China como treinamento militar. Pereira (2003), por sua vez, destaca o francês Choule como precedente do esporte que se tornou febre mundial, afirmando que esta prática teria sido responsável pela criação da área que no futebol moderno é definida como meta, com a inserção de duas traves verticais e o travessão horizontal na linha de fundo.

Fato é que o futebol como se conhece nos dias atuais, com regras regulamentadas, árbitros, leis e associações esportivas teve início no século XIX - em Cambridge, na Inglaterra -, quando foram criadas as *Cambridge Rules*, que determinavam algumas normas e jogadas que integram o futebol moderno. A partir de então, esse esporte se expande pelo continente europeu e se difunde para outras regiões.

Atualmente, o futebol transcende os limites do campo esportivo, configurando-se como um tema da vida real em suas dimensões ritualísticas e de espetacularização social. Dissociar este esporte da história do Brasil, onde quebrou barreiras sociais, econômicas e

⁷ Os dez esportes mais populares do mundo. (<https://sociologica.com.br/esportes-mais-populares-do-mundo/>). Acesso em: 25/08/2022

raciais, é ao menos inviável. Ao se caracterizar como elemento socializante, instaurando uma comunidade em torno deste esporte, o futebol pode ser analisado em diversos vieses. Desse modo, o presente capítulo abordará, por fim, as pesquisas acerca do futebol no País.

Sendo assim, inicia-se o percurso com as origens do esporte que virou sinônimo de Brasil.

2.1 Os primórdios do Futebol

As origens do futebol remetem a treinamento militar, batalha entre tribos, atividade de lazer e esporte. Essas práticas, porém, não possuíam regras definidas como atualmente, o que faz com que esses jogos de bola ainda não possam ser considerados como futebol. No entanto, para muitos pesquisadores, o esporte como se conhece hoje, teve como precursor o *Gioco del Calcio*. A competição que nasceu na Itália no século XVI consistia em um jogo disputado por 27 jogadores em cada equipe, que tinha por objetivo conduzir a bola até dois postes que ficavam nos cantos extremos das praças onde o jogo era praticado. Por volta do século XVII, o *Calcio* chegou à Inglaterra, onde recebeu novas regras, tornando-se um jogo organizado e sistematizado (PEREIRA, 2003).

Vieira (2016), por sua vez, afirma que antes da versão italiana chegar à Inglaterra, já se praticava em terras inglesas - desde o ano de 1300 -, um jogo com características semelhantes ao *Calcio*, denominado *Hurling*. Não é objetivo da presente pesquisa entretanto, identificar qual das versões sobre a origem do futebol é a verdadeira, mas sim traçar um panorama histórico de sua evolução.

Em razão da violência com que era praticado, uma vez que não haviam regras regulamentadas, o esporte que hoje possui milhares de admiradores era em seus primórdios, mal visto pela sociedade. Unzelte (2002) ressalta que

durante muito tempo, o futebol teve um sentido estritamente cívico para o povo inglês, sendo disputado apenas nesses festejos anuais. Pouco a pouco porém, tornou-se popular entre os habitantes de Chester e, principalmente Kingston. No século XVI, a violência cresceu de tal forma que levou o escritor Philip Stubbes a referir-se ao futebol como “um jogo bárbaro, que só estimula a cólera, a inimizade, o ódio, a malícia, o rancor”. (UNZELTE, 2002, p.17).

Percebido como uma atividade truculenta, os jogos nesse período eram praticados pelas classes populares. Todavia, a partir do século XVIII a prática esportiva recebeu um grande estímulo, e o futebol foi introduzido nas escolas como atividade física. No ambiente educacional a violência foi reduzida e o esporte ganhou adeptos entre os alunos

que praticavam outras modalidades esportivas, como por exemplo a esgrima. Para Proni (2000), a prática esportiva passou a integrar um processo civilizador.

Na Inglaterra, o esporte ganhou espaço na segunda metade do século XVIII e nas primeiras décadas do século XIX, sendo parte de um processo civilizador a qual a prática do esporte não é apenas uma mera atividade física para agradar a grande massa, mas um —mecanismo de controle das emoções, condizentes com um comportamento individual mais refinado (PRONI, 2000, p. 23).

Em meados do século XIX, a classe operária também começa a praticar o futebol, em seus momentos livres de trabalho ao lado das fábricas. E novamente, em decorrência do seu caráter violento, foi necessária a criação de regras para a prática da atividade que até então gerava lesões e cansaços aos operários, prejudicando o aumento do lucros das fábricas (LIMA, 2002).

Ainda de acordo com Lima (2002), o futebol fazia com que todos saíssem ganhando. As grandes massas encontraram no futebol uma certa identidade. “Os times se tornaram muito mais do que times, se tornaram um objeto em que as pessoas encontravam o seu igual, encontravam seus objetivos e sonhos, tão arraigados pelo trabalho árduo nas fábricas durante a semana” (p. 9). Já a burguesia via nele um instrumento para regulamentar a sociedade e a massa operária.

É também na metade do século XIX que o futebol começa a se aproximar do praticado atualmente, com a criação das *Cambridge Rules* em 1848. As regras elaboradas pela Universidade de Cambridge determinaram o surgimento de algumas normas e jogadas como o tiro de meta e a cobrança lateral (STEIN, 2016). Estas normas são oficializadas com a criação da Federação Inglesa de Futebol, marcando de fato a criação deste esporte.

Primeira entidade com a incumbência de cuidar do futebol e definir suas regras, a *The Football Association* foi fundada em 26 de outubro de 1863, em Londres, com a presença de representantes de 11 clubes e escolas que praticavam o esporte.

Nas discussões seguintes, as regras foram formuladas. Quarenta e quatro dias depois, o futebol nascia graças a um pequeno livro publicado com 13 determinações básicas para a prática do esporte. E, no dia 19 de dezembro, o Campo de Limes recebeu a primeira partida disputada sob o código, um empate sem gols entre Barnes e Richmond (STEIN, 2013, s.p.).

Stein (2013) ressalta ainda que, um dos momentos mais importantes aconteceu na quinta reunião da FA, quando a entidade decidiu remover os artigos que permitiam a

condução da bola com as mãos e o uso de agarrões ou empurrões para conter os adversários. Nos anos seguintes, a partir das regras criadas, a prática do futebol foi se convertendo no jogo realizado nos dias atuais.

Em 1866, os passes para frente foram legalizados, com o impedimento só marcado se houvesse menos do que três adversários entre o receptor e a linha de fundo. No mesmo ano, pegar a bola no alto com as mãos passou a ser proibido, tornando cabeçadas e matadas no peito comuns. Já em 1871, o goleiro foi introduzido no esporte, livre para segurar a bola em qualquer parte do campo – delimitado a seu próprio campo em 1872 e a sua área em 1912 (STEIN, 2013, s.p.).

Tais regras foram propagadas, tornando-se padrão em todos os lugares, o que foi fundamental para a popularização e posteriormente, para a profissionalização do futebol em 1885. Com a *Football Association* este esporte difundiu-se por outros países, e ainda nos dias atuais, a FA funciona como órgão assessor da FIFA. Outra data importante para precisar o surgimento do futebol é a criação da *International Football Board*, fundada com o objetivo de unificar as regras entre as federações de Inglaterra, Escócia, Gales e Irlanda, sendo a entidade responsável também por manter e mudar as regras deste esporte, quando necessário (PEREIRA, 2003). Este órgão ainda é o único responsável pelas mudanças nas regras.

Já em 1904 foi fundada a *Fédération Internationale de Football Association* (FIFA), entidade responsável pelo futebol mundial, que trabalha em conjunto com as seis confederações continentais, que organizam competições em sua área de atuação. É também de responsabilidade da FIFA a organização dos grandes campeonatos de seleções como a Copa do Mundo. A competição foi criada em 1928, quando Jules Rimet assumiu o comando da Federação. “Disputada em 1930, no Uruguai, a primeira competição internacional teve como vencedor a ‘dona da casa’, a seleção uruguaia venceu a Argentina por 4x2 diante de um público de 93.000 mil expectadores” (PIMENTEL JUNIOR, 2016, p. 15).

Ainda que não tenha sua origem no Brasil, o futebol se tornou uma grande paixão do povo brasileiro, constituindo-se como forte elemento da identidade nacional e transformando o País, através de diversos mecanismos, em uma ‘pátria de chuteiras’. O subtópico seguinte discorre acerca da chegada e evolução deste esporte no Brasil.

2.1.2 O futebol no Brasil

A exemplo do que ocorre com a origem do futebol, a sua chegada ao Brasil também apresenta divergências. No entanto, o nome de Charles Miller representa em todas elas a introdução desse esporte no País. Após viajar para estudar na Inglaterra, onde jogou pelo *Southampton Football Club*, Charles William Miller retorna ao Brasil em 1894 trazendo em sua bagagem uma bola e um conjunto de regras. Miller passou a ensinar a modalidade para os altos funcionários de empresas britânicas em São Paulo (PRONI, 2000).

Ao abordar a temática, Pereira (2003) destaca que, como jogador, Charles Miller foi artilheiro, marcando 41 gols, em 25 jogos pela equipe do *Southampton*. “Além de artilheiro, tinha uma técnica apurada, típica dos jogadores brasileiros, talvez fruto da genética hereditária, já que sua mãe era brasileira” (p. 45). Miller atuou ainda pelo *Corinthian Team*, time amador inglês, que mais tarde inspiraria a fundação do Corinthians Paulista. Segundo Pereira (2003), não há registro do número de jogos que realizou e nem de quantos gols Charles Miller marcou em sua fase como jogador no Brasil, porém foi um dos jogadores mais populares na época.

Outro autor que discorre a respeito da participação de Charles Miller na chegada do futebol ao Brasil é Guterman (2010), para quem a disseminação desse esporte dificilmente viria de uma dedicação exclusivamente individual. Guterman (2010) afirma que

essa “oficialização” atribuída ao nome de Charles Miller pode se dar por duas principais razões: pelo fato de Miller ter trazido em sua bagagem as regras que padronizavam o jogo bretão, e que serviram também para organizar, de certa forma, o futebol no Brasil; e por ter trazido consigo o estilo de jogo conhecido como *dribbling* (jogo insinuante de drible), embora tivesse aprendido o futebol com os europeus, adeptos do *passing* (jogo de troca de passes), o que diferencia o futebol brasileiro do futebol europeu até os dias de hoje (GUTERMAN, 2010, p. 13).

Proni (2000) também ressalta o estilo de jogar de Miller, reiterando que, embora o jogo trazido por ele tivesse um “jeitinho britânico, o tipo de jogo praticado por Charles possuía um DNA diferente, fazendo com que o estilo brasileiro de jogar futebol fosse diferente” (p. 53). Considerado o ‘pai do futebol brasileiro’, Charles Miller foi um dos primeiros a investir nesse esporte, tornando-se o responsável por sua implantação, difusão e popularização.

O primeiro jogo de futebol disputado no País, promovido por Miller, ocorreu no dia 14 de abril de 1895, entre os times formados pelos funcionários da Companhia de Gás e da Estrada de Ferro São Paulo Railway. Com as equipes formadas por ingleses e anglo-brasileiros, a partida aconteceu na Várzea do Carmo, em São Paulo, e terminou com a vitória do time pelo qual Miller atuou - o São Paulo Railway -, por 4 x 2 (PEREIRA, 2003).

Charles Miller apresentou o futebol à elite paulistana tendo rápida aceitação pelos clubes e pelo público espectador. Ao referir-se à primeira partida de futebol ocorrida no País, Guterman (2010) salienta que nas arquibancadas da época, formadas por cadeiras em torno do gramado, “viam-se pessoas em trajes sociais, caracterizando o esporte como uma modalidade praticada e assistida pelas elites” (p. 20). Contudo, esta realidade não tardou a se modificar.

Lima (2002) destaca que ao mesmo tempo em que a elite começava a praticar o futebol, a modalidade se desenvolvia entre a classe operária de São Paulo e do Rio de Janeiro. Segundo o autor, isso fez com que o futebol se expandisse rapidamente pelo Brasil, surgindo diversos times de operários das fábricas na várzea paulista. Outro autor que corrobora esta afirmação é Pimentel Junior (2016), ressaltando o gosto das massas pelo ludopédio.

O futebol em um primeiro momento era um esporte elitista, já que trazido por famílias inglesas, muitas delas envolvidas com o processo de industrialização do Brasil. Porém esse período elitista não durou muito e o futebol se popularizou. Com regras simples, e sem a necessidade de grande técnica para sua prática, o esporte ganhou o gosto das massas (PIMENTEL JUNIOR, 2016, p. 11).

No que tange as primeiras equipes de futebol do País, Charles Miller também possui papel de destaque, sendo o responsável pela fundação do pioneiro São Paulo Athletic Club, em 1894. De acordo com Diehl (2014), o Associação Atlética Mackenzie College, formado em 1898, foi o primeiro time voltado para brasileiros. “O primeiro clube destinado só ao futebol foi o paulista Sport Club Internacional, fundado em 1899 e já extinto. Logo depois, no mesmo ano, foi fundado o Sport Club Germânia, pelo alemão Hans Nobiling, hoje com o nome de Esporte Clube Pinheiros” (DIEHL, 2014, p. 13).

Ainda segundo Diehl (2014), tendo o departamento de futebol do Germânia sido extinto, o Sport Club Rio Grande, formado em 1900, passou a ser considerado o mais antigo clube de futebol do Brasil, ainda em atividade. Fundada também em 1900, porém

23 dias após a equipe do Rio Grande, a Associação Atlética Ponte Preta de Campinas é a segunda mais antiga do futebol nacional.

Outro autor que discorre sobre o assunto é Pereira (2003), para quem os primeiros clubes de futebol fundados no Brasil são

um reflexo da própria história do país, uma nação construída a partir de povos estrangeiros que vieram como escravos, durante o período colonial, e, posteriormente por imigrantes, estimulados pelo próprio governo brasileiro. Foram os imigrantes, no final do século XIX e início do século XX, que, em sua maioria, fundaram os clubes no país e os que inicialmente praticaram o futebol. O principal esporte nacional deve muito aos imigrantes, sendo o melhor exemplo Charles Miller, filho de um imigrante inglês (PEREIRA, 2003, p. 48).

Pereira (2003) ressalta ainda que os campeonatos também foram surgindo pelo País. O primeiro a ser criado foi o Paulista, em 1902, tendo Miller como artilheiro, com dez gols em nove jogos. Depois foi a vez do baiano, em 1905, seguido pelo campeonato carioca no ano seguinte. Outro marco do período é a criação, em 1914, da Confederação Brasileira de Desporto (CBD), entidade máxima do futebol brasileiro, que antecedeu a CBF. Entretanto, por um certo tempo, o futebol no território brasileiro manteve o mesmo elitismo inglês, sendo praticado por pessoas brancas, da alta camada social. A mudança neste cenário tem início com a pressão pelo profissionalismo.

Em 1920 a profissionalização do futebol começa a ganhar espaço no Brasil, porém enfrenta a resistência da elite do esporte que defendia o amadorismo, impedindo que os trabalhadores entrassem em clubes para disputar campeonatos. Todavia, com a propagação destes torneios por meio da imprensa esportiva, a opinião pública passa a ter grande relevância nesta decisão. Por propiciarem um espetáculo mais atraente, os torcedores preferiam os atletas profissionais, vindos das camadas mais pobres, “porque alguns jogadores negros e mestiços possuíam uma ginga especial, um estilo de jogar bonito de se ver, criativo; e porque tinham mais raça, empenhavam-se mais nas partidas” (PRONI, 2000, p. 115).

Nesse contexto, Pereira (2003) ressalta que o primeiro clube a romper com a regra da elite foi o Vasco da Gama, do Rio de Janeiro, formando uma equipe multirracial que ganhou o campeonato carioca, em 1923. Este autor destaca ainda a figura de Friedenreich, “um mestiço apelidado ‘O Tigre’, que foi o primeiro herói nacional do futebol no Brasil. Nascido de um pai alemão e de uma mãe brasileira negra, Friedenreich foi um dos maiores artilheiros da história do país” (PEREIRA, 2003, p. 50).

Novamente de acordo com Pereira (2003), a primeira Copa do Mundo, realizada em 1930, ano em que Getúlio Vargas chega ao poder, foi um grande incentivo para o esporte no País, com as massas invadindo os estádios. Segundo o autor, ainda nos anos 30, além de Friedenreich, nomes como Domingos da Guia e Leônidas da Silva fizeram com que o futebol brasileiro começasse a causar fascínio nos europeus.

Em decorrência da sua grande popularização, já possuindo a cobertura dos meios de comunicação, o futebol brasileiro dá início ao profissionalismo em 1933. Inicialmente, as Ligas Profissionais no Rio de Janeiro e em São Paulo foram criadas, em seguida foi fundada a Federação Brasileira de Futebol, a FBF. A profissionalização dos jogadores possui forte ligação com a ideologia do governo Vargas. “Getúlio interveio na legislação esportiva e tornou os jogadores de futebol, de fato, trabalhadores, o que abriu uma nova era para esse esporte no Brasil e deu às classes pobres uma nova e imensa possibilidade de ascensão” (GUTERMAN, 2010, p. 80).

Pereira (2003) também destaca a relação entre a profissionalização do futebol brasileiro e a criação da ideia de nação da Era Vargas.

A criação de uma profissão de jogador de futebol, especialmente para o grande contingente de negros e mulatos que entravam no esporte, contribuía não apenas para trazê-los para a sociedade formal – da lei e dos direitos trabalhistas – mas para acentuar a sua importância dentro da construção de uma verdadeira nação brasileira (PEREIRA, 2003, p. 55).

Em 1934 é realizado o primeiro campeonato profissional na esfera nacional, o Campeonato Brasileiro de Seleções Estaduais. Quatro anos depois, na ocasião da Copa da França, em 1938, a qualidade individual dos jogadores brasileiros continuava a fascinar a Europa, e estimulado pelo presidente Vargas, o futebol já era o esporte das multidões. Getúlio Vargas “fazia seus tradicionais comícios de 1º de maio em estádios. O apoio do governo ao futebol era estrategicamente elaborado como forma de canalizar os sentimentos da população para os times” (PEREIRA, 2003, p. 55).

Em consonância com os pensamentos de Pereira (2003), Guterman (2010) afirma que as mudanças do futebol entre as décadas de 1930 e 1950 espelhava a transformação na vida política do Brasil. “Notando as características de aliança, coletividade e popularidade do esporte, políticos o exploravam como instrumento para chegar ao povo e criar a ideia de unidade nacional” (GUTERMAN, 2010, p. 66). Este assunto é melhor aprofundado no tópico seguinte da presente pesquisa, que tratará especificamente do futebol como forte elemento da identidade do povo brasileiro.

Já em 1971, como destaca Santos Neto (2009), foi criado o Campeonato Brasileiro, disputado em duas fases, classificatória e eliminatória. As concepções deste autor corroboram as ideias de Pereira (2003) e Guterman (2010) acerca da relação entre a popularização do futebol e a interferência do Estado, ao afirmar que a criação do torneio “só se tornou possível, pela intervenção do governo federal, a época a ditadura militar que patrocinou a competição com recursos advindos da Loteria Esportiva” (SANTOS NETO, 2009, p. 46).

Pimentel Junior (2016), por sua vez, destaca outro momento marcante na trajetória do futebol brasileiro, a criação do Clube dos 13 em 1987. Na ocasião, os 13 clubes mais tradicionais do País decidiram compor uma liga com o intuito de organizar o campeonato brasileiro, a fim de realizar uma competição com um número menor de participantes, visando um torneio que fosse rentável, viável, capaz de gerar lucro e recuperar o interesse dos torcedores pelo futebol. “O clube dos 13 passou a comercializar o campeonato brasileiro, fechar acordos de patrocínio, negociar direitos de transmissão, fomentar o futebol brasileiro financeiramente” (PIMENTEL JUNIOR, 2016, p. 19).

Ao discorrer sobre o assunto, Santos Neto (2009) ressalta que a estratégia do Clube dos 13 deu certo, tornando-se um momento decisivo na modernização do futebol brasileiro.

Ao final de tudo, os clubes, que quando se uniram pensavam em arrecadar US\$ 1 milhão, arrecadaram US\$ 6 milhões, e conseguiram média de público superior a 20 mil pessoas por jogo, bem acima das médias dos anos anteriores. Esse pode ser considerado um momento decisivo na modernização do futebol brasileiro, ou melhor, sua inserção definitiva no futebol negócio, dominado pelos empresários (SANTOS NETO, 2009, p. 47).

Apesar dos resultados, nos anos seguintes o Clube dos 13 foi pressionado para um entendimento com a Confederação Brasileira de Futebol, não levando adiante a organização de um campeonato independente da CBF (SANTOS NETO, 2009).

Em 1988, não só o futebol, mas o esporte em geral inicia um novo ciclo no País a partir da Constituição de 1988. Na seção III da Lei Magna do Brasil, o Art. 217 trata especificamente de questões que interferem no esporte, e determina ser dever do Estado o fomento das práticas desportivas, formais e não-formais, como direito de cada um, observados:

I – a autonomia das entidades desportivas dirigentes e associações, quanto à sua organização e funcionamento;

- II – a destinação de recursos para a promoção prioritária do desporto educacional e, em casos específicos, para desporto de alto rendimento;
- III – o tratamento diferenciado para o desporto profissional e não-profissional;
- IV – a proteção e o incentivo às manifestações desportivas de criação nacional (BRASIL, 1988, Art. 217).

Proni (2000) salienta que, com a entrada de Fernando Collor de Melo na presidência da república, os anos 90 assistiram a uma série de mudanças na legislação desportiva. Em 1991 é encaminhado ao Congresso Nacional o Projeto Zico, promulgado em 1993 como a Lei nº 8.672. Este autor destaca ainda que a Lei Zico, como ficou conhecida, não alterou significativamente a estrutura administrativa do futebol brasileiro. “De modo geral, —acabaram deixando à iniciativa dos próprios dirigentes esportivos a incumbência de implementar uma maior profissionalização na estrutura global do futebol” (PRONI 2000, p.167).

Já em 1998 é regulamentada a Lei nº 9.615, a Lei Pelé, que revoga a Lei Zico avançando em alguns pontos e consolida a transformação dos clubes de futebol em empresas. Neste contexto, Vieira (2016) salienta que com a nova lei surgiram os direitos econômicos e federativos dos jogadores, fazendo com que os clubes deixassem de ser donos dos passes dos atletas para se tornarem donos dos direitos federativos, enquanto os empresários e investidores passam a deter os direitos econômicos do mesmo.

Ainda com relação às leis que alteraram a legislação futebolística, Barbosa e Batista (2014) destacam que algumas imperfeições foram encontradas na Lei Pelé, fazendo com que esta fosse substituída pela Lei nº 9.981, em 2000. Em agosto de 2015 foi sancionada a Lei nº 13.155, conhecida como Lei PROFUT, responsável pela criação do Programa de Modernização da Gestão e de Responsabilidade Fiscal do Futebol Brasileiro, que tem por objetivo promover a gestão transparente e democrática e o equilíbrio financeiro das entidades desportivas profissionais de futebol.

No momento em que a lógica de mercado se faz presente nas organizações desportivas, a geração de lucro e a diversificação das fontes de receita se tornam o foco dos novos gestores. Neste cenário, o amor pelo futebol e o interesse dos dirigentes precisam conviver. Vistos como consumidores, a torcida passa a ter um papel fundamental na geração de lucro, e para engajar os torcedores faz-se uso do forte apelo que este esporte desperta.

Para Guterman (2010), a partir do momento em que se permitiu a entrada das classes mais pobres, o futebol se tornou um elemento de constituição histórica, ganhando

a sua vocação popular. Desse modo, o tópico seguinte aborda a constituição desse esporte como tradição de um povo.

2.2 Prática cultural e elemento de identidade nacional

Detentor de extensas dimensões narrativas, o futebol ultrapassa os limites do campo esportivo. No Brasil, este esporte evidencia-se como uma prática cultural e como forte elemento da identidade nacional, tendo envolvimento intrínseco na história do País (DAMATTA, 1994; HELAL, 2011; GUEDES, 1998; MARQUES, 2011). Quem também corrobora tal afirmação é Wisnik (2008) ao destacar que “passam pelo futebol brasileiro linhas incontornáveis das interpretações do Brasil, que se irradiam pela música, pela literatura e pelas formas da sociabilidade” (p. 28).

O futebol se faz presente na vida de muitos brasileiros desde a infância. É comum que ao nascer os bebês recebam o nome de grandes ídolos de seus pais e ganhe presentes relacionados ao clube para o qual estes familiares torcem, já se estabelecendo ali qual será o seu time do coração. A esse respeito, Pimentel Junior (2016) ressalta que “a relação que o povo brasileiro tem com esse esporte se explica em várias palavras: patriótica, intimista, apaixonada, algo muito próximo a uma religião” (p. 12).

Ao mesmo passo, Marques (2003) evidencia que os sentimentos despertados pelo futebol – felicidade, tristeza, dor, paixão, fidelidade, entre outros-, denotam o verdadeiro sentido da palavra torcedor.

Alguém que, entorpecido por uma paixão que invade sua alma, a ponto de muitas vezes cegá-lo, de dificultar-lhe a visão quando a situação não o favorece, torce os fatos, as evidências, a fim de que seu clube sempre esteja por cima, o pavilhão intocável, cujas façanhas passadas têm o poder de enevoar um presente que, por vezes, não condiz com uma história tão gloriosa (MARQUES, 2003, p. 49).

Para Stein (2015), o futebol no Brasil aproximou realidades sociais e econômicas completamente distintas; “negros, brancos, mestiços, imigrantes, ricos, pobres, marginalizados, todos praticavam o mesmo esporte” (s.p.). Assim, é possível identificar ao longo da história, tentativas de utilização do futebol por parte dos governos, tanto a fim de pacificar conflitos, quanto para se promover, dispondo deste esporte em diversos acontecimentos sociais, culturais e até mesmo políticos.

Em consonância com esse pensamento, Ribeiro (2016) afirma que já nos anos 30 o futebol se caracterizava como um fenômeno popular e de massa, passando a “ser visto pelas elites governantes como um componente fundamental a ser atingido na sua cruzada

disciplinadora” (s.p.). Ainda segundo esse autor, tal movimentação tem início com a criação da profissão de jogador de futebol, em 1933, durante o governo Vargas⁸.

Na verdade, a profissionalização do jogador de futebol correspondia a um movimento cultural e político mais amplo, envolvendo tanto os interesses de disciplina social do Estado, a dinâmica específica do futebol, quanto um clima cultural, que perpassava toda a sociedade, de produção de uma identidade nacional forte (RIBEIRO, 2016, s.p.).

Mostaro *et al.* (2015) compartilham dessa visão ressaltando que o profissionalismo surgiu como uma chance de ascensão social para os jogadores que, ao aparecer em fotos nos jornais nacionais despertavam a ambição de jovens de classes menos favorecidas. Os autores destacam ainda que, o grande desafio dos pensadores que pretendiam unificar a nação era justamente a questão das diferentes etnias existentes no País. Para estes autores, o questionamento era como agrupar em uma mesma identidade, negros e brancos, se tornando fundamental encontrar um ponto de equilíbrio.

A resposta estava na seleção brasileira. Já no final da década de 1930, a seleção se tornou a representação da essência do governo Vargas, apresentando-se como inclusiva e socialmente harmônica. Novamente segundo Mostaro *et al.* (2015), a Copa do Mundo de 1938 era vista como a concretização do projeto de nação, e os dois principais jogadores da época, Leônidas da Silva e Domingos da Guia simbolizaram esse processo.

O êxito nas primeiras partidas recheava os jornais brasileiros de patriotismo, e pela primeira vez o país parava para acompanhar a Copa do Mundo. Getúlio acreditava que o time sairia campeão dessa Copa e que isso seria fundamental para concretizar sua política de nacionalização. Vargas apostava em craques como Domingos da Guia e Leônidas da Silva para voltar da França com a taça (MOSTARO *et al.*, 2015, p. 7).

Guterman (2010), do mesmo modo coloca a Copa do Mundo de 1938 como um marco histórico da definição desse esporte como identidade nacional e descoberta do Brasil como o ‘país do futebol’. Para o autor o País se une de maneira nacional à noção de brasilidade, ao redor de uma seleção que jogava com características próprias que se tornariam indissociáveis da definição que o brasileiro faria de si mesmo com o passar do tempo.

Outro fato que certifica o uso do futebol como instrumento político no governo de Getúlio Vargas é a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP). A fim de

⁸ Ver página 31.

colocar Vargas como o salvador da pátria, como um herói, uma das principais ações do DIP foi fortalecer o futebol no País, o que levou à escolha do Brasil como sede da Copa do Mundo de 1950. A competição acabou conhecida por uma das mais frustrantes finais da história, o Maracanazo, em que quase 200 mil espectadores viram o uruguaio Alcides Ghiggia marcar no Maracanã e garantir o título para sua seleção (PORTAL BRASIL, 2009).

Neste cenário, Guterman (2010) destaca o início das transmissões de jogos por meio do rádio na época do governo de Vargas como outro ponto importante. Os locutores enobreciam o futebol e seus personagens em suas narrações, contribuindo para a disseminação deste esporte, bem como para a constituição do sentimento de nacionalidade.

A criação de mitos e heróis pelo rádio esportivo, e posteriormente pela imprensa em geral, ajudou a formatar o caráter nacionalista e épico atribuído ao futebol. A seleção brasileira começava a representar a pátria, e o futebol, em geral, era uma robusta manifestação de brasilidade. A união entre o futebol e o rádio gerou enormes possibilidades políticas (GUTERMAN, 2010, p. 75).

Foi o rádio, meio de comunicação de massa, que criou os primeiros ídolos nacionais do esporte. É a mídia também a responsável por associar, muitas vezes, torcida à nação, sendo comum os locutores e comentaristas usarem expressões como “a nação colorada empurrou o time até o final”, “a equipe argentina sentiu a pressão da nação alvinegra”, e assim por diante. Estas frases despertam o sentimento coletivo de uma identidade criada a partir do time do coração. Para Guerra (2000), é assim que adotamos o conceito de vivermos em uma pátria de chuteiras, em torno de nações como a rubro-negra, a corinthiana, que dentro de campo travam uma batalha.

O futebol segue sendo utilizado para vender um projeto de nação durante o período de ditadura militar, de 1964 a 1985. Schatz (2015), afirma que este esporte foi apropriado política e ideologicamente visando legitimar as práticas dos governos militares. “A conquista do tricampeonato mundial em 1970, a montagem de um campeonato nacional de clubes no ano seguinte e a disputa da Taça Independência em 1972 formam a tríade futebolística do governo Médici (p. 6296)”.

A Copa do México, em 1970, é um forte exemplo de como a história do futebol se mistura à história do Brasil. O tricampeonato brasileiro não foi só a vitória da seleção, mas também a vitória da ditadura, foi a vitória dos “90 milhões em ação”, famoso *jingle* da época. Neste contexto, Ribeiro (2016) destaca que

a vitória em 1970, no México, em plena vigência do regime autoritário, fortaleceu o imaginário de uma nação moderna e reconhecida como potência mundial. ‘Ninguém segura esse país’ era a palavra de ordem que impulsionava o regime militar. Depois da conquista de 70 - a última participação de Pelé no selecionado -, éramos considerados imbatíveis pois, ‘todos juntos’ levaríamos o país em uma ‘corrente pra frente’. Não por coincidência o início nos anos setenta foi uma das fases mais violentas da repressão militar (RIBEIRO, 2016, s.p.).

Helal (2011), por sua vez, problematiza tais crenças originadas no universo futebolístico brasileiro. Para este autor, ‘o país do futebol’, a ‘pátria de chuteiras’ e a ideia de que o drible teria sido uma invenção dos brasileiros, são continuamente repetidas por torcedores e pela imprensa sem quaisquer questionamentos, o que as levaram a fazer parte do pensamento cultural do País.

Desde que chegou ao país, o futebol passou por um processo de incorporação cultural até se constituir no que chamamos de ‘paixão nacional’, como se afirmássemos que o nosso futebol é o melhor do mundo e o Brasil é o lugar onde mais se ama e se entende do assunto. Isso está sintetizado no epíteto ‘Brasil, país do futebol’ que, em períodos de Copas do Mundo, ganha uma dimensão mais intensa (HELAL, 2011, p. 1).

Desse modo, Helal (2011) afirma que essas crenças não são uma realidade natural, mas sim uma construção social realizada por agentes da imprensa, do meio acadêmico e da política em um momento de consolidação do estado-nação. O autor cita ainda Mário Filho, que escreveu *O Negro no Futebol Brasileiro*, e Gilberto Freyre, com seu artigo “*Football mulato*”, como agentes fundamentais da construção da crença de que o Brasil seria o país do futebol, com um certo estilo de jogo típico advindo da miscigenação racial e correlacionado a outras manifestações culturais como o samba e a capoeira, o ‘futebol arte’.

Ainda segundo Helal (2011), a crença nesse estilo próprio de jogar futebol tem relação com a de que o drible foi uma invenção dos atletas brasileiros negros e mestiços, que por sua vez está intrinsecamente ligada à ênfase colocada na origem popular e pobre dos ídolos futebolísticos do País.

Este fato é verdadeiro e não estamos em desacordo com o registro. Porém, a dimensão dada à pobreza inicial é, muitas vezes, usada como um fator importante para a “criação” de grandes craques do futebol brasileiro [...] A narrativa induz ao raciocínio de que o fato destes jogadores terem praticado futebol em terrenos baldios, com pedras ou árvores no “campo”, ou em esquinas de rua, com paralelepípedos e calçadas como obstáculos, e ainda terem jogado descalços e, muitas vezes, com bolas de meia, os habilitou ao drible desconcertante, à agilidade com as pernas, ao famoso “jogo de cintura” etc. De modo

sucinto, podemos denominar como “saudosismo da várzea” aos significados dessa interpretação. Não se percebe que muitos outros jogaram e continuam jogando nestas condições e, nem por isso, “vingam” como jogadores profissionais e estão muito longe de serem excepcionais (HELAL, 2011, pp. 5-6).

Para Helal (2014) não se nega a força e a eficácia simbólica destas crenças, porém se pode questionar o papel de tais representações a partir da virada do século. O autor destaca que ao comparar a situação atual com a carga emocional expressa nas copas de 1950 e 1970 pode-se especular “sobre o fato de estarmos assistindo a um declínio do interesse pelo futebol, ou melhor, pela seleção brasileira. Hoje, ao contrário de décadas atrás, seria lícito perguntar, afinal, se o Brasil está deixando de ser o país do futebol” (p. 2).

Atualmente, muitos torcedores preferem assistir aos jogos do seu time de futebol, e até reclamam por perder em partidas decisivas do clube, jogadores convocados para a seleção. Para muitos é melhor ver o seu time conquistar o Campeonato Brasileiro ou a Taça Libertadores, do que ver a seleção ganhar a Copa do Mundo. Ademais, durante o mundial de 2014 ocorreram diversas manifestações de cunho político e ideológico contra sua organização e realização no País, o que permitiu novas reflexões acerca do sentido atribuído pelos brasileiros ao futebol⁹. A Copa do Mundo de 2014 ainda deixou outro marco histórico, a derrota para Alemanha por 7 x 1¹⁰. A goleada sofrida acabou por contribuir para o desinteresse dos torcedores pela seleção.

Tais fatos certificam a afirmação de Helal (2011), de que a “pátria de chuteiras perdeu muito de sua carga simbólica” (p. 3). No entanto, realidade natural ou construção realizada por determinados agentes, o fato é que o esporte vindo da Inglaterra lançou raízes na população brasileira, se misturando à história do País e ajudando a quebrar barreiras sociais e econômicas, nos campos, nas arquibancadas e nas ruas. Percebe-se a relação do brasileiro com o futebol nas mais diversas formas de manifestação cultural, por meio da música, do cinema, da literatura, da dramaturgia e até por meio da linguagem.

Neste contexto, Stein (2015) evidencia que, talvez, a maneira pela qual o futebol se expressa mais intensamente no cotidiano do brasileiro, é através do vocabulário. “As expressões que nasceram nos estádios foram incorporadas no linguajar comum. Da

⁹ Protestos contra a Copa do Mundo levaram milhares de pessoas às ruas do Brasil em 2014. (<https://noticias.r7.com/cidades/protestos-contr-a-copa-do-mundo-levaram-milhares-de-pessoas-as-ruas-do-brasil-em-2014-18122014>). Acesso em: 19/09/2022.

¹⁰ Há oito anos, Brasil perdia por 7 a 1 para Alemanha na semi da Copa do Mundo; relembre goleada. (<https://www.oliberal.com/esportes/futebol/ha-oito-anos-brasil-perdia-por-7-a-1-para-alemanha-na-semi-da-copa-do-mundo-relembre-goleada-1.559322>). Acesso em: 19/09/2022.

crônica esportiva ou da própria conversa de arquibancada, ganharam as ruas e os livros, em um conceito cultural muito mais abrangente” (s.p.). O autor destaca ainda que, dos 228,5 mil verbetes listados pelo Dicionário Houaiss, 502 possuem a palavra futebol em suas explicações.

‘Chutar’, por exemplo. Mais do que o ato em si de bater com o pé, se tornou sinônimo de arriscar ou dar um palpite. O mesmo acontece com vários termos que, literalmente, representam o que acontece dentro de campo, mas servem de metáfora para vários assuntos da vida. É o caso de ‘show de bola’, ‘suar a camisa’, ‘dar um chapéu’, ‘tirar de letra’ e tantas outras expressões que se tornaram corriqueiras além do futebol. Demonstam a importância do esporte para a cultura. E também tornam a língua mais rica e viva, adaptando-se com as mudanças da sociedade (STEIN, 2015, s.p.).

Outro autor que discorre acerca da temática é Guerra (2000), frisando que as expressões que surgiram no futebol, vindas, em sua maioria, das transmissões esportivas do rádio, acabaram incorporadas à vida do torcedor. É comum ouvir um marido dizer que a mulher ‘faz marcação por pressão’, ou escutar alguém dizendo ‘estou na área e se me derrubar é pênalti’. Assim, é possível identificar na língua portuguesa diversas expressões cotidianas que tem relação com o futebol.

Em consonância com este pensamento, Paz (2009) apresenta uma lista com algumas das expressões futebolísticas que ganharam o cotidiano do povo brasileiro.

Quadro 1 - Mini vocabulário ‘futebolês’

“futebolês”	cotidiano
bate-bola	conversa informal
bola prá frente	vamos esquecer os problemas e seguir adiante
botar para escanteio	deixar de lado, menosprezar, esquecer
chutar	arriscar, dar um palpite
chutar para o alto	deixar de lado, afastar
dar bola	dar atenção, insinuar predisposição para um namoro
dar cartão vermelho	mandar embora, livrar-se
dar um bico em	afastar, mandar para longe
embolar o meio de campo	provocar uma situação confusa ou indefinida
entrar de sola	agir rispidamente
entrar em bola dividida	entrar em situação duvidosa
estar na marca do pênalti	estar a perigo, estar correndo riscos
jogada	trama, ação
jogar para a torcida	procurar demonstrar competência (mesmo sem tê-la)
marcação homem a homem	acompanhamento a curta distância
marcar um gol de placa	fazer algo muito bem feito
matar no peito	assumir a responsabilidade
pontapé inicial	abertura, ponto de partida
pisar na bola	cometer um engano, tomar uma atitude incorreta
regra 3	substituição, troca
show de bola	muito bom, extraordinário
suar a camisa	trabalhar duro
tirar de letra	resolver uma situação com facilidade
vestir a camisa	integrar-se ao trabalho em grupo

Fonte: Paz (2009, pp. 106-107)

Stein (2015) afirma que, ao se tornar rotineiro na linguagem popular, a apropriação do futebol pela literatura foi natural. Como destaca o autor, o gosto pela bola fez grandes escritores e imortais da Academia Brasileira de Letras versarem as epopeias dos gramados e das arquibancadas. “Manuel Bandeira, Rubem Braga, Ariano Suassuna, Luís Fernando Veríssimo, Fernando Sabino e João Ubaldo Ribeiro, por exemplo, se transformaram em cronistas esportivos em alguns textos” (STEIN, 2015, s.p.).

Ainda de acordo com Stein (2015), a música começou a adotar o futebol inicialmente apenas em melodia. A primeira canção relacionada a este esporte de que se tem notícia é ‘Flamengo’, chorinho composto pelo trompetista Bonfiglio de Oliveira após a criação do clube carioca. Já a partir dos anos 1950, ressalta Stein (2015), a transformação da chamada Música Popular Brasileira – MPB -, se manteve em paralelo ao futebol,

que rendia histórias ainda melhores, com a Copa do Mundo de 1950 e o título de 1958. Lupicínio Rodrigues exprimia a sua paixão pelo Grêmio, da mesma forma como Adoniram Barbosa criava o hino informal da torcida do Corinthians. Desta época, uma das canções mais belas é ‘Um a um’, de Edgar Ferreira, eternizada no suingue de Jackson do Pandeiro em 1953. [...] Já em 1997, Nando Reis e Samuel Rosa

escreveram a partida de futebol mais cantarolada desde então (STEIN, 2015, s.p.).

Nesse âmbito, Diaféria (1992) destaca que o Corinthians, clube tema dos objetos de estudo da presente pesquisa, foi temática de diversas canções. Segundo o autor, é de Alfredo Borba uma das marchinhas mais cantadas em homenagem a um clube e a um jogador de futebol, “seu antológico O Gol de Baltazar, gravado pela primeira vez pela cantora Elza Laranjeira, explodiu no mercado, como se costuma dizer. Foi um sucesso retumbante” (p. 341). Outro destaque é a composição de Manuel Ferreira e Ruth Amaral, a marchinha Transplante Corinthiano, que apareceu na época em que ocorriam os primeiros transplantes de órgãos. “E, claro, pegou na hora: Doutor, eu não me engano, meu coração é corinthiano” (DIAFÉRIA, 1992, p. 342).

Outro autor que discorre sobre a temática é Unzelte (2010), afirmando não haver no Brasil um clube de futebol com tantas músicas registradas em sua homenagem no Serviço de Defesa do Direito Autoral (SDDA), quanto o Corinthians; nem mesmo o Flamengo. “Ao todo são mais de cem choros, sambas, hinos, marchas etc. falando do Corinthians (UNZELTE, 2010, p. 163).

Desse modo, retratado por poetas, músicos e artistas plásticos, o futebol constituiu-se como um valioso estímulo para a legitimação de uma identidade nacional. Por meio da manipulação simbólica os indivíduos atribuem significados às suas ações, assim, o futebol adquiriu significados construídos simbólica, social e historicamente. O que acontece em campo, nas arquibancadas é, muitas vezes, reflexo do que ocorre no País. E até os dias atuais, a sociedade brasileira vivencia, por meio deste esporte, os sentimentos de paixão e união.

Atualmente, além de elemento importante na formação da nação brasileira, o futebol constitui-se também como um mercado de negócios lucrativo. Uma das principais responsáveis pela popularização deste esporte, a mídia possui ainda grande participação na vertente empresarial do futebol, cada vez mais inserido na chamada sociedade do espetáculo. Tal assunto será abordado no tópico seguinte.

2.3 Mdiatização do Futebol

Ao longo dos anos, através das adaptações do sistema capitalista, a área cultural passou a ser vista para além das características de lazer, sendo apropriada para a produção de mercadorias por meio do processo de midiatização. Mergulhada na lógica do lucro, a cultura passou a integrar o consumismo. E o futebol não ficou alheio às estas

transformações. Conforme explicitado anteriormente, este esporte contribuiu de forma significativa para a construção da nação brasileira, tendo a mídia um papel de destaque na implantação de uma afirmação nacional por meio do futebol, bem como em sua popularização e posterior espetacularização.

Para Hjarvard (2014), vivemos uma midiatização intensiva da cultura, refletindo uma mudança profunda nas relações entre mídia, cultura e sociedade.

Hoje, experimentamos uma *midiatização intensificada* da cultura e da sociedade que não está limitada ao domínio da formação da opinião pública, mas que atravessa quase *toda instituição social e cultural*, como a família, o trabalho, a política e a religião. As mídias são coprodutoras de nossas representações mentais, de nossas ações e relacionamentos com outras pessoas em uma variedade de contextos privados e semiprivados (HJARVARD, 2014, pp. 23-24).

Ainda segundo Hjarvard (2014), pensar a midiatização como uma condição cultural e social implica ir além da proliferação dos meios de comunicação, considerando o surgimento da mídia como uma força institucional semi-independente. Assim, a condição midiatizada se refere tanto a uma conexão das partes individuais da sociedade através dos meios de comunicação, quanto à presença da mídia dentro das unidades menores da sociedade, como por exemplo, do universo familiar.

Destarte, pode-se compreender a midiatização como o conjunto das modificações geradas pelo desenvolvimento dos meios de comunicação na sociedade contemporânea, levando em conta não apenas a propagação e o uso progressivo da mídia, mas sobretudo a influência da lógica e do formato dos meios sob as esferas sociais. Ao abordar esse aspecto, Hjarvad (2014) destaca que

A midiatização como processo é dependente da proliferação e uso crescente da mídia na sociedade moderna, mas as várias mudanças que ela provoca não devem ser entendidas como um simples processo linear estimulado por uma presença sempre maior da mídia. Ao invés disso, deveríamos entender a mudança social e cultural como uma transição de uma configuração de influências institucionais dentro de um domínio particular para uma configuração diferente que muda o *equilíbrio de poderes* entre as instituições em questão, e talvez introduza novos recursos e regras institucionais em um domínio (HJARVARD, 2014, p. 37).

No que se refere à relação entre mídia e futebol, é possível afirmar que o esporte praticado antes do advento dos meios de comunicação parece não ter existido devido à grande afinidade entre os veículos e a modalidade. Para Guerra (2012), o futebol se consolida como esporte de massas depois de 1930, a partir das primeiras transmissões de

jogos através do rádio. Este autor ainda coloca a relação entre este meio de comunicação e a modalidade esportiva como um casamento, frisando que a união entre rádio e futebol no Brasil ocorreu de forma tão apaixonada que levou a um estilo único de se transmitir uma partida pelo narradores brasileiros.

A ligação com a televisão não foi diferente. A grande compatibilidade entre o futebol e a estrutura midiática televisiva propiciou a este esporte um grande impulso e novas fontes de renda como patrocínio, contratos de marketing e aquela que viria a se tornar a principal receita dos clubes de futebol, os direitos de transmissão. Com a ajuda da grande mídia, o futebol passou por modificações, sendo transformado em um produto midiático, que mais do que para ser jogado, foi feito para ser visto, para ser contado, para ser consumido.

Corroborando a afirmação de Hjarvard (2014) de que as mudanças trazidas pela midiáticação podem introduzir novos recursos e regras institucionais, observamos que o futebol, transformado em produto midiático, passou a ser definido pelos limites e pelas dinâmicas da midiáticação. Atualmente a mídia define e enquadra o esporte mais popular do País, construindo-o via narração e por intermédio de câmeras, ângulos disponibilizados, e replays, como se fizessem parte do jogo.

Ademais, o espetáculo ultrapassa os 90 minutos de duração de uma partida de futebol. As transmissões têm início antes dos jogos com análises, palpites, mostrando a chegada dos torcedores e dos ônibus dos clubes nos estádios, buscando sempre uma palavra dos jogadores já no desembarque. Após o fim do jogo o evento continua com as mesas redondas dos programas esportivos, repetição dos gols e dos lances polêmicos.

Neste contexto, Braga (2006) ressalta que a midiáticação ocorre em dois âmbitos sociais. No âmbito microssocial, a midiáticação trata de instituições ou instâncias que incorporam elementos da medialidade; e no âmbito macrossocial refere-se ao processo de adaptação e simulação da própria sociedade à lógica medial. Assim, é possível afirmar que a midiáticação do futebol no âmbito macrossocial gerou um controle no que tange os direitos de transmissão das partidas acarretando, por exemplo, alterações nos dias e horários dos jogos em decorrência dos interesses dos grupos de comunicação.

Recorre-se novamente a Hjarvard (2012) para quem a midiáticação surgiu como um novo quadro teórico para reconsiderar questões fundamentais sobre o papel e a influência da mídia na cultura e na sociedade. “Em particular, o conceito de midiáticação revelou-se produtivo para a compreensão de como a mídia se difunde para, se confunde

com e influencia outros campos ou instituições sociais, como política e religião (HJARVARD, 2012, p. 54).

Tal pensamento enseja uma reflexão acerca da associação entre o campo dos media e o campo esportivo a partir das ideias de Pierre Bourdieu (1989). Tendo o discurso como bem específico, o campo midiático assegura a mediação social com os demais campos, bem como de todos estes entre si. Desse modo, o campo dos media difunde os seus rituais e dita suas regras para os demais campos por meio de sua estrutura espetacular.

No que tange o campo esportivo, Bourdieu (1989) salienta que o universo do esporte não se trata de um espaço fechado em si mesmo.

Ele está inserido num universo de práticas e consumos, eles próprios estruturados e constituídos como sistema. Há boas razões para se tratar às práticas esportivas como um espaço relativamente autônomo, mas não se deve esquecer que esse espaço é o lugar de forças que não se aplicam só a ele (BOURDIEU, 1989, p. 210).

Como destacado anteriormente, a mídia torna o esporte público, enquadrando-o em suas regras e influenciando o gosto por determinada modalidade ou até mesmo agremiação. Assim, torna-se possível afirmar que o campo esportivo é permeado pelo campo midiático. Não nos propomos aqui a discutir a autonomia do campo esportivo, porém torna-se plausível afirmar que atualmente é impossível dissociar o esporte, e em especial o futebol, da mídia.

Nos dias atuais, o ludopédio consiste em uma mercadoria como qualquer outra. E ao tornar-se constitutiva da estrutura social por meio da midiatização, a mídia articula uma nova forma de organização das práticas sociais. Lima (2002) discorre acerca da temática frisando o papel da televisão. Para o autor, ao levar em conta a cadeia de produção, o público alvo de determinado produto seria o principal agente gerador de mudanças. No caso do futebol, seguindo a lógica, o torcedor seria este agente. No entanto, de acordo com Lima (2002), “esta lógica está invertida. Quem manda é a televisão, que, apesar de atuar no meio da corrente, consegue influenciar, de forma significativa, ambos os lados” (p. 42).

Assim, percebe-se o aspecto simbólico na relação entre os significados produzidos pelo campo dos media e os sujeitos. Na atualidade, a lógica midiática estrutura a sociedade possibilitando, por exemplo, a construção de identidades tanto coletivas quanto individuais. Ademais, para além do papel vital na geração de recursos para o futebol, a

mídia também contribui para a formação de novos ídolos, muitas vezes com o surgimento dos mitos esportivos. Tal prática não consiste em uma atividade contemporânea, tendo início nos primórdios das transmissões esportivas, com o rádio criando os primeiros ídolos nacionais do futebol¹¹.

Considerando o ambiente televisivo, Rial (2002) afirma que “a narrativa televisual constrói imagens iconográficas e através dela, ícones que passam a integrar imaginários sociais – o que não é diferente em uma partida de futebol” (p. 17). Dentro de campo, ao marcar um gol decisivo, o jogador é transformado em herói do título. Muitas vezes, com apenas um lance, um potencial talento se transforma em craque mundial, como aconteceu com Ronaldinho Gaúcho em sua estreia com a camisa da seleção brasileira, quando tinha apenas 19 anos. Ao marcar um ‘gol de craque’, o menino foi chamado por Galvão Bueno, um dos principais narradores do esporte, de ‘fera’, e a narração que repetia a frase “Olha o que ele fez! Olha o que ele fez!” se tornou um marco, como ilustra o portal Globo Esporte (2011).

Rial (2002) ressalta ainda que, uma vez como ícones mundiais, alguns desses jogadores estarão entre os nomes mais pronunciados e as fotos mais reproduzidas, ganhando salários altíssimos e ajudando a vender produtos, preenchendo a imaginação de milhares de pessoas. Desse modo, a mídia ainda estimula o consumo dos torcedores, reforçando identidades e fazendo com que os amantes do esporte desejem ser iguais aos seus ídolos. Com a midiaticização as ações dos jogadores de futebol também se transformam em mercadorias.

Um forte exemplo aconteceu na final da Copa do Mundo de 2002, quando Ronaldo, conhecido como Fenômeno, apareceu com um corte de cabelo que lembrava a personagem Cascão, da Turma da Mônica. Fãs do craque no mundo inteiro adotaram o penteado que virou moda, especialmente após a conquista do Pentacampeonato - com dois gols de Ronaldo - na final. O Fenômeno exemplifica ainda como esta mitificação dos atletas pode potencializar a receita dos clubes onde atuam.

Após o rebaixamento para a série B do Brasileirão em 2007, o Corinthians, clube tema dos objetos da presente pesquisa, realizou uma reformulação na gestão de futebol gerando grande valorização à agremiação. A primeira ação desta nova era no clube consistiu em uma das maiores contratações do futebol nacional, considerada por muitos como uma grande ousadia da diretoria corinthiana. Em 2009, Ronaldo Nazário de Lima,

¹¹ Ver página 36.

o Fenômeno, chegou ao Corinthians. Como destaca Santos (2014), Ronaldo era o jogador brasileiro que mais atraía mídia internacional.

A visibilidade do Corinthians após sua contratação tornou-se internacional. O clube teve grandes benefícios, já na sua apresentação o Fenômeno atraiu mais de 24 equipes de televisão do mundo todo, gerando ao clube exposição jamais alcançada em toda a sua história (SANTOS, 2014, p. 6).

Para Hjarvard (2012), a midiaticização pode ocorrer de forma direta ou indireta. A midiaticização direta ocorre quando uma atividade que antes acontecia de maneira não-mediada, passa a acontecer de forma mediada, consistindo assim em um tipo forte de midiaticização. No que tange o futebol, pode-se apontar como exemplo desta categoria, a própria transmissão das partidas, que alterou o consumo do jogo, antes possível apenas no estádio.

Ainda segundo Hjarvard (2012), a midiaticização indireta trata-se de uma alta influência de símbolos ou mecanismos midiáticos sob determinada atividade, alterando sua forma, conteúdo ou organização. Para o autor, este é um tipo fraco de midiaticização. Como exemplo no futebol pode-se citar a criação de um complexo esportivo-cultural-midiático que encheu as partidas de placas com logomarcas, as camisas com patrocínios, além das já citadas construção de novas estrelas para o mercado, e decisão referente aos direitos de transmissão de eventos esportivos que determinam suas datas e horários.

A internet propicia ainda outro aspecto da midiaticização indireta, o maior consumo de informações e a personalização das mensagens por meio das redes sociais digitais. Através destes canais os clubes passaram a ofertar um conteúdo exclusivo - como os bastidores das partidas -, gerando maior engajamento de seus torcedores. Para mais, nestes espaços a agremiação não precisa ser neutra ao falar de si, o que possibilita a criação e reforço de construções simbólicas que acabam por forjar a identidade deste torcedor e intensificar os seus laços com o clube.

Neste contexto, e assumindo o livro como objeto midiático, é possível afirmar que antes mesmo do advento da internet, os livros acerca da história dos clubes já podiam ser apontados como um dos instrumentos responsáveis por transmitir a mitologia daquela instituição de forma personalizada, sem a obrigação de neutralidade. Tal pensamento ilustra a afirmação de Hjarvard (2014) de que a mídia pode ser entendida como ferramenta social “para representar informação e construir relacionamentos a partir da ação comunicativa” (p. 39).

As mídias são ferramentas sociais para a produção de atenção, mas o recurso verdadeiro é a capacidade da mídia em controlar como a informação é representada (por exemplo, enquadrada ideologicamente ou narrada artisticamente), como as relações são construídas (por exemplo, quem se conecta a quem e de que formas), e para qual finalidade social as ações comunicativas servem - por exemplo, entretenimento, educação, persuasão etc. (HJARVARD, 2014, p. 40).

Ainda segundo Hjarvard (2014), a teoria da midiatização precisa apoiar a construção do que ele denomina como teorias de médio alcance. Estas consistem em “propostas que lidam com a influência da mídia dentro de domínios ou subdomínios institucionais particulares - como a política ou o entretenimento infantil-, em um dado contexto histórico e sociocultural” (p. 27). Considerando o clube de futebol como uma instituição que oferece aos indivíduos recursos materiais e simbólicos, a presente pesquisa almeja a elaboração de uma teoria de médio alcance a respeito das mudanças institucionais decorrentes das práticas de comunicação mediada ao longo do tempo que levaram a edificação de construções simbólicas no Sport Club Corinthians Paulista.

Na atual sociedade midiatizada a mídia se configura como um elemento estruturante da vida social. Por consequência, as instâncias sociais são muitas vezes regidas pela lógica midiática, proporcionando novos sentidos a partir da mediação simbólica. Assim, após apontar os aspectos nos quais o futebol se dá por midiatizado, o capítulo seguinte abordará as circunstâncias nas quais o esporte mais popular do País se dá por mediado.

No entanto, precedentemente faz-necessário considerar que, como instrumento de construção e legitimação da identidade de uma nação heterogênea e produto midiático, o futebol caracterizou-se como objeto de análise acadêmica, para além das Ciências da Saúde, tornando-se tema de pesquisas das Ciências Humanas, em especial nos campos da sociologia e da antropologia. Por esta razão, o tópico seguinte apresenta um estado da arte acerca das pesquisas sobre futebol.

2.4 Futebol como objeto acadêmico

Conforme explícito pelos tópicos anteriores, dissociar o futebol da história do Brasil é, em suma, um afazer dubitável. Forte elemento da identidade nacional, cujo alcance vai muito além das quatro linhas, este esporte pode ser analisado por vieses diversos, o que se comprova pelo amplo número de pesquisas a seu respeito, em distintas áreas do conhecimento.

A fim de examinar a produção científica acerca da temática do futebol, fomos auxiliados por dois panoramas, a saber: a tese ‘Produção científica sobre futebol: uma investigação do estado do conhecimento das dissertações e teses produzidas no Brasil’, de Alex Christiano Barreto Fensterseifer, de 2016; e o artigo ‘A produção das ciências humanas sobre futebol no Brasil: um panorama (1990-2009)’, de Sérgio Settani Giglio e Enrico Spaggiari, publicado em 2010, pela *Revista História*.

Fensterseifer (2016) buscou investigar e analisar o estado do conhecimento das dissertações de mestrado e teses de doutorado, defendidas em programas de pós-graduação no Brasil de 1987 a 2014 que abordam o tema futebol. Todas as áreas do conhecimento que apresentaram trabalhos sobre este esporte integraram o mapeamento. Para tal, realizou-se uma busca no banco de teses da CAPES utilizando a palavra ‘futebol’, tendo sido encontrados, após a organização segundo os critérios de pesquisa, 1.258 estudos.

Ao analisar a produção separando-a em três períodos de tempo, Fensterseifer (2016) destaca que nos primeiros anos do mestrado – 1988 a 1999 – 90 dissertações foram defendidas, o que corresponde a 8,75% dos estudos. Já na primeira década do século XXI – 2000 a 2010 - observa-se um grande aumento no número de trabalhos, sendo defendidas 525 dissertações, o que representa 51,11% das pesquisas. Por fim, no período seguinte, de 2011 a 2014, defendeu-se 412 dissertações, em um espaço de tempo bem mais curto - apenas quatro anos, o que caracteriza o período como o mais produtivo, com uma média anual de 103 estudos.

No que se refere ao doutorado, no primeiro período – 1988 a 2000 – “foram defendidas somente 23 teses (9,95%); o segundo momento de crescimento ocorre de 2001 a 2007, com 69 teses (29,87%); mas o ápice das teses que trabalharam com futebol aconteceria entre 2008 e 2014, com 139 teses defendidas (60,17%)” (FENSTERSEIFER, 2016, p. 129). Para Fensterseifer (2016), a expansão dos estudos na pós-graduação pode se justificar em decorrência do crescimento do número de mestrados e doutorados que em 1988 era de 1.259, saltando para 3.678 em 2014. O autor ainda completa afirmando que

esse crescimento de mestrado e doutorado em períodos semelhantes reforça a influência da Copa do Mundo, o aumento da dotação orçamentária para a pós-graduação e a consolidação dos programas de pós-graduação. Outro aspecto a justificar o crescimento é que os estímulos para a qualificação docente da CAPES na pós-graduação

brasileira levou ao incremento da produção científica de pesquisadores e de instituições de ensino (FENSTERSEIFER, 2016, p. 131).

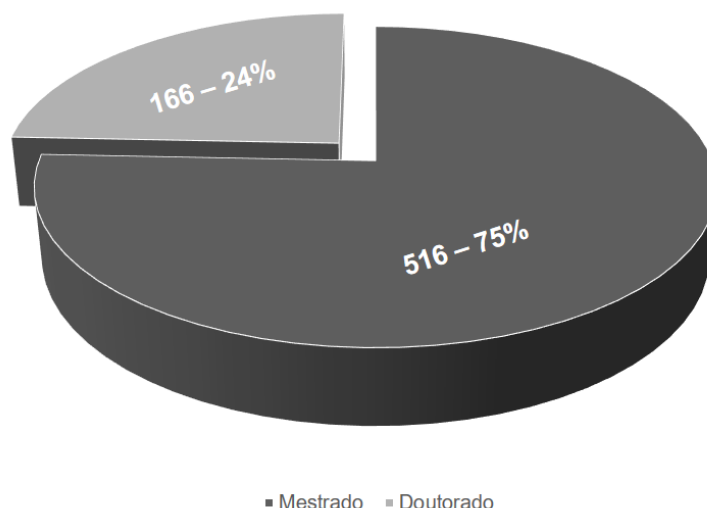
Ao abordar a distribuição das teses e dissertações, Fensterseifer (2016) destaca que o mestrado produziu 1027 estudos, o que representa 81,63%; e o doutorado 231 pesquisas, constituindo 18,36% dos trabalhos. De acordo com este autor, os dados refletem a maneira como se construiu a pós-graduação no Brasil, “primeiro a consolidação dos programas de mestrado e posteriormente a criação dos doutorados” (p. 131).

A fim de atualizar os dados buscou-se por teses e dissertações acerca do futebol defendidas entre 2015 e 2021, disponíveis no banco de teses da CAPES. Assim como Fensterseifer (2016), realizou-se uma busca a partir da palavra ‘futebol’, tendo sido encontrados 844 estudos que investigaram esse tema. Posteriormente as teses e dissertações foram selecionadas em conformidade com os seguintes critérios: possuíam a palavra futebol no título; tinham como objetivo principal a temática futebol; que utilizaram jogadores de futebol para investigação; em que um dos objetivos era o futebol; que apresentam elementos relacionados ao futebol (torcedores, árbitros, equipamentos, *software*, literatura etc.).

Optou-se por excluir da investigação as pesquisas: que trabalhavam com futsal; com futebol de robôs; com futebol americano; com futevôlei; que pesquisaram sobre o futebol para cegos ou futebol de cinco; nas quais o futebol não era o único objeto de pesquisa. Após a exclusão dos estudos que não se relacionavam com a temática futebol, bem como dos trabalhos duplicados, analisou-se 682 teses e dissertações.

Assim como na pesquisa realizada por Fensterseifer (2016), ao analisar os dados dos últimos sete anos, observa-se um número maior de dissertações defendidas: 516, o que representa 75,65% dos estudos. Já as teses somaram 166 trabalhos, o que exprimi 24,34%. O gráfico 1 ilustra esta distribuição.

Gráfico 1 – Distribuição por nível de qualificação



Fonte: Elaboração da autora com base nos dados do banco de teses da CAPES (2022).

Com relação à distribuição por grandes áreas do conhecimento, Fensterseifer (2016) observou a ocorrência do futebol como temática em todas as nove grandes áreas, o que corrobora a afirmativa de que este esporte consiste em um fenômeno multidisciplinar. Os resultados encontrados mostram uma concentração dos estudos nas Ciências da Saúde, representando 35%, e nas Ciências Humanas e Sociais Aplicadas, correspondendo a 27% e 21%, respectivamente.

A exemplo dos resultados encontrados por Fensterseifer (2016), as nove grandes áreas do conhecimento apresentaram estudos acerca do futebol no período de 2015 a 2021. Como mostra a tabela 1, mantem-se uma concentração dos estudos nas Ciências da Saúde, representando 37,5% das pesquisas; nas Ciências Humanas, com 23,4%; e nas Ciências Sociais Aplicadas, com 20,08%. A partir destes dados é possível afirmar que existe por parte de todas as grandes áreas do conhecimento um interesse em estudar o futebol. Tal fato reforça a importância que este esporte possui na sociedade brasileira.

Tabela 1 - Distribuição das teses e dissertações por grandes áreas do conhecimento

Grandes Áreas	Total	%
Ciências Agrárias	2	
Ciências Biológicas	4	
Ciências da Saúde	256	37,5%
Ciências Exatas e da Terra	16	
Ciências Humanas	160	23,4%
Ciências Sociais e Aplicadas	137	20,08%
Engenharias	8	
Linguística, Letras e Artes	32	
Multidisciplinar	67	

Total		682		100%
--------------	--	------------	--	-------------

Fonte: Elaboração da autora com base nos dados do banco de teses da CAPES (2022).

Em estudo anterior, ao pesquisarem a produção do conhecimento sobre o universo futebolístico, Gigglio e Spaggiari (2010) encontraram 27 áreas do conhecimento, sendo a Educação Física a que mais alimentou a produção acadêmica, com 23,31% dos estudos. A pesquisa mostra em segundo lugar as Ciências Sociais, área na qual os autores agruparam estudos provenientes da antropologia, sociologia e ciência política, representando um total de 19,38%. “Devido aos diferentes nomes que os programas de pós-graduação dão às áreas, optamos por reunir essa diversidade de pesquisas em um único item” (GIGGLIO e SPAGGIARI, 2010, p. 307).

Ao analisar as áreas que investigaram o futebol, Fensterseifer (2016) encontrou 84 áreas do conhecimento, das quais 20 se destacaram com maior frequência. Corroborando a pesquisa de Gigglio e Spaggiari (2010), verificou-se que Educação Física concentra a maioria dos estudos, representando 26,15%. Na sequência aparecem História e Comunicação, com 7,63% e 6,99%, respectivamente. Para Fensterseifer (2016), a superioridade de estudo pela Educação Física era esperada uma vez que o futebol consiste em um campo de estudo vinculado originalmente a esta área.

Entretanto, faz-se necessário destacar o interesse pelo futebol nas diferentes áreas do conhecimento, o que Fensterseifer (2016) atribui à realização da Copa do Mundo no Brasil. Segundo o autor, além de acentuar o interesse aumentando o número de investigações, o grande investimento feito no evento pode também ter aumentado os recursos para se pesquisar sobre o futebol.

No que tange os estudos defendidos de 2015 a 2021, 43 áreas do conhecimento apresentaram pesquisas acerca do futebol. Em concordância com os trabalhos anteriores, Educação Física possui a maioria dos estudos, representando 28% do total, conforme ilustra a tabela a seguir. Na sequência observa-se as áreas Interdisciplinar e História, com 8,7% e 8,2% dos estudos, respectivamente. As pesquisas comprovam o quanto o futebol, enquanto objeto de estudo, desperta interesse de diferentes áreas do conhecimento com objetivos diversos, buscando interpretar este fenômeno cultural.

Tabela 2 - Distribuição dos trabalhos por área (1º - 10º)

Áreas	Freq. - %	Áreas	Freq. - %
Educação Física	191 - 28%	Medicina	34 - 4,9%
Interdisciplinar	60 - 8,7%	Educação	27 - 3,9%
História	56 - 8,2%	Sociologia	27 - 3,9%
Administração	52 - 7,6 %	Psicologia	26 - 3,8%
Comunicação	44 - 6,4%	Letras	20 - 2,9 %

Fonte: Elaboração da autora com base nos dados do banco de teses da CAPES (2022).

Em virtude do grande número de áreas que estudaram o futebol, observou-se também uma ampla variedade de temáticas. Apesar de não quantificarem os temas em sua pesquisa, Gigglío e Spaggiari (2010) ressaltam sua diversidade destacando entre eles: a inserção e a participação dos negros no futebol; as relações entre futebol e identidade nacional; a circulação de jogadores brasileiros no futebol internacional; discussões sobre um jogar à brasileira, o chamado futebol arte; etc. Estes autores afirmam ainda que

dentre os principais temas, as pesquisas sobre torcidas organizadas, muito influenciadas pela proliferação de conflitos e casos de violência nos estádios no começo da década de 1990, tiveram um impacto decisivo dentro do processo de ampliação do cenário de estudos sobre esportes no Brasil (GIGGLIO e SPAGGIARI, 2010, p. 296).

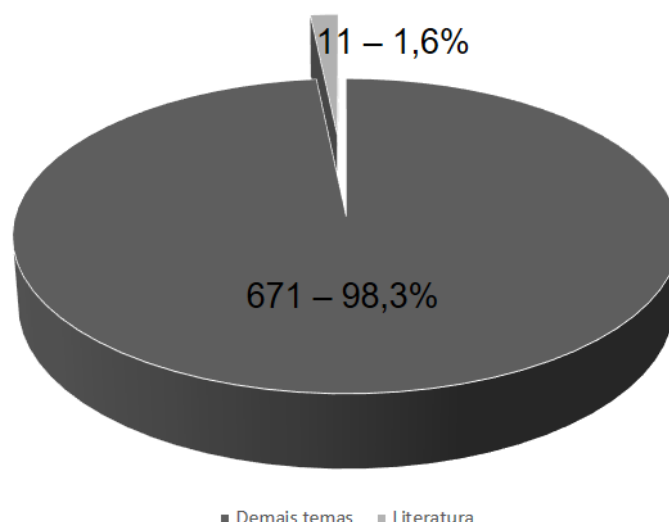
Nesse âmbito, Fensterseifer (2016) destaca entre as temáticas com maior ocorrências: torcidas organizadas, com 68 estudos; Copa do Mundo, 53; identidade do futebol, abordada em 42 trabalhos; clubes de futebol, 34; e mídia e jornalismo, como tema de 28 pesquisas. Para o autor, esta multiplicidade evidencia a amplitude do campo de estudo e a grande capacidade de desenvolvimento de novas pesquisas sobre o futebol. Ademais, os dados corroboram as investigações de Gigglío e Spaggiari (2010) ao apontar novamente as torcidas organizadas e o debate acerca da identidade como temas em destaque.

Por não ter o mapeamento das produções científicas acerca do futebol como um foco do estudo, a presente pesquisa não se ateve a um detalhamento dos temas abordados entre 2015 e 2021. No entanto, faz-se importante ressaltar o aumento de estudos sob a temática mulheres e futebol. Tal assunto não aparece entre os mais frequentes no levantamento de Gigglío e Spaggiari (2010) e nem entre os 10 principais temas gerais na pesquisa feita por Fensterseifer (2016), sendo porém citado pelo autor como 10º tema em número de ocorrências no que tange apenas as teses de doutorado.

Segundo Fensterseifer (2016), cinco pesquisas de doutorado se relacionavam à temática mulheres e futebol. Já dentre os estudos defendidos entre 2015 e 2021, observa-se a ocorrência do referido tema em 53 estudos, o que representa 7,77% dos trabalhos. Destes, 41 consistem em dissertações e 12 em teses de doutorado. Além da prática do futebol feminino, também são abordados como vieses a presença das mulheres nas arquibancadas, na administração dos clubes e como árbitras de futebol. O aumento significativo da frequência com que a temática vem sendo abordada nos estudos acadêmicos pode se justificar pela ampliação do incentivo e da cobertura midiática no futebol feminino, o que leva a um crescente interesse das mulheres por este esporte.

Dado que o foco do presente trabalho compreende os livros sobre futebol, buscou-se ainda por pesquisas a partir das palavras-chave ‘livro’ e ‘literatura’ tendo sido encontrados 11 estudos, o que representa pouco mais de 1% das pesquisas como ilustra o gráfico a seguir.

Gráfico 2 – Distribuição por temas



Fonte: Elaboração da autora com base nos dados do banco de teses da CAPES (2022).

Conforme explicita o quadro 2, destes trabalhos, oito consistem em dissertações e três compreendem teses de doutorado. Ao analisar de maneira detalhada observa-se que a maioria dos estudos aborda a relação literatura e futebol, não consistindo portanto em um trabalho historiográfico a respeito deste esporte.

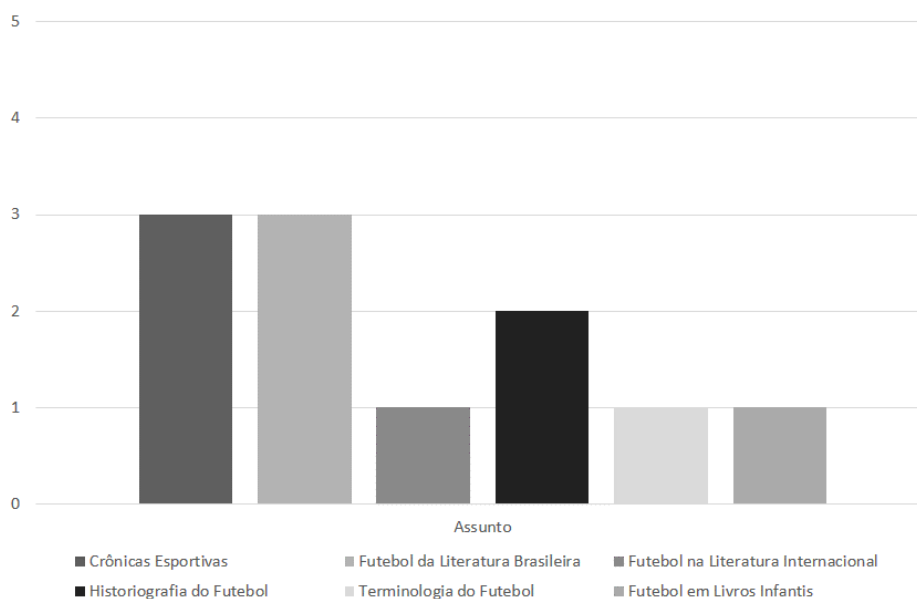
Quadro 2 – Relação de trabalhos encontrados

	Título	Autor	Modalidade
1	Crônicas de Tostão: o futebol, a literatura e a vida.	Leandro Siqueira Lima	Tese
2	A produção de sentidos de representações verbovisuais do futebol em livros para crianças	Mariana Harumi Segatto Fugikauva	Dissertação
3	Bolas de papel e jogadas editoriais: os livros de futebol publicados no Brasil entre 1903 e 1930	Giulia Sampaio Piazzzi	Dissertação
4	Arsenal, we're on your side: uma análise do futebol em Nick Hornby	Natasha Santos Lise	Tese
5	Do gramado às páginas: a crônica de futebol na imprensa no Brasil	Diego Marques	Dissertação
6	Fora das quatro linhas: literatura esportiva e a produção acadêmica sobre futebol no Rio de Janeiro e São Paulo (1970-2016)	Felipe Sabino da Silva	Dissertação
7	Futebol e carnaval nas crônicas de Lima Barreto: os embates do escritor com João do Rio e Coelho Neto acerca dos futuros símbolos da nação	Fernando Pisoni Zanaga	Dissertação
8	A terminologia do futebol em livros de italiano língua estrangeira: proposta de glossário para fins didáticos	Beatriz Anastácia Dália Martins	Dissertação
9	Futebol e literatura na aula de educação física: possibilidades transdisciplinares em uma escola pública em João Pessoa-PB	Laís Santos Castro	Dissertação
10	A poesia futebolística de Carlos Drummond de Andrade e João Cabral de Melo Neto	Pedro Passerini Rodrigues	Dissertação
11	Entre letras e canetas: a magia da bola – o futebol nos contos e romances da literatura brasileira entre 1980 e 2020	Ludwig Ferreira Araujo	Tese

Fonte: Elaboração da autora com base nos dados do banco de teses da CAPES (2022).

Como mostra o gráfico 3, apenas dois estudos equivalem a uma historiografia de futebol, a saber: ‘Bolas de papel e jogadas editoriais: os livros de futebol publicados no Brasil entre 1903 e 1930’, de Giulia Sampaio Piazzzi, dissertação defendida em 2018; e ‘Fora das quatro linhas: literatura esportiva e a produção acadêmica sobre o futebol no Rio de Janeiro e São Paulo (1970-2016), dissertação de Felipe Sabino da Silva, de 2019, que possui como objetos de estudo as teses e dissertações e não livros sobre futebol.

Gráfico 3 – Distribuição por temáticas literárias



Fonte: Elaboração da autora com base nos dados do banco de teses da CAPES (2022).

Desse modo, nos últimos sete anos, apenas um estudo abordou a historiografia de futebol a partir dos livros. Em sua pesquisa, Piazzini (2018) destaca que, até então, apenas duas produções científicas abordavam propriamente os livros sobre futebol, sendo que apenas uma apresentava concepção historiográfica num trabalho qualitativo. Trata-se do artigo ‘Historiografia de futebol: a construção de histórias do futebol no Brasil (1922 a 2000): reflexões’, de João Manuel C. M. Santos e Maurício Drumond, publicado na *Revista Tempo*, o qual busca realizar um levantamento crítico de algumas das principais obras do futebol brasileiro.

Os estudos abordados na presente pesquisa mostram o crescimento da produção científica sobre o futebol ao longo dos anos. Ademais, ao evidenciar o interesse de todas as grandes áreas do conhecimento, reforçam o caráter multidisciplinar que este esporte possui. Fensterseifer (2016) sugeriu que os estudos futuros analisassem se o crescimento de pesquisas acerca do futebol se manteve apesar do fracasso da seleção brasileira na Copa do Mundo. Ao levantar os dados das teses e dissertações defendidas entre 2015 e 2021, pode-se afirmar que a produção científica a respeito deste esporte segue em uma crescente, demonstrando o vasto leque de possibilidades de investigação em torno do futebol.

Entretanto, constata-se que apesar de ser objeto de muitas pesquisas no País, entre tantas teses e dissertações; além de monografias e artigos não abordados no presente

trabalho, ainda são raros os estudos que relacionam futebol e a edição, embora haja aqueles que discorrem sobre literatura e esporte. Em uma concepção historiográfica, portanto, encontrou-se somente dois trabalhos qualitativos que envolvem propriamente os livros de futebol, e nenhum deles trata especificamente de livros a respeito de um clube. Dessa forma, confirma-se a pertinência desta pesquisa, que pode gerar distintos desdobramentos ampliando o debate instaurado para outros campos de reflexão.

Assim, o capítulo seguinte abordará a publicação de livros que tem o futebol como temática, bem como a constituição deste esporte enquanto objeto editorial nos mais diversos gêneros, entre literatura, biografias e livros de clubes.

CAPÍTULO 3 – PRIMEIRO TEMPO: A LITERATURA ENTRA EM CAMPO

O livro impresso possui um papel de protagonista na história do futebol brasileiro. Sempre que se aborda a chegada deste esporte ao País, destaca-se o fato de Charles Miller voltar da Inglaterra trazendo equipamentos necessários para a prática da modalidade bem como o livro oficial da *Football Association*, um conjunto de regras que auxiliou na unificação do futebol no mundo todo. Por esta razão, faz-se necessário considerar a presença deste item fundamental para a propagação desse esporte.

A disseminação do futebol levou à necessidade de integrar e padronizar as regras deste esporte no Brasil, dando início ao envolvimento direto do futebol com a produção editorial. Do pouco espaço nos jornais e revistas, além de escritas elitistas; com o passar dos anos o ludopédio conquistou maior prestígio. E uma vez estabelecido no País, surge por parte dos escritores um grande interesse em utilizá-lo em suas letras (PEDROSA, 1967).

Os livros passaram a promover o futebol como uma prática social, de cunho educacional e salutar. No entanto, o espaço ocupado pela modalidade nos textos literários gerou polêmica, surgindo também aqueles que criticavam o esporte. O fato é que tanto os textos positivos quanto os negativos contribuíram para a difusão do futebol que passou, conjuntamente, a ser objeto editorial nos mais diversos gêneros, tornando-se registros importantes da história da prática esportiva e de suas equipes no Brasil.

Para Piazzzi (2018), a preocupação dos livros de futebol com o registro histórico tem início após a publicação de *O negro no futebol brasileiro*, por Mário Rodrigues Filho, em 1947. E além desta importância para o registro da memória do esporte, os livros também se tornaram território de debates sociais, polêmicas e denúncias em torno do futebol (PIAZZI, 2018). Para mais, ao tratar da história de um clube, os livros podem incluir-se na mesma perspectiva de outros produtos relacionados às equipes que são adquiridos pelos torcedores como bens simbólicos.

Em ocasião de eventos de grande proporção, como a Copa do Mundo, onde tem-se uma aderência maior por parte do público, torna-se costumeira a publicação de livros sobre o futebol, já que o mercado editorial enxerga estes momentos como uma oportunidade de correlacionar a literatura com o mundo da bola. Do mesmo modo, a conquista de um título por um clube, bem como suas datas comemorativas - tais como aniversários, centenários – intensificam por parte das instituições esportivas a geração de

produtos em torno do episódio. Tal conjuntura oportuniza um registro acerca do que a história revela e do que a mídia divulga.

Isso posto, o presente capítulo realiza um breve histórico do futebol como objeto dos livros desde as primeiras publicações sobre o tema, ressaltando o potencial das obras literárias como mediadoras. Faz-se necessário entretanto, destacar que o trabalho não consiste propriamente em uma historiografia dos livros acerca da temática. O que se busca é traçar o curso dos livros de futebol publicados no Brasil a partir de uma organização cronológica e descritiva, a fim de seguir preenchendo uma lacuna do campo esportivo no âmbito acadêmico, tarefa iniciada por pesquisas anteriores, utilizadas aqui como referencial teórico.

Para tal, o primeiro tópico destaca o início da presença do ludopédio como tema dos livros, abordando as primeiras publicações, os primeiros autores, bem como as temáticas expostas pelos primeiros livros publicados no País.

3.1 Primeiras linhas do futebol na literatura

Sem o objetivo de fazer uma cartografia dos livros publicados a respeito do futebol, é preciso destacar o aumento na presença do tema na produção editorial brasileira. Nos primeiros anos da década de 1900, além das bolas e dos uniformes, os impressos se tornaram itens importantes para aqueles que propagavam o esporte. O futebol, e o modelo de jogo, criado na Inglaterra era reproduzido no País por meio das regras e dos estatutos registrados no papel.

Conforme exposto pelo tópico 2.4 da presente pesquisa, verifica-se que os livros de futebol são enfoque apenas de levantamentos sobre a produção editorial. Ao procurar por referências bibliográficas para a contextualização do presente trabalho, elegemos três destes estudos para nortear a investigação. Estes mapeamentos oferecem um panorama acerca do que vem sendo publicado a respeito do futebol no Brasil, proporcionando importantes reflexões. Tais levantamentos são: “Livros sobre futebol publicados no Brasil (1903-2013)”, de Ademir Takara (2014); *Bolas de papel e jogadas editoriais: os livros de futebol publicados no Brasil entre 1903 e 1930*, de Giulia Piazzzi (2018) e *Bibliofut: a literatura do futebol brasileiro*, de Domingos D’Angelo e Ademir Takara (2019).

Em seu primeiro levantamento, Takara (2014) identificou 3.040 títulos publicados entre 1903 e 2013. O número, que pode ser considerado baixo para o amplo período de tempo ao qual se refere, tem um aumento expressivo em 2014, decorrente da Copa do Mundo FIFA realizada naquele ano no Brasil. O levantamento de Takara (2014), bem

como seu estudo sequente com Domingos D'Angelo, mostra que tal ocorrência é frequente em anos de Copa, quando as editoras aproveitam-se do momento para lançar uma série de títulos.

No trabalho seguinte, D'Angelo e Takara (2019) identificaram 4.750 obras com o tema futebol. A partir da periodização do professor José Sebastião, os autores classificaram os livros em cinco fases, a saber: 1ª Fase – Era Amadora (1895-1930); 2ª Fase – Era Romântica (1931-1950); 3ª Fase – Era de Ouro (1951-1970); 4ª fase- A Geração Perdida (1971-1990) e 5ª fase – Era do Futebol Moderno (1991-2018). Faz-se importante ressaltar ainda que 21 títulos não apresentavam data disponível, o que corresponde a 0,5% das obras.

Reitera-se não ser objetivo do presente capítulo realizar uma historiografia a respeito dos livros sobre futebol publicados no País. O propósito consiste em traçar o curso das publicações e explicar o aumento na presença da temática na produção editorial brasileira, a fim de contextualizar e mesmo certificar a relevância da presente pesquisa. Assim, destacam-se apenas as principais obras e autores com base nas referências anteriormente citadas. A partir da classificação feita por D'Angelo e Takara (2019), dividimos as publicações em dois momentos - de 1903 a 1950 e de 1951 a 2018, este abordado no tópico seguinte.

Piazzzi (2018) ressalta que o esporte passou a ser alvo editorial apenas no início do século XX e que até então não havia tradução do livro de regras da Football Association. Tarefa cumprida pelo primeiro livro de futebol publicado no Brasil, em 1903, o *Guia do Foot Ball* de Mário Sérgio Cardim, editado pela Casa Varnoden. A obra consistia em um livro de regras traduzido da versão original inglesa trazida por Charles Miller em 1894. O objetivo era padronizar o jogo de acordo com as normas internacionais da FA evitando conflitos em partidas entre equipes de diferentes cidades ou estados, servindo então de referência para a conduta dos árbitros (PIAZZI, 2018; D'ANGELO e TAKARA, 2019).

De acordo com Piazzzi (2015, 2018), havia mais do que as regras no *Guia do Foot Ball*. A obra trazia dados biográficos de jogadores, disponibilizava tabelas do campeonato, estatutos e regulamentos da LPF, fichas sobre os clubes e horários dos bondes que atendiam às proximidades dos campos. “Além disso, buscava interação com o público por meio da publicidade voltada à elite – o guia continha muitas propagandas de charutos e bebidas – e também com espaços colocados nas tabelas para que o próprio leitor preenchesse resultados de partidas” (PIAZZI, 2018, p. 53).

Ao discorrer sobre o autor, D'Angelo e Takara (2019) destacam que Mário Cardim tinha 19 anos quando organizou o *Guia do Foot Ball*, e que ele foi o primeiro jornalista esportivo brasileiro, iniciando em São Paulo a publicação de notícias do futebol no jornal *O Estado de S. Paulo*.

Mario Cardim, na verdade, criou o jornalismo do futebol no Brasil. Foi também um incentivador da prática do futebol e importante dirigente, com participação efetiva em todos os movimentos políticos futebolísticos de sua época. Até hoje não se conseguiu localizar as duas primeiras edições do Guia (D'ANGELO e TAKARA, 2019, p. 30).

Nesse viés, Piazzzi (2015) afirma que, concomitantemente à publicação de sua obra, Mário Cardim publicava um modelo de texto que perdurou por dez anos nas páginas da imprensa diária na década de 1900, criando a primeira ideia de 'crônica esportiva'. "O texto era constituído basicamente de informações cronológicas – conforme origem grega do termo 'crônica', relativo ao tempo (*chronos*) – sobre os jogos ocorridos" (PIAZZI, 2015, p. 31).

A aposta de Cardim foi assertiva. Nos anos seguintes ele atualizou as edições do guia, organizando e publicando obras semelhantes com patrocínio comercial da Casa Clark, de materiais esportivos; e da Casa Vanorden Typographia e Papelaria. Em 1913, Mario Cardim publicou o *Guia Sportivo: Football e Lawn-Tennis*, dando início aos patrocínios esportivos nestes guias. A ideia do autor era divulgar e induzir a prática do futebol de forma organizada, e este exercício de educar o espectador para compreender e também promover o esporte perdurou até o final da década de 1930 (D'ANGELO e TAKARA, 2019).

Figura 1 – *Guia do foot ball* (edição de 1905), de Mário Cardim: primeiro livro de futebol publicado no Brasil



Fonte: Piazzzi (2015, p. 32).

Para Piazzzi (2018), o ano de 1903 foi, então, um marco para o mercado editorial de livros de futebol no Brasil, uma vez que até aquele momento não existia tradução das regras do jogo para o português. Tais informações em língua inglesa já circulavam pelo mundo, o que legitima a importância dos livros na difusão do futebol não somente no Brasil. No entanto, um ponto relevante é a questão da falta de mercado para a produção literária relacionada ao futebol.

Ao abordar essa discussão, Pedrosa (1967) afirma que a falta de mercado se refletia tanto pelo desinteresse intelectual brasileiro pelo futebol quanto pela alta taxa de analfabetismo na época, na medida em que o futebol passava a atingir as diversas camadas da população, incluindo as menos favorecidas. “Assim, não havia público consumidor e interessado por livros que tratassem de futebol, mas gradativamente o esporte apresentava características que não poderiam ser ignoradas pelos escritores (PEDROSA, 1967, p. 34).

Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD), divulgadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em junho de 2023, a taxa de analfabetismo no Brasil atualmente é de 5,6%¹²; número bem distante de ser comparado com o das primeiras décadas do século XX. No entanto, a falta de hábito de leitura, bem como de incentivo à leitura no País ainda são fatores que influenciam a

12 Taxa de analfabetismo cai no Brasil e passa de 6,1% para 5,6%. (<https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/educacao/audio/2023-06/taxa-de-analfabetismo-cai-no-brasil-e-passa-de-61-para-56#:~:text=Publicado%20em%2007%2F06%2F2023,n%C3%A3o%20sabem%20ler%20nem%20escreve r.>) Acesso em: 08 nov. 2023.

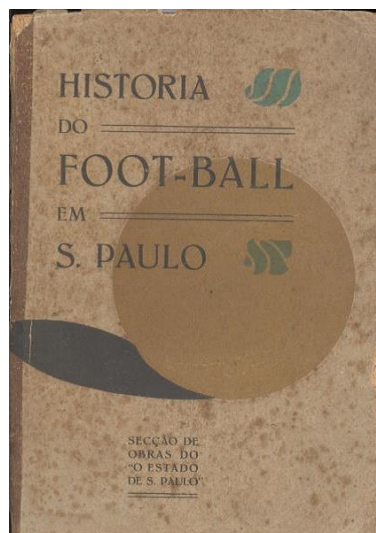
produção de livros sobre futebol – ou mesmo sobre outros temas – e a preocupação com a sua qualidade.

Piazzì (2018) destaca que as regras do futebol foram tema de mais três livros publicados nos anos de 1915 e 1916: *Regras de football*, pela Rochfort (1915); *Regras officiaes de todos os sports*, editado pela Casa do Sportman; e *Guia Brasileiro de Football* Associação, pela casa Fuchs (1916). Conforme a autora, não foram encontradas informações mais precisas sobre tais publicações, nem mesmo sobre sua autoria. O foco dessas primeiras obras nas regras evidencia o interesse em ensinar a prática do futebol ao público, difundindo o esporte.

Nos anos seguintes surgem os primeiros livros tendo como assunto a história do futebol. O primeiro é *O futebol em S. Paulo: notas crítico-biographicas dos principais jogadores paulistas antigos e modernos* de Leopoldo Sant’Anna, impresso pela Typographia Piratininga em 1918. A obra é composta por pequenas biografias de 153 jogadores e algumas notas históricas, como a respeito da Taça Rio-São Paulo (TAKARA, 2014; D’ANGELO e TAKARA, 2019). Ao discorrer sobre o autor, D’Angelo e Takara (2019) ressaltam que, apesar de ser considerado como precursor no tema leis do jogo, não se pode deixar de considerar Leopoldo Sant’Anna também um historiador.

No mesmo ano, surge outro escritor que contribui para o registro da memória do futebol - Antonio Figueiredo, autor do livro *História do Foot-Ball em S. Paulo*, editado por *O Estado de S. Paulo*. Nele, Figueiredo destaca o surgimento do *football*, praticado pela mocidade com raro entusiasmo. O autor se preocupava que o esporte deixasse de existir, sendo substituído por atividades e boêmias, motivo pelo qual publicara o que chamava de ‘livrinho’, com 181 páginas (PIAZZI, 2018; D’ANGELO e TAKARA, 2019).

Figura 2 – Capa do livro *História do foot-ball em S. Paulo*, de 1918



Fonte: Piazzi (2018, p. 77).

Ao discorrer sobre Antonio Figueiredo, Piazzi (2018) ressalta que o primeiro livro com a temática ‘clubes’ é também de sua autoria. A obra *Resumo histórico do Club Atlético Paulistano* foi publicada pelo autor no mesmo ano, em 1918. O tópico 2.3 da presente pesquisa abordará de forma mais aprofundada os livros publicados sobre os clubes de futebol.

D’Angelo e Takara (2019) destacam a importância dos livros de Leopoldo Sant’Anna e Antonio Figueiredo, ao afirmar que “História do Football em S. Paulo e O Football em São Paulo, publicados em 1918, marcam o início do registro da memória do futebol brasileiro. Sem dúvida estas duas obras são CLÁSSICOS da literatura do futebol” (p. 40).

A década de 1920 tem início com a publicação de *Cousas do football*, de Odilon Penteadado do Amaral, editado por *O Estado de S. Paulo*. O livro é composto por três capítulos, a saber: Conselhos, Máximas e Observações; Technica, Tática e Trucs e Leis, Regulamentos, Seu Critério e sua Aplicação. De autoria de um antigo jogador e juiz de futebol, a obra pode ser considerada como uma produção que visou os aspectos técnicos e legais do jogo (D’ANGELO e TAKARA, 2019).

Ao abordar a publicação, Piazzi (2018) ressalta que o livro de Odilon Penteadado do Amaral demonstra as mudanças pelas quais os livros técnicos sobre futebol passariam em relação à abordagem. Segundo a autora, o impresso trazia explicações sobre o esporte, porém de forma aplicável, por intermédio de conselhos. Piazzi (2018) destaca ainda o livro ‘O sport está deseducando a mocidade brasileira’, de Carlos Sússekind de Mendonça, publicado em 1921. “Diferentemente de *Cousas do football*, esse livro

expressava uma opinião ainda mais ríspida sobre o esporte e o condenava de modo geral, independentemente de amadorismo ou profissionalização” (PIAZZI, 2018, p. 90).

Essas publicações são exemplos de como um livro pode engendrar discussões polêmicas em torno do futebol. Se naquela época discutia-se a profissionalização ou não do futebol, atualmente os livros usados como território de debates abordam a corrupção e a espetacularização em torno do esporte, bem como os problemas pessoais dos jogadores. Neste último caso, destaca-se recentemente o livro *Casagrande e seus demônios*, de Gilvan Ribeiro, publicado em 2013 pela Editora Globo. A obra relata a reviravolta na vida de Walter Casagrande Júnior - ex-jogador do Corinthians e um dos líderes da Democracia Corinthiana – que foi de ídolo do esporte a viciado em cocaína e heroína.

O início dos anos 20 é marcado também pelo surgimento de diversas revistas e jornais, o que segundo Piazzzi (2018) levou a Associação dos Cronistas Esportivos de São Paulo a publicar um dicionário com o objetivo de padronizar o vocabulário do futebol e até mesmo a fim de se conquistar mais leitores. O *Diccionario do futebol*, de Guy Gay, foi então publicado pela editora Monteiro Lobato & Cia em 1922. “No mesmo tom de *Cousas do football*, tal livro tinha cunho explicativo, dessa vez em relação a termos relacionados ao esporte bretão” (PIAZZI, 2018, p. 95).

Em seu levantamento, D’Angelo e Takara (2019) reiteram o pioneirismo do *Diccionario do Futebol*, considerando-o ‘livro de referência’ e destacando a autoria misteriosa de Guy Gay, pseudônimo de um esportista da época. Além da publicação de 1922, o dicionário teve a 2ª edição publicada em 1932, pela Civilização Brasileira, em versão ampliada das 52 páginas iniciais para 78 páginas. A obra é composta por uma “abrangente tradução de toda a terminologia inglesa (a esmagadora maioria) ou francesa do tempo da criação do futebol, além de suas 17 regras originais com 36 diagramas de situações de impedimento e uma completa ilustração de um campo de futebol oficial” (D’ANGELO e TAKARA, 2019, p. 46).

Três anos adiante, em 1925, ocorre a publicação de mais um livro de Leopoldo Sant’Anna, *Supremacia e decadência do futebol paulista*, impresso pelo Instituto D’Anna Rosa. A obra se destaca por se tratar de mais um livro polêmico, no qual Sant’Anna realiza um contraponto entre o futebol carioca e o futebol paulista, demonstrando a superioridade deste em relação àquele. Repleto de ironia, o livro foi um sucesso editorial (PIAZZI, 2018).

A profissionalização do futebol, tema que começa a ser debatido nos livros nos primeiros anos da década de 20, impulsiona a produção de obras sobre o esporte no fim daquela década e início da década seguinte. Neste período tem início um interesse maior pela literatura com enfoque artístico-literário e surgem nomes importantes como Mario Filho, José Lins do Rego e Thomaz Mazzoni, um dos autores destacados por D'Angelo e Takara (2019).

Antes de encerrarmos o 1º tempo de jogo, no crepúsculo da década o jornalista Thomaz Mazzoni publica, em 1928, sua primeira obra: *Almanach Sportivo*, publicação que foi editada por 20 anos. Mas é na próxima fase que ele se torna um ícone na literatura do futebol [...] Com essas obras sem dúvida começam as letras no futebol do Brasil (D'ANGELO e TAKARA, 2019, p. 52).

Em concordância, Piazzi (2018) ressalta o *Almanaque Esportivo* de Thomaz Mazzoni, ainda que com grafia divergente. A autora frisa que a obra tratava-se apenas da primeira de uma série de 22 que viria a ser publicada, ajudando Mazzoni a conquistar o título de maior autor de livros esportivos. Piazzi (2018) destaca ainda a atuação de Thomaz Mazzoni na imprensa esportiva.

Foi responsável por trazer uma nova cara ao jornalismo esportivo, atribuir apelidos aos clubes e aos clássicos paulistanos e buscar interação com os leitores por meio de uma linguagem mais próxima e popular. Chamado de “Olimpicus” por seus colegas de trabalho em *A Gazeta*, visto que suas obras eram referência a várias categorias esportivas, foi um grande crítico da parcialidade e do “clubismo” existente na imprensa e defendia uma organização do futebol brasileiro (PIAZZI, 2018, p. 107).

Alcunhas que acompanham o Corinthians - clube tema dos objetos da presente pesquisa - como Mosqueteiro e Timão, são atribuídas a Thomaz Mazzoni. O tópico 3.4 do presente estudo aborda de maneira mais detalhada o surgimento destas alcunhas. Ademais, como frisado por Piazzi (2018), é também de autoria do cronista os apelidos dos clássicos paulistas: Derby, Corinthians x Palmeiras; Majestoso, Corinthians x São Paulo; e Choque-Rei, São Paulo x Palmeiras.

Ao analisar os dados do período compreendido por sua pesquisa, Piazzi (2018) estabelece um ‘primeiro ciclo’ de livros de futebol no Brasil, elucidando que a maioria das obras se encaixa na categoria com assunto ‘Regras’. Dos 28 livros elencados pela autora - de 1903 a 1930 -, 12 publicações possuem esta temática, o que representa um percentual de 43% das obras. Ainda de acordo com o levantamento, os principais autores

do período foram: Leopoldo Sant’Anna, com cinco livros publicados, e Thomaz Mazzoni e Mário Cardim, com três livros cada um.

Ainda que o presente estudo exponha apenas um recorte, destacando os principais livros publicados, é possível notar que num primeiro momento os impressos visavam a apresentação e difusão das regras. No início da década de 20 uma nova abordagem é observada, e além de apresenta-las, as obras buscavam explicar e contextualizar as regras, além de trazer dados estatísticos e históricos que contribuíssem para o registro da memória do esporte.

Conforme explicitado por D’Angelo e Takara (2019), nos anos seguintes verifica-se a publicação de um maior número de obras. De 1931 a 1950, 104 livros foram publicados, o que representa uma porcentagem de 2,3% do total. Neste contexto, Piazzzi (2018) destaca que a ‘aceitação’ do futebol como esporte respeitável, de cunho educacional, deu-se especialmente em junho de 1938. Na ocasião, Gilberto Freyre, reverenciado sociólogo, publicou o texto *Foot-ball mulato*, no *Diário de Pernambuco*, após a Copa do Mundo daquele ano. Para Piazzzi (2018), o texto contribuiu para o reconhecimento do esporte como representativo, popular e símbolo de identidade nacional. Assim, a sua publicação pode também ter levado a um maior interesse dos escritores pelo futebol.

O ano seguinte, 1939, é marcado por mais um livro de Thomaz Mazzoni, *Problemas e aspectos do nosso futebol*. A obra é considerada publicação fundamental na luta pela regulamentação das atividades esportivas. Representando um manifesto acerca da necessidade de ordenação para o esporte no Brasil, uma vez que apresentava uma série de críticas à desorganização de competições e também à falta de profissionalismo da imprensa, o livro de Mazzoni culminou com a criação do Conselho Nacional dos Desportos em 1942 (PIAZZI, 2018).

Ao analisar a produção de cunho artístico-literário em que o futebol estava inserido, Milton Pedrosa (1967) salienta que este esporte passa a fazer parte da literatura e a ser foco de diversos textos, apenas na década de 1940. No entanto, o autor chama a atenção para o fato de Monteiro Lobato e Godofredo Rangel já terem introduzido características do futebol em um romance de 1906, intitulado *O queijo de Minas ou história de um nó cego*, ainda que não se tratasse de um romance especificamente sobre futebol.

A década de 1940 traz ainda uma das principais referências para os estudos sobre futebol. Em 1947, Mário Filho dimensiona este esporte sociológica e antropologicamente

ao publicar *O negro no foot-ball do Brasil*, pela editora Irmãos Pongetti. A obra ganhou ainda uma segunda edição, com o título definitivo de *O negro no futebol brasileiro*, lançada em 1964 pela Civilização Brasileira. A nova edição não possui o prefácio de Gilberto Freyre presente na 1ª, e conta com acréscimos do próprio Mário Filho abordando as conquistas da Seleção Brasileira nas Copas do Mundo de 1958 e 1962 (TAKARA, 2014).

Três anos depois, em 1950, Thomaz Mazzoni publica o livro *História do futebol no Brasil: 1894-1950*, buscando diminuir a escassez de publicações sobre a memória do futebol brasileiro. Lançada anteriormente à primeira Copa do Mundo no País, a obra é também considerada uma das principais sobre o futebol no Brasil, sendo citada na bibliografia de boa parte dos livros sobre futebol brasileiro. “Nele Mazzoni conta, através de documentos como atas de clubes e federações e jornais de época, a história do futebol, essencialmente paulista e carioca, ladeados por milhares de resultados de jogos de clubes, seleções, torneios, locais, nacionais e internacionais” (TAKARA, 2014).

Thomaz Mazzoni é autor de pelo menos 50 livros, além de ser o responsável por criar o jornalismo esportivo em São Paulo. Mesmo após a sua morte, Mazzoni ainda lidera a lista de autores de livros sobre futebol, liderança que, segundo Takara (2014), pode ser contestada pelas 22 edições do seu ‘Almanaque Esportivo’. Mazzoni é destaque também na fase seguinte do levantamento de D’Angelo e Takara (2019), intitulada 3ª fase – Era de Ouro. Esta e as fases seguintes - com publicações de 1951 a 2018 -, são abordadas no tópico a seguir, onde destacam-se as principais obras e autores do período.

3.2 Segundo momento da edição

As publicações realizadas entre os anos de 1951-1970 compõem, segundo a classificação de D’Angelo e Takara (2019), a 3ª fase da edição nacional de livros sobre o futebol, designada pelos autores como a Era de Ouro. Além de nomes que foram destaques na fase anterior, como Thomaz Mazzoni e Mário Filho; surgem na 3ª fase outros grandes autores da literatura brasileira como Nelson Rodrigues e João Saldanha. Para D’Angelo e Takara (2019), é nesta fase que a produção editorial sobre futebol se torna adulta. Durante os 20 anos foram publicados 183 livros, o que representa 4,0% do total.

Outro autor destacado por D’Angelo e Takara (2019) nesta 3ª fase da edição de livros sobre futebol é Orlando Duarte, autor de uma das obras classificadas pelos pesquisadores como ‘clássico’. Trata-se da Edição Comemorativa da Gazeta Esportiva

Ilustrada do Campeonato Mundial de 1962, lançada naquele mesmo ano. D'Angelo e Takara (2019) ainda colocam Duarte como um dos mais completos jornalistas esportivos, com conhecimento de vários esportes, domínio que o rendeu o apelido de 'O Eclético'.

O nome de Orlando Duarte pode ser encontrado em diversos capítulos do levantamento realizado por D'Angelo e Takara (2019), como biografia, história das Copas do Mundo e dos clubes. No que tange os livros sobre clubes sob sua autoria destacam-se as obras sobre a Lusa – Portuguesa de Desportos -, Palmeiras, São Paulo e Corinthians, este usado aqui como uma das principais referências do tópico 3.4 do presente estudo, no tocante à história do clube. *Corinthians: o time da Fiel* foi escrito por Orlando Duarte em parceria com João Batista Tureta, e lançado em 2008 pela Companhia Editora Nacional.

Ainda na década de 1960, faz-se necessário frisar a obra de Milton Pedrosa, também usada como referência da presente pesquisa. *Gol de Letra: o Futebol na Literatura Brasileira* foi organizado, escrito e editado pelo próprio Pedrosa em 1967. O livro estima o futebol na produção editorial brasileira e traça um panorama da importância conferida ao esporte pelos escritores brasileiros até os anos 60 (PIAZZI, 2015). D'Angelo e Takara (2019) também abordam a publicação ressaltando que:

Na introdução escrita pelo próprio Pedrosa se encontra “o Futebol na Literatura Brasileira”, um importante estudo sobre a literatura brasileira do futebol. Além de fazer uma análise da produção literária até aquela época, enfoca com muita propriedade e de forma ampla o “por quê” das dificuldades em se ter obras sobre o “ludopédio” (D'ANGELO e TAKARA, 2019, p. 23).

Durante os 20 anos da fase seguinte – 4ª fase, A Geração Perdida -, de 1971 a 1990, foram publicados 438 livros. A Era marcada pela discussão 'Negócio Futebol x Futebol Espetáculo' viu também o início da publicação de livros que analisam o ludopédio através da Sociologia, Antropologia e Psicologia. Precursor desta vertente, o antropólogo Roberto DaMatta foi o grande nome desta fase da edição de livros sobre futebol no Brasil (D'ANGELO e TAKARA, 2019).

O Universo do Futebol, publicado em 1982 por DaMatta, buscava mostrar que o futebol “é para os brasileiros muito mais que um entretenimento, se contrapondo àqueles que desprezam a importância ao futebol e contrariando críticas de que o futebol é fator de alienação e ópio do povo” (D'ANGELO e TAKARA, 2019, p. 81). É a partir da publicação desta obra que a produção acadêmica a respeito deste esporte que se tornou paixão nacional tem o seu começo, sendo legitimada pela academia.

Outro clássico desta fase é *O Pontapé Inicial: Memória do Futebol Brasileiro (1894-1933)*, do professor Waldenyr Caldas, publicado pela Ibrasa em 1990. Originalmente apresentada como tese de livre-docência na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP), a obra - precursora sobre a história do futebol -, “analisa a trajetória da fase amadora para a profissional, considerando o contexto político-social deste período e a luta dos jogadores para serem reconhecidos como categoria profissional” (D’ANGELO e TAKARA, 2019, p. 82).

A 5ª e última fase apontada por D’Angelo e Takara (2019) compreende as publicações de 1991 a 2018. Intitulada Era do Futebol Moderno, é a fase que apresenta o maior número de livros publicados - 3.794, o que corresponde a 83% dos livros que tem o futebol como tema. Os pesquisadores ressaltam a impossibilidade de se abordar todas as obras, esclarecendo que se limitariam a indicar apenas os clássicos da produção editorial sobre o futebol, aqueles que se deve conhecer para entender o esporte.

Observe-se que alguns livros foram publicados antes desta 5ª fase, mas decidimos incluí-los nesta, visando ressaltar a sua importância. Buscamos indicar o que de melhor foi produzido, o que consideramos serem os “CLÁSSICOS”, ainda que esta escolha incorra em erros ou esquecimentos. A intenção é “o que se deve ler para se conhecer o futebol brasileiro” (D’ANGELO e TAKARA, 2019, p. 83).

Ainda que por motivos distintos aos desses pesquisadores - e já anteriormente citados -, nos limitaremos também a destacar apenas algumas obras e autores deste período de 28 anos, especialmente aqueles que possuem alguma relação com os objetos do presente trabalho ou seu clube tema, o Sport Club Corinthians Paulista. Assim, ressaltamos de princípio que um dos objetos aqui analisados é apontado por D’Angelo e Takara (2019) como uma obra de referência na categoria ‘história dos clubes’. Trata-se do livro ‘Coração Corinthiano’, de autoria de Lourenço Diaféria, publicado em 1992.

D’Angelo e Takara (2019) salientam ainda as minibiografias ou coletâneas de perfis de jogadores, como a coleção Os Dez Mais, da Editora Maquinária. Escritos a partir de uma pesquisa realizada junto a torcedores ilustres, estes livros indicam os melhores jogadores da história de cada clube. Em 2008 foi publicado *Os Dez Mais do Corinthians*, de autoria de Celso Unzelte. O escritor, jornalista e professor é retratado por D’Angelo e Takara (2019) como precursor dos almanaques de clubes, justamente pela autoria do *Almanaque do Corinthians*.

O primeiro almanaque foi o Almanaque do Timão (2000), lançado pela Editora Abril/Placar, com 534 páginas, e que trazia a ficha de todos os

jogos do alvinegro, desde 1910, e minibiografias dos jogadores e técnicos. Depois foi revisado, ampliado e recebeu o título de *Almanaque do Corinthians* (2005), e foram incluídas as escalções dos adversários alcançando 753 páginas (D'ANGELO e TAKARA, 2019, pp. 100-101).

Sob autoria de Celso Unzelte, é preciso destacar ainda o enciclopédico *O Livro de Ouro do Futebol*, lançado em 2002 pela Ediouro. Como visto no tópico anterior, além de importante instrumento para registrar a memória do futebol, os livros também constituem-se como território de debates sociais e denúncias em torno deste esporte. Neste cenário destacam-se as obras *Estrela Solitária*, de Ruy Castro, publicado pela Companhia das Letras em 1995 e as traduções dos livros de Andrew Jennings, *Jogo Sujo* e *Um jogo cada vez mais sujo*, publicados pela Panda Books em 2011 e 2014, respectivamente (PIAZZI, 2015).

O primeiro consiste em uma biografia do ídolo botafoguense Mané Garrincha, onde se retrata o drama vivido pelo craque em decorrência do alcoolismo, além de discutir questões acerca da vida fora de campo de um jogador heroicizado. Já os livros editados pela Panda Books trazem denúncias a respeito de atos corruptos da FIFA, desvendados pelo jornalista investigativo escocês Andrew Jennings. Pôde-se observar portanto que a publicação de livros cujo enfoque é o futebol cresceu de maneira expressiva no século XXI, e que a Copa do Mundo é um grande incentivo para o lançamento de novos títulos, ainda que eles não tratem necessariamente do torneio, como exemplifica o livro de Jennings publicado em 2014.

Nesse âmbito, Takara (2014) afirma que no século XXI houve uma definitiva inserção do futebol no mercado editorial. Dos 3.040 livros identificados pelo autor neste primeiro levantamento, 1.886 foram publicados após o ano de 2001, o que representa 62% dos lançamentos. Devido à baixa frequência anual de publicações na primeira metade do século XX, toda a produção deste período foi organizada em um mesmo intervalo. De maneira oposta, no início do século seguinte o número de títulos sobre futebol disparou, possibilitando que as publicações fossem organizadas anualmente, como ilustra a figura a seguir.

Figura 3 – Tabela de publicação temporal dos livros

Tabela 4 - Distribuição temporal dos livros publicados

Período	1903 1950	1951 1970	1971 1980	1981 1990	1991 2000	2001	2002	2003	2004	2005
Livros	100	138	148	218	522	68	142	104	115	104
%	3,3	4,5	4,8	7,2	17,2	2,2	4,6	3,4	3,8	3,4

Período	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	s.d.	Total
Livros	172	91	140	174	245	148	179	204	27	3.040
%	5,6	3,0	4,6	5,7	8,0	4,8	5,9	6,7	0,8	100

Fonte: Takara (2014, p. 7).

Ao organizar os livros de futebol em períodos anuais, Takara (2014) pôde ainda corroborar a ideia de que a Copa do Mundo consiste em um grande propulsor do mercado editorial de livros cuja temática é o futebol. Conforme os dados apontados pelo autor, nos anos em que ocorrem o torneio mundial é possível notar uma diferença considerável no número de títulos em relação ao ano anterior e posterior ao evento.

Figura 4 – Tabela de publicação de livros em períodos anuais

Tabela 5 - Distribuição temporal (trienal) dos livros.

Ano*	1989	1990	1991	1993	1994	1995	1997	1998	1999
Livros	19	17	13	23	63	29	65	103	52
Varição**	x	-10,5%	-23,5%	x	174%	-54,0%	x	58,4%	-49,5%

Ano*	2001	2002	2003	2005	2006	2007	2009	2010	2011
Livros	68	142	104	104	172	91	174	245	148
Varição**	x	109%	-26,7%	x	65,4%	-53,0%	x	40,8%	-39,6%

* Levantamento trienal, com o ano da Copa do Mundo e os anos anterior e posterior.

** Variação percentual em relação ao ano anterior.

Fonte: Takara (2014, p. 7).

Segundo Piazzi (2015), no ano de 2014, quando realizou-se a Copa do Mundo no Brasil, 332 livros de futebol foram registrados até o mês de abril 2015, instituindo um novo recorde. Em seu estudo a autora também chama atenção para outras datas que impulsionam a publicação de obras cujo tema é o futebol, como a comemoração do centenário dos clubes. Neste contexto, D'Angelo e Takara (2019) destacam que em 2010, ano do centenário do Timão, diversos livros foram publicados sobre o clube, dos quais ressaltam: *Corinthians: 100 Anos de Paixão*, livro oficial do centenário, de Marco Piovan

e Newton Cesar; *Timão 100 Anos, 100 jogos, 100 ídolos*, de Celso Unzelte e *Haja Coração: 100 Anos de Timão*, de Antonio Goulart.

D'Angelo e Takara (2019) colocam ainda como clássicos a edição de três 'bíblías' – mistos de livros e memorabília -, pela Editora Panda Books: a *Bíblia do São-paulino: livro e documentos históricos de uma era de conquistas*, de Michael Serra e Rui Branquinho (2012); *Bíblia do Palmeirense*, de Jota Christianini (2014); e a primeira delas, a *Bíblia do Corintiano: livro e documentos históricos de um centenário de conquistas*, de Celso Unzelte, lançada em 2010 e integrante do corpus da presente pesquisa.

No que se refere aos livros sobre clubes de futebol, D'Angelo e Takara (2019) declaram que Corinthians e Flamengo tem merecido um número maior de obras em razão do tamanho de suas torcidas – as duas maiores do País. Os livros de futebol desta categoria são assunto do tópico seguinte.

3.3 Os clubes de futebol nas páginas dos livros

Ao organizar os livros por assunto em seu primeiro levantamento, Takara (2014) observou que o mais frequente eram livros com a temática 'clubes', com 780 ocorrências, o que representava 25,6% do total de obras identificadas até então. Como ilustra a tabela a seguir, na sequência verifica-se os temas: Literatura, com 552 livros; Biografia com 373 ocorrências; Regras, com 260 obras; e História, com 217. Para o autor, essa concentração pode ser explicada pelo apelo popular que estes temas possuem.

Figura 5 – Tabela de distribuição de livros por assunto

Assunto	Nº de livros	Percentual
1º Clube (nacional ou estrangeiro)	780	25,6%
2º Literatura (crônica, ficção, poesia, infantil, etc.)	552	18,1%
3º Biografia (jogador, técnico, jornalista, dirigente)	373	12,2%
4º Regras, Treinamento e Arbitragem	260	8,5%
5º História	217	7,1%

Fonte: Takara (2014, p. 8).

No que tange os livros a respeito dos clubes, por exemplo, D'Angelo e Takara (2019) destacam que o mais interessante é descobrir quantos livros sobre o seu clube existem publicados, e claro, o “mais importante é saber que o seu maior rival tem menos” (p. 229). Em seu primeiro levantamento, Takara (2014) identificou 159 times diferentes,

incluindo três times estrangeiros. Na pesquisa seguinte, em coautoria com Domingos D'Angelo, o número aumentou para 245, dentre os quais incluem-se times profissionais, amadores, extintos e os que abandonaram o futebol.

De acordo com os registros do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) – e conforme apontado no tópico anterior -, o primeiro livro a respeito de um clube de futebol publicado no País foi *Resumo histórico do Club Atlético Paulistano*, de Antônio Figueiredo. Publicada em 1918, a obra é considerada um documento oficial do Club Atlético Paulistano (TAKARA, 2014; PIAZZI, 2018). Este e os demais livros sobre clubes de futebol publicados de 1903 a 2018 foram organizados por D'Angelo e Takara (2019) em uma divisão por clubes em ordem alfabética, e os livros que abordam dois ou mais clubes, incluindo aqueles que versam sobre clássicos – como Derby, Fla-Flu, etc. -, foram agrupados em coletânea.

Os levantamentos realizados constataram que Corinthians e Flamengo são os clubes com mais livros publicados, não por acaso os dois times de maior torcida no Brasil¹³. O primeiro estudo apontava o Timão como a instituição com maior produção, com 82 livros publicados; seguido pelo Flamengo com 62 obras. A disposição se manteve igual na pesquisa seguinte, porém os títulos a respeito do Corinthians aumentaram para 104, enquanto o número sobre a equipe rubro-negra alcançou 78 livros (TAKARA, 2014; D'ANGELO e TAKARA, 2019).

No que tange o clube tema dos objetos da presente pesquisa, o Corinthians, verifica-se que o primeiro livro publicado foi *Histórico do Corinthians: 1910-1945*, de Thomaz Mazzoni, editado pela Turf e Elegância em 1946. Com base nos dados registrados por D'Angelo e Takara (2019) é possível observar ainda, que dos 104 livros publicados sobre o Sport Club Corinthians Paulista, 31 abordam a história da agremiação de maneira geral, o que representa 29,8 % das publicações. Excluem-se as obras que versam sobre títulos e momentos específicos da trajetória da equipe, bem como aquelas relativas a ídolos do clube e livros literários. O quadro a seguir expõe as publicações acerca da história do Corinthians.

¹³ Segundo pesquisa divulgada pelo Datafolha em agosto de 2023 o Flamengo é o clube com maior torcida no Brasil, com 21% da preferência; seguido pelo Corinthians com 15%. (https://www.espn.com.br/futebol/artigo/_id/12497587/pesquisa-datafolha-flamengo-maior-torcida-do-brasil-mantem-vantagem-corinthians). Acesso em: 16 nov. 2023.

Quadro 3 – Livros que abordam a história do Corinthians

Título	Autor	Cidade/Editora	Ano
A história que o povo esqueceu: extra, livro-reportagem realidade brasileira	Antoninho de Almeida	São Paulo: Versus	1976
Campeão dos centenários	Antoninho de Almeida	São Paulo: CLI	197-
O Coringão pop-up	Glória Alves	Caxias do Sul: Belas Letras	2012
Esse Corinthians do avesso	João Milton Ananias	São Paulo: B4	2013
Corinthians transcendental	Angelo Jr.	São Paulo: Clube de Autores	2014
Corinthians! Campeão dos campeões!	Eduardo de Ávila	Belo Horizonte: Gutenberg	2008
O Corinthians e suas raízes	João Cirino e Hélio Cirino	Pará de Minas: Virtual Books	2010
O time do meu coração: Sport Club Corinthians Paulista	Rafael Cota	Belo Horizonte: Leitura	2008
Coração Corinthiano	Lourenço Diaféria	São Paulo: Fundação Nestlé	1991
Corinthians, o time da Fiel	Orlando Duarte e João Bosco Tureta	São Paulo: Companhia Editora Nacional	2008
Corinthians, sua história, suas camisas	Evaldo Jr.	São Paulo: Coruja	2018
Haja coração: toda a glória do Timão	Antônio Goulart	São Paulo: Gente	2013
Haja coração 100 anos de Timão	Antônio Goulart	São Paulo: Gente	2010
A emoção Corinthians	Juca Kfourri	São Paulo: Brasiliense	1980
Corinthians, paixão e glória	Juca Kfourri	São Paulo: DBA	2002
Corinthians, paixão e glória	Juca Kfourri	São Paulo: DBA	1998
Loucos por ti: São Jorge narra os 100 anos do Timão	Ivan Lacerda	Belo Horizonte: Leitura	2010
Corinthians 100 anos: paixão de um povo	Mário Marinho e Silvio Natacci	São Paulo: Nova Leitura	2010
Centenário do Corinthians	André Martinez	São Paulo: Larrousse do Brasil	2010
Corinthians: minha vida, minha história, meu amor	André Martinez	São Paulo: Ícone	2009
Nação Corinthians	-	São Paulo: BB	2011
Uma potência chamada Corinthians	V. B. do Nascimento	São Paulo: Edição do Autor	1971
Corinthians, é preto no branco	Washington Olivetto e Nirlando Beirão	Rio de Janeiro: Record	2005
Corinthians é preto no branco	Washington Olivetto e Nirlando Beirão	São Paulo: DBA	2002
Corinthians: 100 anos de paixão	Marco Piovan e Newton César	São Paulo: Magma	2010
Corinthians, eterna paixão	Marco Piovan e Newton César	São Paulo: Magma Cultural	2012
Centenário 1910-2010	Fred Rossi	São Paulo: Anotações com Arte	2010

Os 75 anos de glória do maior clube do Brasil	Sport Club Corinthians Paulista	São Paulo: Referência	1985
Bíblia do Corintiano: livro e documentos históricos de um centenário de conquistas	Celso Unzelte	São Paulo: Panda Books	2010
Almanaque do Corinthians	Celso Unzelte	São Paulo: Placar-Abril	2005
Almanaque do Timão	Celso Unzelte	São Paulo: Placar-Abril	2000

Fonte: Elaboração da autora a partir de D'Angelo e Takara (2019).

O Quadro 3, tal como os apontamentos feitos por D'Angelo e Takara (2019) acerca dos clássicos a respeito dos clubes de futebol, foram basilares para a definição dos objetos que compõem o corpus da presente pesquisa. Buscou-se incluir na análise livros licenciados e não-licenciados pelo clube, além de produções próprias da instituição. Nesta última categoria apenas duas obras foram identificadas, e o livro *Os 75 anos de glória do maior clube do Brasil*, de 1985, não foi encontrado para consulta. Desse modo, apesar do objetivo de se examinar publicações de diferentes períodos, o livro *Nação Corinthians* foi incluído no corpus, ainda que consista em uma obra da mesma época que a *Bíblia do Corintiano*, de Celso Unzelte.

Piazzzi (2018) afirma que a publicação de um livro pode ser considerada como uma ação de marketing esportivo, já que manifesta uma ideia de expansão da marca do clube. Para a autora, o trabalho de licenciamento por detrás da obra a fim garantir sua qualidade e o vínculo oficial com a marca, também indica uma ação de marketing. O torcedor, enquanto consumidor, deseja adquirir produtos e serviços relacionados ao seu time do coração, e com o objetivo de gerar receitas para além das fontes tradicionais, os clubes tem ofertado uma série de opções a este torcedor-consumidor.

Ao comprar um produto oficial, licenciado pelo time para o qual torce, o torcedor o experiencia enquanto um bem simbólico. Em decorrência do forte envolvimento pessoal e emocional com a instituição, tais produtos são dotados de significados e acabam por transmitir a mitologia do clube. Desse modo, as bandeiras, camisas, entre outros artefatos, adquirem um forte componente simbólico, sendo por vezes colocados como objetos sagrados. Além de simbolizar apoio ao time e integrar o indivíduo a um coletivo, aquele produto acaba por sacralizar o elo de ligação entre o torcedor e o clube.

Tal perspectiva nem sempre abrange os livros, o que pode encontrar explicação no desinteresse pela leitura de modo geral, e também pela leitura acerca do futebol. Entretanto, já é possível observar nos dias atuais um investimento por parte das

instituições esportivas para que estas publicações sejam consumidas como um bem simbólico. Ao dotar as mercadorias de sentido – dentre elas, os livros -, os clubes as transformam em mediadores simbólicos da relação torcedor/consumidor-clube. Assim, cada vez mais, obras bem produzidas tem sido lançadas.

Faz-se necessário ressaltar contudo, que na maioria das vezes estes livros são comercializados a preços elevados, destinados portanto a um público específico dentro do público amplo da torcida. A *Bíblia do Corintiano*, de Celso Unzelte; e principalmente o *Nação Corinthians*, duas obras analisadas pelo presente estudo, ilustram esta conjuntura. O primeiro chegou a ser comercializado por até R\$ 460,00; e o segundo com valor de até R\$ 15 mil. No livro produzido pelo Corinthians, além do cuidado com a qualidade do material, é possível observar uma preocupação com a inclusão da visão do torcedor. A obra traz declarações não só de corinthianos ilustres, mas também de torcedores comuns, o que desperta o sentido de pertencimento. No entanto, a aquisição do livro é no mínimo inviável à maior parte da Fiel Torcida.

Obras desse tipo costumam ser destinadas a colecionadores, possuindo um baixo número de tiragem. Além do alto valor, a preterição dos torcedores pelos livros, verificada por Piazzzi (2015), também pode justificar a não disponibilização destes produtos em número grandioso. É de total pertinência, novamente, frisar que não se objetivou realizar aqui a historiografia dos livros de futebol, mas sim expor de forma resumida o seu curso histórico. E a fim de alcançar os objetivos propostos pelo presente trabalho, o tópico seguinte discute o potencial dos livros como mediadores simbólicos.

3.4 Os livros como mediadores na produção de sentido

A presente pesquisa assume o futebol enquanto traço identitário da cultura brasileira (HELAL, 2011; GUEDES, 1998; MARQUES, 2011). E tendo em conta o ludopédio constituído como ponto de unificação social e disseminador de afetos e comportamentos, recorre-se à ideia de mediação a fim de pensar a produção de sentidos em torno das construções simbólicas edificadas ao longo da trajetória do Sport Club Corinthians Paulista.

Para Santi (2017) os resultados da análise de um fenômeno comunicacional obtidos a partir das teorias da mediação e da midiaticização podem não ser suficientes para compreender todas as nuances do objeto, quando aplicadas isoladamente. Desse modo, após abordar o futebol integrado a uma sociedade midiaticizada, busca-se analisa-lo

vinculado às dinâmicas das mediações, que incorporam e, ao mesmo tempo, extrapolam a lógica midiática.

Ao abordar o conceito de mediações, torna-se imprescindível discutir as ideias de Jesus Martín-Barbero. Como indica o título, ‘Dos meios às mediações’, Martín-Barbero (1997) buscou em seu primeiro trabalho a passagem do objeto de pesquisa das mídias para sua interação com o sujeito e os meios de comunicação. Como explica o autor, no que concerne à metodologia, trata-se de partir das mediações “em vez de fazer a pesquisa a partir da análise das lógicas de produção e recepção, para depois procurar suas relações de imbricação ou enfrentamento” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 304).

Desse modo, comunicação e cultura passam a ser vistas como atividades paralelas, e o foco - antes na produção -, desloca-se para a recepção. Com esse viés culturalista, a concepção de Martín-Barbero (1997) compreende produtores, produtos e receptores, regidos pela mediação, possibilitando inferir os deslocamentos de significados entre estas instâncias distintas. Em conformidade com o exposto, Orozco Gómez (2001) coloca as mediações como um processo estruturante que resulta na criação de um sentido. Para este autor, a mediação “configura e orienta a interação das audiências [...] cujo resultado é a entrega de sentido, por parte destas, aos referentes midiáticos com os quais interagem” (OROZCO GÓMEZ, 2001, p. 23).

Ao discorrer a respeito da televidência, Orozco Gómez (2001) afirma que a televisão pode exercer uma mediação nas ações e gestos das audiências, “criando estereótipos ou privilegiando modelos que são predominantes em outros contextos, lugares e culturas ou, simplesmente, promovendo a importância de alguns padrões e a exclusão de outros, legitimando-os e naturalizando-os” (p. 42). Essa visão pode também ser ampliada para os demais meios de comunicação. De uma maneira geral, a mídia oportuniza normas de comportamento, revitaliza estereótipos e até mesmo introduz novos.

Em estudo posterior, Martín-Barbero (2004) propõe uma reformulação, pensando o mapa das mediações agora com o deslocamento ‘das mediações aos meios’. No entanto, esta reorganização não consiste na simples inversão da ordem da primeira proposição, mas sim em reestabelecer o protagonismo da comunicação nas relações sociais e culturais da contemporaneidade. Para tal, Martín-Barbero (2004) adota a designação ‘mediações comunicativas da cultura’, propondo um novo mapa das mediações, “que dê conta da complexidade nas relações constitutivas da comunicação na cultura” (p. 229).

Martín-Barbero (2004) busca, portanto, refletir acerca da nova trama comunicativa da cultura, se referindo não apenas aos produtos culturais, mas à sociedade como um todo. A essa altura é possível traçar um paralelo entre os conceitos de mediação e midiaticização. Conforme exposto no tópico 2.3 da presente pesquisa¹⁴, é preciso pensar a midiaticização como uma condição cultural e social, considerando não apenas a proliferação dos meios de comunicação, mas principalmente a influência da lógica e do formato dos meios sob as esferas sociais.

Desse modo, podemos considerar a midiaticização como um processo comunicacional produtor de sentido; enquanto a mediação se traduz como algo capaz de afetar de determinada maneira a forma como representamos o mundo. Observa-se assim que os constructos não são conflitantes, preconizando acepções muito próximas. Nesse âmbito, as ‘mediações comunicativas da cultura’ podem ser compreendidas como midiaticização da cultura.

Outro autor que aborda a temática é Strömbäck (2008), vinculando a mediação a uma fase primária do processo de midiaticização. Para o autor, essa fase inicial acontecerá sempre que os meios de comunicação de massa consistirem na fonte principal de uma determinada configuração social. Neste momento a vida social se torna mediada, e a realidade mediada passa a ser mais importante que a realidade presente. Abordando os conceitos na perspectiva germânica, Bastos (2012) alerta para a necessidade de não se confundir os termos.

Para a perspectiva germanófono dedicada ao programa da midiaticização, é preciso não confundir a midiaticização com o fenômeno ordinário da mediação. A midiaticização seria, em uma palavra, uma perspectiva de longa-duração sobre os efeitos cumulativos dos *media*. Inclusive os efeitos da mediação, dos *media* e do *médium* (BASTOS, 2012, p. 74).

Ainda de acordo com Bastos (2012), a mediação pode ser observada nas negociações de sentido que permeiam o consumo de produtos midiáticos. Destarte, “a telenovela não aconteceria no significado textual do roteiro filmado, mas na circulação social de boatos e comentários, no bate-papo diário entre vizinhos” (p. 64). Apesar de referir-se à comunicação audiovisual, a visão de Bastos (2012) nos permite ampliar sua perspectiva para o âmbito geral da comunicação, possibilitando afirmar que mais do que a esfera descritiva, é fundamental examinar a dimensão interpretativa dos produtos midiáticos no contexto da recepção, composto por uma gama diversificada de mediações.

¹⁴ Ver página 41.

Esse ponto de vista é convergente às ideias de Martín-Barbero (2004), o que nos permite afirmar que o estudo dos processos comunicacionais deve ir além da análise da dimensão técnica dos meios de comunicação, estendendo-se à interpretação das mediações, tanto comunicacionais quanto socioculturais. Por esta razão, a presente pesquisa buscou focalizar o processo de mediação no estudo dos processos de produção de sentidos, que resultam na edificação de construções simbólicas em torno de um clube de futebol, sem desconsiderar as apropriações vivenciadas pelos receptores.

Recorre-se novamente a Martín-Barbero (2004) que destaca que a relação entre as matrizes culturais e a lógica da produção é mediada por diferentes regimes de institucionalidade, enquanto a relação entre as matrizes culturais e as competências da recepção é mediada por várias formas de socialidade. Assim, entre a lógica da produção e os formatos industriais medeia a tecnicidade, e entre os formatos e as competências da recepção medeia a ritualidade. O autor complementa afirmando que

a socialidade, gerada na trama de relações cotidianas que regem os homens ao juntarem-se, é por sua vez lugar de ancoragem da práxis comunicativa e resulta dos modos e usos coletivos de comunicação, isto é de interpelação/constituição dos atores sociais e de suas relações (hegemonia/contra-hegemonia) com o poder (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 5).

A mídia constitui-se portanto como um componente estruturante da vida social, intervindo no próprio modo de organização da vida em sociedade, uma sociedade, como vimos, mediada. À vista disso, um primeiro ponto foi trabalhar o conceito de mediação e sua aplicação ao campo futebolístico. Posteriormente buscou-se discutir tal conceito articulado com a noção de mediações, para então abordar os aspectos nos quais o futebol se dá por mediado.

É premente ressaltar que a mediação do futebol não ocorre dissociada do universo simbólico das mediações do receptor, neste caso o torcedor. Este vivencia a experiência futebolística mediada dotado de um repertório de expectativas, práticas e símbolos em relação ao futebol. Assim, tal como a mediação, a mediação também consiste em um viés por meio do qual o ludopédio pode ser compreendido. O futebol mediado coloca então este esporte como manifestação cultural, edificadora da noção de pertencimento e formação de grupos.

Neste contexto, Martín-Barbero (1997) destaca que

o valor do popular não reside em sua autenticidade ou em sua beleza, mas sim em sua representatividade sociocultural, em sua capacidade de

materializar e de expressar o modo de viver e pensar das classes subalternas, as formas como sobrevivem e as estratégias através das quais filtram, reorganizam o que vem da cultura hegemônica, e o integram e fundem com o que vem de sua memória histórica (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 15).

O processo de midiaticização do futebol brasileiro converteu este esporte em um espetáculo, transformando-o ainda em um produto midiático com intensa ligação com o consumo, tanto material quanto imaterial. O chamado futebol moderno. Na outra ponta observa-se o universo das mediações, um espaço existente a partir da perspectiva da experiência do sujeito, o espaço de produção de sentido. Desta dinâmica surge um exemplo do futebol mediado e do valor do popular frisado por Martín-Barbero (1997), a luta contra o futebol moderno.

Torcedores de diversos clubes tem se mobilizado em campanhas como ‘Ódio ao Futebol Moderno’ e ‘Morte ao Futebol Moderno’, como uma forma de resistência buscando manter ou recuperar as tradições que vem sendo apagadas por essa nova conjuntura na qual se enquadra o futebol. Ser contra o futebol moderno é questionar as estruturas que excluem os mais pobres, a midiaticização deste esporte e a sua constituição como produto, transfigurando o torcedor em consumidor. O movimento questiona a presença cada vez maior do consumidor dentro dos estádios enquanto o torcedor fica do lado de fora.

Constata-se assim que a experimentação do futebol midiaticizado não é possível sem a experiência das mediações existentes na produção de sentidos por parte do torcedor, visto como receptor de uma mensagem à qual atribuirá significados. É preciso considerar a dimensão simbólica do futebol, composto por símbolos que transcendem os aspectos da razão, atribuindo a objetos e palavras um significado diferente daquele costumeiro. Do mesmo modo, faz-se necessário ressaltar a apropriação destes símbolos pela lógica midiática.

Nesse ponto recorre-se novamente a Martín-Barbero (2004), que operacionaliza as mediações por meio de mapas. Em seu segundo mapa das mediações, este autor outorga à comunicação um papel mais decisivo e vincula a articulação entre produtores, mídia, mensagens, receptores e cultura, como ilustra a figura a seguir. Desse modo, a mediação deve ser compreendida como o processo estruturante que caracteriza as lógicas de produção e recepção dos fenômenos comunicacionais.

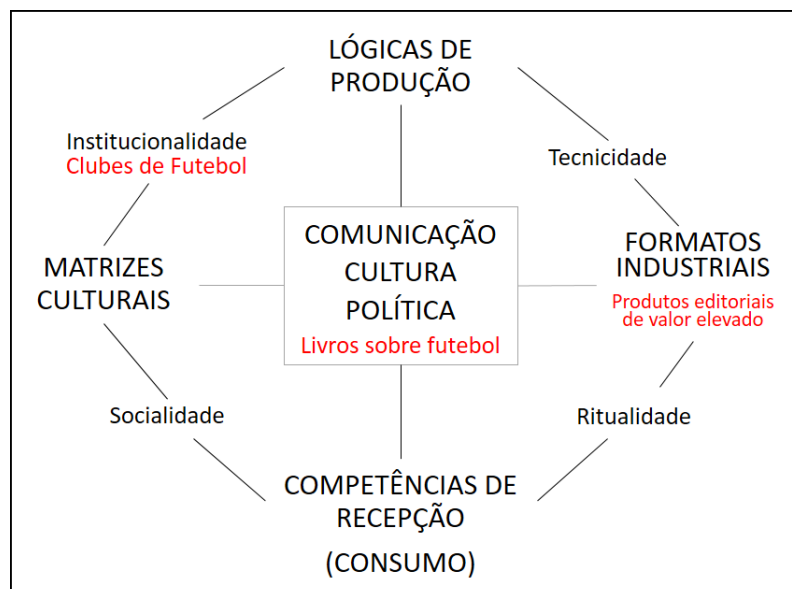
Figura 6 – Segundo mapa metodológico das mediações



Fonte: Martín-Barbero (2004).

Tendo o segundo mapa das mediações de Martín-Barbero (2004) como base, procuramos trazer o corpus da presente pesquisa para o enfoque assumindo o livro como um produto midiático, mediador de construções simbólicas. Segundo o autor, a mediação requer reflexionar ao mesmo tempo o espaço da produção e o tempo do consumo, associados pelo cotidiano e pela especificidade discursiva das mídias envolvidas. Assim, procedemos à seguinte adaptação.

Figura 7 – Adaptação do mapa das mediações ao propósito da pesquisa



Fonte: Elaboração da autora com base em Martín-Barbero (2004).

Com a midiaticização o torcedor não se vincula mais apenas ao futebol enquanto atividade esportiva, mas sim a toda uma produção midiática, simbólica, trabalhada no

âmbito da mídia e das instituições esportivas, responsáveis por disponibilizar aos torcedores produtos específicos para o consumo. O mesmo pode ser dito a respeito da relação do torcedor com o seu clube do coração. Os produtos editoriais integrantes do corpus da presente pesquisa exemplificam tal ensejo.

Por fim, faz-se importante reafirmar que o livro não tem sido objeto de muitas pesquisas no campo da comunicação, talvez por não ser, na maioria das vezes, entendido como um produto midiático, recriado pela indústria cultural. O termo cunhado por Adorno e Horkheimer (1990) consiste não apenas na criação de novos produtos, mas também na concepção de novas linguagens, novas percepções e novos usos dos produtos antigos. E o livro pode ser citado como um exemplo destas transformações.

Além das mudanças pelas quais passou até chegar ao formato como conhecemos nos dias atuais, novas tecnologias e novos suportes tem surgido nas últimas décadas para o consumo do livro. O Kindle é uma destas opções. Tal dispositivo, “prático e de fácil manuseio”, consiste em um *e-reader* ou leitor digital onde se pode armazenar diversos livros e acessá-los quando e onde quiser, sem ter que “se preocupar com o peso dos livros físicos”¹⁵.

Ademais ao abordar a indústria cultural, Adorno e Horkheimer (1990) analisaram os livros explicitando a preocupação com a padronização e a produção em série. Diante do exposto, assumimos o livro não apenas como produto, mas também como suporte midiático, que possibilita diversas estratégias de propagação da sua narrativa, como exemplifica a caixa comemorativa e o *collectors book*, produtos editoriais integrantes do corpus da presente pesquisa.

O presente capítulo evidenciou a importância do futebol na escrita, mostrando a necessidade de se produzir livros com parâmetros para orientar os principiantes na prática do esporte, bem como para a unificação das regras e o registro histórico do ludopédio. Reitera-se a necessidade de estudos historiográficos e documentais mais profundos para resgate e memória dessas obras. Além dos meios de comunicação como o rádio e a televisão, os impressos também possuem papel de destaque na ideia de construção de identidades, sendo responsáveis pela difusão da brasilidade do futebol praticado no País.

Após compreender o papel do livro como mediador, faz-se necessário discorrer acerca do simbólico em torno do futebol, a fim de discutir as construções simbólicas em

¹⁵ Informações obtidas no site da fabricante Amazon (<https://www.amazon.com.br/dispositivos-kindle/b?ie=UTF8&node=5475881011>). Acesso em: 01 dez. 2023.

torno do Sport Club Corinthians Paulista. Com este propósito, o capítulo seguinte aborda os constructos do universo simbólico.

CAPITULO 4 - SEGUNDO TEMPO: O UNIVERSO SIMBÓLICO

Ao realizar um estudo acerca das questões simbólicas que orientam a atividade futebolística é preciso atentar-se às generalidades para que o trabalho não resulte em análises influenciadas por vínculos emocionais, nacionalismos e lugares-comuns, que via de regra se fazem presente nas pesquisas sobre futebol. Faz-se necessário partir de uma leitura cultural e/ou política deste esporte para além das dicotomias simplistas de ‘País do Futebol’ e ‘Pátria de Chuteiras’; ou ‘ópio do povo’ e ‘instrumento de manipulação’.

De forma contrária a essas propostas, é premente analisar as manifestações afetivas em torno do esporte mais popular do País, problematizando-se não apenas a razão, mas também a subjetividade dos sentimentos e das emoções. Deve-se procurar demonstrar que o capital futebolístico ativo na atualidade faz as vezes de ‘moeda simbólica’ para as instituições envolvidas com a sua prática, que usufruem do seu capital simbólico a fim de obter vantagens de ordens variadas.

Assim, procurar-se-á no presente capítulo definir os conceitos fulcrais da pesquisa. Para tanto, inicia-se a discussão a partir das definições de imaginário e simbólico; abordando o torcedor *symbolicum*; posteriormente conceitua-se mitos, símbolos e signos, tratando de sua importância para a compreensão dos fatos históricos, para então versar acerca do simbólico no futebol.

Para Hobsbawm (2022), o esporte combinava dois elementos da invenção da tradição: o político e o social. Havia por um lado a tentativa de se formar uma elite dominante, associada a elementos conservadores; e por outro uma tentativa mais espontânea de traçar linhas de classe que isolassem as massas, em especial “pela ênfase sistemática no amadorismo como critério do esporte de classe média e alta” (p. 373). Ademais, tanto o esporte das massas quanto o da classe dominante uniam a invenção de tradições sociais e políticas através da construção de um meio de identificação nacional e comunidade artificial.

Desse modo, a fim de verificar se o Sport Club Corinthians Paulista reproduz determinadas formas recorrentes de construção da sua identidade, estabelecidas simbolicamente, descreve-se, de forma breve, a história do clube paulista. E por fim, discute-se a invenção das tradições em torno da trajetória da equipe alvinegra.

4.1 Imaginário e torcedor *symbolicum*

O clube de futebol pode ser considerado como uma instituição que oferece aos indivíduos recursos materiais e simbólicos. Desse modo, magia e superstição são elementos presentes na prática do torcer. A camisa da sorte, o ritual repetido antes de cada partida decisiva, os objetos que ganham uma conotação sagrada, são recursos que integram a vivência do torcedor. E ao possuírem um envolvimento pessoal e emocional com o time escolhido, os torcedores transmitem a mitologia desse clube através de rituais que geram implicações na identidade da família e na lealdade à organização desportiva.

Tal circunstância pode encontrar explicação na teoria da cultura de Cassirer (1977). Para este autor, ao contrário dos outros animais, o homem não vive apenas numa realidade mais vasta, mas sim em uma nova dimensão da realidade. Entre o sistema receptor e o sistema de reação, presentes em todas as espécies animais, haveria no homem um terceiro elo, descrito por Cassirer (1977) como o sistema simbólico. “Em suma, podemos dizer que o animal possui uma imaginação e uma inteligência práticas, ao passo que só o homem criou uma forma nova: uma imaginação e uma inteligência simbólicas” (p. 62).

Por superar o determinismo da vida biológica e natural, propondo um universo simbólico, Cassirer (1977) afirma que em lugar de definir o homem como um *animal rationale*, ele deveria ser definido como um *animal symbolicum*. Assim, segundo o autor, razão se torna um termo inadequado para abranger as formas da vida cultural do homem em toda sua riqueza e variedade, pois todas estas formas são simbólicas.

O homem [...] já não vive um universo puramente físico, mas num universo simbólico. A linguagem, o mito, a arte e a religião são partes deste universo. São os vários fios que tecem a rede simbólica, a teia emaranhada da experiência humana. [...] A realidade física parece retroceder proporcionalmente, à medida que avança a atividade simbólica do homem (CASSIRER, 1977, p. 50).

Desse modo, vivemos em um mundo simbólico mediado pela linguagem, pelo mito, pela religião, pela arte e pela ciência, que Cassirer (1977) define como formas simbólicas que estruturam funcionalmente a experiência humana como “[...] caminhos que conduzem à visão objetiva das coisas e da vida humana” (CASSIRER, 1977, p. 227). Ainda segundo este autor, para a filosofia das formas simbólicas, os animais tem sinais, enquanto os homens produzem símbolos.

Nos dizeres cassirerianos, toda a relação do indivíduo com a realidade é mediada pelas formas simbólicas consistindo não como um ato impensado ou como uma reação

inerente à sua essência, mas sim como um conhecimento pensado e vivido. Portanto, a função simbólica da mente humana é uma ação concreta onde as formas simbólicas cumprem a função de moldar o real. A linguagem, o mito, a religião, as artes e a ciência não devem ser interpretadas como um obstáculo, mas sim como uma condição que possibilita a relação do homem com o mundo, agindo na conformação da realidade de modo específico em sua própria esfera de ação.

Desse modo, podemos inferir que a realidade é representação e significado, consistindo a linguagem na melhor forma de se evidenciar esse pressuposto. Para Cassirer (1977), a linguagem configura-se como uma determinada direção fundamental de nossa ação espiritual, uma totalidade de atos psíquico-espirituais que revela um novo aspecto da realidade das coisas. É por meio da linguagem que as demais classes de formas – o mito, a religião e a arte-, são despertadas para novas perspectivas concebidas dentro de seu próprio contexto de ação, assegurando sua principal função que é simbólica.

Castoriadis (1982) corrobora tal conjectura ao afirmar que encontramos o primeiro simbólico na linguagem, sendo esta o elo de ligação entre os seres humanos. Para o filósofo, o simbolismo não tem neutralidade uma vez que o indivíduo defronta-se com uma linguagem já constituída. A linguagem efetua portanto, a passagem da percepção sensível do mundo no âmbito individual para o sentido das representações e de sua universalidade indispensável. Através da mediação simbólica, que vincula sujeito e objeto, se produz o conhecimento do mundo.

Isto posto, assegura-se que toda a relação do homem com o mundo ocorre no âmbito das formas simbólicas. E a união dos significados instituídos por esta relação simbólica irrompe as culturas. Neste contexto, Cassirer (1977) ressalta que sem o simbolismo o homem não encontraria acesso ao mundo ideal, que lhe revela de todos os lados, a religião, a arte, a filosofia, a ciência. Assim, ficaria preso dentro dos limites de suas necessidades biológicas e de seus interesses práticos. Este autor complementa afirmando que

o homem [...] Envolveu-se por tal maneira em formas linguísticas, em imagens artísticas, em símbolos míticos ou ritos religiosos, que não pode ver nem conhecer coisa alguma senão pela interposição desse meio artificial. [...] Vive antes no meio de emoções imaginárias, entre esperanças e temores, ilusões e desilusões, em seus sonhos e fantasias (CASSIRER, 1977, p. 50).

As formas simbólicas exprimem os diversos modos por meio dos quais o indivíduo vivencia e significa simbolicamente o mundo. A realidade não está dada a

priori, é algo que requer ser pensado, explicado, representado. E é baseado nos conhecimentos simbólicos que o homem atribui sentido ao mundo concreto. Nesta perspectiva é o sujeito que conforma o mundo, e não é conformado por ele. Esse processo, operacionalizado por meio das formas simbólicas, revela uma autonomia do homem.

Essa associação filosófica estimula o entendimento das formas simbólicas como um todo orgânico, sobrepostas umas às outras, mutáveis, e não como criações isoladas. Elas possuem o mesmo nível de concretização da realidade, sendo a sua funcionalidade o elo que as torna um todo. No entanto, considerando as suas particularidades, elas permitem um entendimento diverso da realidade amparado em diferentes contextos históricos.

Para Cassirer (1997),

é evidente que todo símbolo – um edifício, uma obra de arte, um rito religioso – tem seu lado material. O mundo humano não é uma entidade separada nem uma realidade que só depende de si mesma. O homem vive num meio físico, que exerce constante influência sobre ele e imprime sua marca em todas as formas de sua vida. Para podermos compreender suas criações – seu “universo simbólico” – precisamos ter sempre em mente esta influência (CASSIRER, 1977, p. 316).

Em contrapartida, monumentos e documentos não constituem-se simplesmente em coisas físicas, devendo ser lidos como símbolos. Tal premissa é clara no âmbito do futebol. Além da camisa do clube do coração, quaisquer objetos que possuam o distintivo da agremiação podem assumir uma conotação simbólica - copos, acessórios, vestimentas, calçados, alimentos, etc – tornam-se bens simbólicos. Equitativamente, o estádio, a sede, ou mesmo o local de fundação do clube revertem-se em locais sagrados, compondo – nos dizeres de Cassirer (1977) o universo simbólico do torcedor.

Na visão de Castoriadis (1982), esse universo não é uno nem totalmente autônomo, já que é atravessado por contradições de toda a ordem, essencialmente as que provem da luta de classes. Não obstante, há uma disposição integral para o simbólico e para algumas de suas configurações estruturais como, por exemplo, o mito do herói, amplamente abordado e mediatizado na composição da prática dos jogadores de futebol. Na proposição deste autor, o simbólico alinha-se com o imaginário.

Destarte, Castoriadis (1982) defende a influência decisiva do imaginário sobre o simbólico, ao considerar que o simbolismo supõe a capacidade de estabelecer um vínculo permanente entre dois termos, de maneira que um representa o outro. Logo, o simbólico está ligado ao imaginário e a representação, onde traços identitários alinham-se ao pensar

/agir da coletividade. “O imaginário deve utilizar o simbólico, não somente para exprimir-se, o que é obvio, mas para existir, para passar do virtual a qualquer coisa mais” (CASTORIADIS, 1982, p. 154).

Portanto, a relação entre estas instâncias aparece como um entrelaçamento onde um deve fazer uso do outro para ter existência. Castoriadis (1982) ressalta ainda que o imaginário “é criação incessante e essencialmente indeterminada (social-histórica e psíquica) de figuras/ formas/imagens, a partir das quais somente é possível falar-se de ‘alguma coisa’. Aquilo que denominamos ‘realidade’ e ‘racionalidade’ são seus produtos” (CASTORIADIS, 1982, p. 13). Desse modo, a realidade é resultado da imaginação simbólica, e dos atos reais – sejam eles individuais ou coletivos –, bem como os produtos materiais sem os quais nenhuma sociedade conseguiria viver.

Na concepção de Castoriadis (1982), o imaginário da sociedade consiste em um elemento que orienta a funcionalidade dos sistemas institucionais e determina as conexões das redes simbólicas. O imaginário é portanto, composto pelas imagens e representações, bem como pelos objetos que as veiculam; e sua mediação com a realidade é proporcionada pela combinação destes elementos. As imagens e as representações possibilitam a mediação entre o racional e o sensível, entre a imaginação e a razão. Logo, antes de se estabelecer como expressão ontológica do real, a realidade é resultado da imaginação simbólica.

Nesse âmbito, Machado (2006) destaca as formações imaginárias como resultantes de processos discursivos. Tem-se desse modo, a presença das representações imaginárias no discurso, onde o sujeito determina relações de força, bem como suas relações com os lugares que ocupa na formação social. Assim, “tais formações se constituem como mecanismos do funcionamento discursivo” (MACHADO, 2006, p. 15). Nesta conjuntura, os textos – e demais configurações simbólicas, tornam-se unidades culturais que codificam diretrizes de comportamento.

Ao examinarmos tais unidades podemos identificar os valores e símbolos que possuem significado em uma determinada cultura. Os livros a respeito da história do Sport Club Corinthians Paulista, bem como toda a comunicação realizada pelo clube, podem ser considerados como integrantes destas unidades culturais, nos possibilitando conhecer seus símbolos e valores. Neste caso, o simbólico alinha-se diretamente à forma de representação social.

Castoriadis (1982) constata:

“tudo o que se nos apresenta, no mundo social-histórico, está indissociavelmente entrelaçado com o simbólico (...) Encontramos primeiro o simbólico, é claro, na linguagem. Mas encontramos igualmente, num outro grau e de uma outra maneira, nas instituições. As instituições não se reduzem ao simbólico, mas elas só podem existir no simbólico” (Castoriadis, 1982, p. 142).

Ainda segundo Castoriadis (1982), o símbolo promove a comunicação entre os homens, tanto por meio de linguagens artísticas e ritualísticas, quanto recorrendo a intervenções que fazem uso da força e da violência. A eficácia do simbólico reside em tornar a instituição possível. “A instituição é uma rede simbólica, socialmente sancionada, onde se combinam em proporções e em relações variáveis um componente funcional e um componente imaginário” (Castoriadis, 1982, p. 159).

Ao abordar a temática, Machado (2006) destaca que o mundo social-histórico está indissociavelmente entrelaçado com o simbólico. Assim, os atos praticados – individual ou coletivamente -, bem como os objetos materiais, apesar de não consistirem em símbolos, não são possíveis fora da rede simbólica. O fato de uma sociedade ser de determinada forma e não de outra, vertendo-se em específica, só é possível em decorrência das relações entre sujeitos mediatizados pela rede simbólica.

Bourdieu (1989) por sua vez, ao versar sobre a questão, se define como um ‘construtivista-estruturalista’, na medida em que considera que exista, “dentro do mundo social, e não somente nos sistemas simbólicos como linguagem, mito, etc., estruturas objetivas, independentemente da consciência e da vontade dos agentes, que são capazes de orientar ou coibir suas práticas e representações” (p. 156).

Recorre-se novamente a Castoriadis (1982) para quem,

realidade, linguagem, valores, necessidades, trabalho de cada sociedade, especificam cada vez, em seu modo de ser particular, a organização do mundo e do mundo social referida às significações imaginárias sociais instituídas pela sociedade considerada. São também essas significações que se presentificam – figuram na articulação interna da sociedade – [...] na instituição e de setores específicos do fazer e das atividades sociais. Faz parte daqui igualmente o modo pelo qual a sociedade se refere a si mesma e se refere a seu próprio passado, presente e por-vir; o modo de ser das outras sociedades para ela. (CASTORIADIS, 1982, p. 416).

Em consonância com essa visão, Machado (2006) afirma que todo simbolismo se alicerça nas ruínas dos edifícios simbólicos precedentes, empregando seus materiais, mesmo que apenas para preencher as fundações de novos templos. “Assim, é possível entender como os edifícios simbólicos precedentes atravessam, servem como base para a

construção de ‘novos’ templos. O ‘novo’ se edifica nas bases antigas. É o resgate histórico na construção de ‘novos’ saberes” (MACHADO, 2006, p. 12).

Tal fato encontra ilustrações na construção da história do Sport Club Corinthians Paulista. Baseados em viradas de placar heroicas, e no período de jejum que durou quase 23 anos, colocam-se as dificuldades como integrante, e parte indissociável, da história do clube. Um episódio claro desta prática foi o tratamento dado à campanha do time alvinegro na Libertadores de 2012, comparando a espera pelo título com a espera pelo fim do jejum em 1977, bem como destacando o sofrimento das partidas definidas no detalhe.

Por fim, Cassirer (1977) ressalta que nas formas simbólicas – na linguagem, na religião, na arte e na ciência –, “o homem não pode fazer mais que construir seu próprio universo – um universo simbólico, que lhe permite compreender e interpretar, articular e organizar, sintetizar e universalizar sua experiência humana” (p. 345).

Na medida em que o mundo dos fatos por vezes nos escapa, torna-se necessária uma mediação. Esse processo é eminentemente simbólico, o que ocasiona um mundo de símbolos. São os conceitos simbólicos que acabam fazendo sentido aos indivíduos. Em decorrência da simbolização é que escolhemos um objeto em detrimento de outro, escolhendo assim as significações específicas que ele carrega.

Compreende-se assim que a próspera trajetória do Corinthians, que superou o preconceito num contexto no qual o futebol era praticado apenas pela elite, que viu a sua torcida crescer durante o período de jejum de títulos; está implicada com o seu universo simbólico, que produz vínculos de pertencimento para com o seu torcedor por meio de suas representações fundadoras. Nesse sentido, símbolos como os escudos e os ícones de identificação, como por exemplo o santo protetor São Jorge; propiciam o desenvolvimento da identidade corinthiana.

O tópico seguinte aborda portanto, os conceitos de mito, símbolos e signos, tão difundidos no contexto futebolístico.

4.2 Símbolos, signos e mitos na compreensão dos fatos históricos

É comum que as crianças queiram ouvir uma história antes de dormir. No entanto, a sua necessidade não reside propriamente na história, mas sim no ato de ouvi-la contada pelos pais, o que propicia segurança e conforto. Ao tornarmos adultos continuamos a necessitar do sentido que nos é conferido pela estrutura das histórias. É uma necessidade

básica do homem que as coisas signifiquem, que sejam compostas de significado a fim de que transmitam mensagens.

E os símbolos podem ser considerados como veículos de significados, uma vez que portam ideias, valores e emoções. Ao analisar os símbolos, Cassirer (1977) afirma que,

no sentido próprio do termo – não podem ser reduzidos a sinais. Sinais e símbolos pertencem a duas esferas diferentes da expressão das ideias: o sinal é uma parte do mundo físico do ser; o símbolo é uma parte do mundo humano do sentido. Os sinais são “operadores”; os símbolos são “designadores” (p. 60).

Segundo Cassirer (1977), o símbolo não possui existência real como parte do mundo físico, e sim um ‘significado’; não é apenas universal, porém extremamente variável; não se caracteriza pela uniformidade, mas pela versatilidade. Não é rígido nem inflexível, é móvel, considerado portanto, como se fosse dotado de poderes mágicos. Ao examinar os símbolos vinculados às religiões, Cassirer (1994) comprova este ponto e declara que eles mudam constantemente de acordo com as características de cada religião, contudo a sua existência enquanto atividade simbólica permanece como característica universal e essencial.

O mesmo pode ser dito para os clubes de futebol. Os símbolos se alteram entre as agremiações esportivas, entretanto, a sua constituição como práxis simbólica se mantém, bem como a sua existência enquanto algo dotado de poderes mágicos. Um exemplo é a fonte de São Jorge localizada na sede do Corinthians. Acredita-se que quem bebe da água da fonte se torna corinthiano para sempre. Neste caso, a água milagrosa é instituída como um símbolo que possui poderes mágicos advindos de um dos ícones de identificação do clube, o seu santo padroeiro. Unzelte (2010), em uma das obras que integram o corpus de pesquisa do presente estudo, destaca o misticismo em torno do local.

Nas dependências do Parque São Jorge existe uma bica d’água cujo fio jamais secou, mesmo nas épocas de forte estiagem. [...] O imaginário corinthiano, no entanto, criou uma lenda segundo a qual essa água teria o poder mágico de transformar todos que dela bebem em corinthianos para sempre. E vai mais longe: muitos jogadores que teriam chegado ao clube desprestigiados só se tornaram grandes ídolos da Fiel depois de bebê-la. Esses seriam os casos de Cláudio, Gilmar, Carbone, Sócrates e Neto (UNZELTE, 2010, p. 121).

No sistema cassireriano, o símbolo é a manifestação da vida humana em sua totalidade. Em lugar de dizer que o intelecto humano é um intelecto que necessita de imagens, deveríamos portanto, dizer que ele requer símbolos. “Em sua essência, o

conhecimento humano é simbólico – traço que caracteriza, ao mesmo tempo, sua força e limitações (CASSIRER, 1977, p. 98).

Outro autor que discorre acerca da temática é Durand (2012), para quem o símbolo não é do domínio da semiologia, mas de uma semântica especial, uma vez que possui algo mais que um sentido artificialmente dado e detém um essencial e espontâneo poder de repercussão. Em consonância com os pensamentos de Cassirer (1977), o antropólogo considera que os símbolos, bem como os signos, são organizados pelo esquema do movimento. “É o dinamismo das imagens, o ‘sentido’ figurado que importa, portanto, antes de tudo para a decifração não só dos símbolos, como também de certos signos sobrecarregados de semantismo e do sentido próprio dos conceitos” (DURAND, 2012, p. 135).

Nessa conjuntura, Campos et. al (2018, p. 471) ressaltam que a identidade de uma pessoa e de uma marca pode ser percebida através de linguagens e da manipulação de signos, e em se tratando especificamente das marcas, “esses signos podem ser considerados estímulos que impulsionam pensamentos nos indivíduos”. Desse modo, o sujeito pode vir a se aproximar da marca, encontrando nela sentido e identificação. A ideia de que a trajetória do Sport Club Corinthians Paulista forjou-se nas dificuldades consiste em um exemplo. Os signos que ilustram as adversidades e provações em torno da história do clube construíram a mística corinthiana da superação.

Por conseguinte, o clube proporciona sentido e identificação ao seu torcedor mais humilde, constituindo-se como um espelho do ‘povo corinthiano’. Tal fato fica claro nos dizeres de Diaféria (1992):

Como se pode observar e deduzir desses antigos e valiosos documentos, a tão provalada fibra e garra da gente corinthiana não é fruto do acaso ou mero fenômeno de circunstância. O Corinthians nasceu e foi criado em clima de dificuldades que o testavam a cada passo. Assim como o organismo humano defende-se com anticorpos por ele mesmo produzidos, o Corinthians foi se imunizando com o correr dos anos e soube extrair a força que tem de suas próprias aparentes fraquezas. Também nisso o Corinthians Paulista prossegue sendo um retrato fiel do povo (p. 160).

Recorrendo-se novamente a Durand (2012), entenderemos o mito como um sistema dinâmico de símbolos que tende a compor-se em narrativa, como a explicitada anteriormente. Destarte, temos o mundo das expressões e percepções como delineado pelo pensamento mítico que se expressa na própria experiência simbólica do mundo, acompanhando a vida social e proporcionando ao indivíduo a criação de sentido. Em

consonância, Campbell (2002) afirma que “uma mitologia é uma organização de imagens e narrativas simbólicas, metáforas das possibilidades da experiência humana e a realização de uma dada cultura num determinado tempo” (p. 28).

Neste contexto, faz-se necessário a menção a Cassirer (1977), para quem no âmbito mítico a cultura humana não é vista como algo dado, mas como algo que precisa ser explicado. Este autor considera o pensamento mítico como uma etapa essencial da apreensão da realidade; e ao estudar as religiões, afirma que elas permanecem inteiramente ligadas a elementos míticos e impregnadas deles. “No desenvolvimento da cultura humana não podemos fixar um ponto onde termina o mito e a religião começa” (p. 143). Logo, “o mito é religião em potencial” (p. 146).

Porventura tal pensamento pode explicar a forte presença do mito no cenário futebolístico, uma vez que, para muitos o amor e a devoção a um clube de futebol se assemelha a uma religião. Ainda nos dizeres de Cassirer (1977), o mito não é um sistema dogmático, mas consta-se mais em ações do que em simples imagens ou representações. O que também pode ser exemplificado pela criação da mítica da raça corinthiana. Instituiu-se a ideia de que para se tornar um ídolo da Fiel Torcida o jogador não precisa ser um craque, mas precisa ter raça. Assim, são suas ações, vontade e entrega em campo, que farão com que ele caia nas graças da torcida.

Tal ponto é abordado por Diaféria (1992):

O Corinthians Paulista se estruturou com jogadores que ‘davam o sangue’ no campo, suavam a camisa desde o primeiro minuto, e essa característica formou sua índole, de César a Idário, de Idário a Touguinha, de Touguinha a Goiano, de Goiano a Carbone, de Carbone a Vladimir. E, por isso, apesar de todo o tempo corrido e decorrido, ainda hoje a torcida corinthiana sabe perdoar todas as fraquezas do time, menos o pecado mortal do ‘corpo mole’, a falta de fibra, a ausência da ‘garra’, que nos outros clubes pode até passar em branco (p. 57).

E também por Unzelte (2010):

Para ser ídolo da torcida corinthiana é importante incorporar o espírito das arquibancadas, mas colocar a vontade acima da técnica também ajuda. E, nesse quesito, alguns jogadores ao longo da história do clube foram imbatíveis. [...] Tem sido assim desde os tempos do lateral-direito Idário Sanches Peinado [...] E quem não se lembra de Antônio José da Silva Filho, o Biro-Biro (p. 232).

Unzelte (2010) destaca ainda o lateral Zé Maria, considerado um dos ‘Deuses da Raça corinthiana’; ícone e produtor de um dos grandes símbolos dessa construção simbólica, a camisa manchada de sangue.

O lateral Zé Maria sempre incorporava a raça e não media esforços para conquistar uma importante vitória, principalmente numa final de campeonato. Zé Maria, ou Super Zé, como era chamado pela Fiel, na primeira partida das três decisivas do Campeonato Paulista de 1977, contra a Ponte Preta, sofreu um corte no supercílio. Mesmo assim, não queria sair de campo para ser atendido, sendo obrigado pelo juiz. A volta ao campo foi marcada pela camisa empapada de sangue e por uma enorme vontade de conquistar aquele título, para delírio da Fiel (UNZELTE, 2010, p. 280).

Cassirer (1977, pp. 136-137) afirma que “o traço mais fundamental do mito não é uma direção especial de pensamento nem uma direção especial da imaginação humana; é fruto da emoção e seu cenário emocional imprime, em todas as suas produções, sua própria cor específica”, o que fica claro no episódio da camisa de Zé Maria. A entrega e dedicação do jogador expressa pela vontade inicial de não deixar o gramado mesmo machucado, e depois por voltar a campo rapidamente, com o uniforme coberto de sangue, comove o torcedor até os dias atuais.

Nesse âmbito, Cassirer (1977) vai além e ressalta que a percepção mítica está sempre impregnada de qualidades emocionais. “O que se vê ou se sente é cercado de uma atmosfera especial – de alegria ou tristeza, angústia, excitação, exultação ou depressão (p. 128). Pode-se explicar assim a construção mítica do futebol, bem como a sua propensão para a geração de mitos. O esporte mais popular do País proporciona a citada atmosfera especial e um misto de sentimentos, não raras vezes opostos, numa mesma partida.

Recorre-se novamente a Cassirer (1977) para quem o pensamento mítico é o pensamento tradicional, devido à sua origem e princípio. Para este autor, o mito só pode compreender, explicar e interpretar a forma presente da vida humana ao reduzi-la a um passado remoto. “O que tem suas raízes nesse passado mítico, o que foi desde então, o que existiu desde tempos imemoriais, é firme e indiscutível” (CASSIRER, 1977, p. 351). Conceção ilustrada pelas construções simbólicas em torno do Sport Club Corinthians Paulista como a mítica da raça corinthiana, abordada anteriormente; ou sua idealização como ‘Time do Povo’, que remonta ao ano de 1910, à sua origem humilde de clube fundado por operários.

Tendo em conta a visão de Cassirer (1977), o mito não é de forma alguma, totalmente incoerente nem destituído de senso ou razão, porém o seu entendimento depende mais da unidade de sentimento que de regras lógicas. A verdadeira essência do mito não é de pensamento, mas de sentimento. Assim, torna-se característico no mito o

fato de ser ‘inexplicável’, ao menos enquanto suas origens forem procuradas no mundo físico, numa intuição dos fenômenos naturais.

O verdadeiro modelo do mito não é a natureza, mas a sociedade. Todos os seus motivos fundamentais são projeções da vida social do homem, mediante as quais a natureza se torna a imagem do mundo social; reflete-lhe todos os traços fundamentais, a organização e a arquitetura, as divisões e subdivisões (CASSIRER, 1977, pp. 131-132).

Considera-se assim o mito como forma simbólica mediadora entre a imaginação e o mundo. E consistindo em uma instância de natureza simbólica, o mito torna-se elemento de interpretação e representação da realidade, projetando as percepções do mundo. Do mesmo modo, como explicita o tópico anterior, a linguagem é outra forma simbólica mediadora, o que permite uma teorização neste sentido. O pensamento mítico é mediado pela linguagem, por vezes através dos textos, permitindo determinadas representações de atividades simbólicas.

À vista disso, o processo de simbolização pode possuir a direção do *mythos* para o *lógos*, nos permitindo interpretar os regimes simbólicos em torno do futebol; ou mesmo, para nos referirmos ao objetivo da presente pesquisa, as operações simbólicas em torno do Corinthians. Torna-se possível assim, verificar o círculo hermenêutico das construções simbólicas em torno do clube paulista, o qual perpassa o lugar do mítico, das representações e do *lógos* em seu contexto histórico.

Para Cassirer (1977), desde o início de sua pesquisa o historiador encontra um universo simbólico – um mundo de símbolos, e não um mundo de objetos físicos. Assim, torna-se necessário aprender a ler estes símbolos, uma vez que, na perspectiva do autor, todo fato histórico só poderá ser compreendido pela análise prévia de símbolos. “Somente através da mediação e intervenção desses dados simbólicos podemos captar os dados históricos reais – os acontecimentos e os himens do passado” (p. 277).

Ainda que o presente trabalho não se trate de uma pesquisa de um historiador, e se encontre no âmbito da Comunicação, por ter como objetivo analisar livros a respeito da história do Sport Club Corinthians Paulista, e versando sobre o universo mítico e simbólico do futebol, considerou-se necessário a compreensão acerca dos símbolos. É a partir das construções simbólicas efetivadas pelo campo midiático que o indivíduo apreende o mundo e os seus significados. Desse modo, o tópico a seguir aborda a presença desse simbólico no futebol.

4.3 A dimensão simbólica do futebol

O futebol se converteu em um valor central de identificação do povo brasileiro. Efetuado enquanto ritual místico e mítico, o esporte mais popular do País situa os torcedores como sujeitos em busca de valores e significados expressivos. O simbólico se faz presente em todas as instâncias da modalidade: o espaço dos estádios é visto como um local sagrado, a camisa do time do coração um manto, a partida uma celebração, e o torcedor, em especial no caso do corinthiano, um Fiel, como é popularmente conhecido.

Com base nas concepções de Bourdieu (1989) torna-se possível assumir a predominância do campo futebolístico no contexto do espetáculo esportivo, bem como a sua posição dominante no universo de consumo dos bens culturais. A disposição dos agentes sociais envolvidos no processo de produção, difusão e consumo esportivo levou a uma progressão da importância simbólica do esporte – e do futebol em especial. Constituído enquanto esporte-espetáculo, as instituições desportivas valem-se do papel do futebol como uma prática detentora de valores simbólicos e emocionais para impulsionar o mercado de bens simbólicos vinculados a este esporte.

O campo esportivo possibilita a cobertura - e conseqüente visibilidade, de todos os seus rituais, o que oportuniza às marcas e demais agentes sociais envolvidos com a sua prática, a personalização e construção de representações. Assim, transforma-se produtos e serviços em elementos de valores particular, gerando identificação com a marca. Ademais, a partir de experiências envolventes, vivenciadas intensamente, as manifestações futebolísticas se tornam reais por meio da mobilização dos torcedores ao redor do clube para o qual torcem.

Nesse contexto, Castelo (2009) afirma que um clube se diferencia do outro por meio do ‘capital simbólico’ que possuem, como a história, a bandeira, as cores, as taças conquistadas, entre outros. Para este autor,

este capital simbólico, pode ser analisado como um instrumento de ‘integração social’ pois, estabelece um certo consenso contribuindo para uma dinâmica de caráter social que, se difunde por seus elementos, de forma que cada um deles contribua, na correta medida de sua intervenção (treinador, sócio, dirigente, jogador, auxiliar, etc.), para a concretização dos objetivos do clube (CASTELO, 2009, p. 26).

Desse modo, o subsistema cultural dos clubes de futebol define-se como um conjunto complexo de representações, valores, ritos, finalidades, símbolos e mitos, edificados ao longo de sua história. E tais elementos são partilhados com todos os membros destas instituições, integrando a prática do torcer. “Este complexo conjunto de

valores, símbolos, etc., suportam as formas como a equipe se exprime e resolve as diferentes situações que, derivam da competição desportiva, dentro ou fora desta” (CASTELO, 2009, p. 26).

Dentre outros casos, pôde-se observar recentemente um exemplo no Sport Club Corinthians Paulista. Em decorrência da história como um clube de luta, fundado por pessoas humildes, com o intuito de acolher os excluídos, bem como da Democracia Corinthiana; o time do Parque São Jorge é visto como possuidor de valores democráticos e engajado em causas sociais. Um marco é a campanha #RespeitaAsMinas, lançada pelo clube em 2018 com o intuito de chamar a atenção para o preconceito sofrido pelas mulheres; e retomada pela torcida em episódio recente.

Em abril de 2023, quando da contratação do técnico Cuca, uma série de protestos da torcida ocorreram, tendo como justificativa esses valores em torno do Corinthians¹⁶. Diretoria e treinador não suportaram a pressão feita pelos torcedores e o técnico deixou o comando da equipe. Em virtude da imagem construída como um clube do povo, democrático, preocupado e defensor dos direitos das mulheres, boa parte da Fiel Torcida viu como inadmissível a contratação de um profissional condenado por estupro, levando ao seu desligamento da instituição. Antes de assumir o time do Parque São Jorge, Cuca teve passagens por outros clubes brasileiros, no entanto o caso não veio à tona, o que atesta a força dos valores formados em torno do Corinthians.

Para Simões e Conceição (2004), a transmissão do futebol pela televisão pode ser vista como um modelo de aprendizagem que “projeta comportamentos, nos quais são realçados conteúdos simbólicos, associados às esferas ritual, espiritual e das crenças religiosas pertinentes ao universo popular, constituindo-se em um espetáculo público capaz de mobilizar sentimentos e emoções” (p. 3). Apesar da crítica feita às torcidas organizadas - decorrentes do comportamento por vezes violentos destas agremiações -, as imagens usadas nas chamadas das partidas são principalmente dos setores dedicados a elas nos estádios. Ali concentra-se a festa deste espetáculo esportivo, a principal expressão de rituais simbólicos associados à determinada equipe.

Logo, o futebol se aproxima das crenças religiosas ao possibilitar que se vislumbre nas partidas situações coletivas que envolvem as concepções míticas. Na visão antropológica, o ritual integra-se ao sagrado; assim, elementos e ações habituais podem

¹⁶ Torcedores do Corinthians protestam após acerto com Cuca. (<https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2023/04/20/torcedores-do-corinthians-protestam-apos-acerto-com-cuca-veja-reacoes.ghtml>). Acesso em: 26 ago. 2023.

adquirir sentidos particulares a partir da inserção de valores e símbolos próprios, que os transformam em ações ritualizadas. É o que acontece, por exemplo, com as camisas dos clubes de futebol que ao carregar o escudo do time ganha uma conotação sagrada, sendo ainda, por vezes, instituída de poderes mágicos, tornando-se a ‘camisa da sorte’ - com a qual nunca se perde um jogo. Desse modo, cria-se o ritual de usar sempre a mesma camisa em partidas decisivas.

Ao abordar os escudos dos clubes, Franco Jr. (2007) destaca o seu caráter protetor e de reconhecimento, afirmando tratar-se do símbolo maior da agremiação. “O escudo é praticamente a síntese material do clube, sua corporificação, daí a atenção e tensão de que é cercado” (p. 216). Com relação à equipe a qual se refere o corpus da presente pesquisa, constata-se ao longo de sua história, a presença de seis escudos – além das pequenas variações realizadas em cada modelo. A primeira versão do brasão definitivo data de 1926, ano em que o clube adquiri a Fazendinha. Ao versar sobre este tema, Diaféria (1992) declara: “é neste ano em que o clube faz um pacto de boa vizinhança e agradável amizade com as águas cristalinas e caudalosas do Tietê que vão surgir a âncora, os remos, e o círculo do escudo se transformará numa boia estilizada” (p. 115).

Unzelte (2010) porém, ressalta que esta versão do distintivo data de 1940:

A âncora e os dois remos vermelhos, que se referem aos esportes náuticos praticados no clube, foram utilizados pela primeira vez. Essa arte-final foi idealizada pelo pintor modernista Francisco Reboló Gonzalez [...] Essa versão, definitiva, tem recebido pequenas alterações, como a fiel descrição da bandeira de São Paulo (com suas 13 listras) e a ondulação, que dá mais dinamismo e ação ao distintivo (UNZELTE, 2010, p. 24).

Recorrendo-se novamente a Diaféria (1992) torna-se possível exemplificar a constituição do escudo como um sinal de reconhecimento. O autor utiliza-se de todo o simbolismo em torno do clube para explica-lo:

Se você olhar bem direito o distintivo do Corinthians, vai descobrir dois remos e uma âncora. A âncora é o símbolo da esperança. Os remos somos nós, os torcedores corinthianos. Porque o torcedor corinthiano não tem pressa. Pode ficar vinte anos na espera. Nossa esperança é de aço, nossa esperança é eterna. O torcedor corinthiano não cansa, sempre rema, a favor ou contra a corrente, jamais abandona o barco. É nisso que ele é melhor, é nisso que ele é valente. No distintivo do Corinthians há também uma bandeira. Olhe bem, a bandeira está aberta. O torcedor corinthiano tem tanta esperança, e rema tanto, que jamais enrola a bandeira, enquanto a bola rola em campo. Porque o torcedor corinthiano sabe, e se a bola tem coração, na hora da decisão, ela também é corinthiana” (p. 114).

Na descrição, Diaféria (1992) reforça o caráter Fiel da torcida corinthiana que “jamais abandona o barco”; situa o torcedor como parte integrante e fundamental da instituição, simbolizado como os remos, que ‘carrega’ o clube, “que sempre rema, a favor ou contra a corrente”; além de frisar a confiança dele no time uma vez que “jamais enrola a bandeira, enquanto a bola rola em campo”. Assim, se referencia o torcedor corinthiano, além de diferencia-lo dos demais.

Franco Jr. (2007) discorre ainda sobre a outra vertente desta identificação, a dos jogadores, para com a instituição futebolística. Para o autor, é com o objetivo de demonstrar à torcida uma profunda identificação, seja esta verdadeira ou simulada, “com o clã que defende que se tornou comum o jogador beijar o escudo da camisa após marcar um gol ou conquistar um título. Ou bater a mão no peito, em cima ou próximo do escudo clubístico, quase a incorporá-lo, introduzi-lo no próprio corpo” (FRANCO JR, 2007, p. 217).

Torna-se possível afirmar, portanto, que os mecanismos de legitimação dos clubes de futebol se vinculam à gestão das construções simbólicas e do conceito de sacralização dos produtos e serviços por eles oferecidos. Uma vez que a imagem de um clube é inegavelmente, objeto de alto valor emocional, compartilhado por seus torcedores, o escudo, a camisa, as cores da equipe, a mascote, dentre outros elementos, tornam-se instrumentos de legitimação que lhe proporcionam a distinção perante outras instituições.

Para Sá Martino (2011), a linguagem, o comportamento e as próprias atitudes do indivíduo se modifica na instituição. Este autor ressalta que “comportamentos que jamais seriam assumidos no cotidiano, gestos, conversas e posturas são trazidos à tona nos momentos de convívio no grupo institucional” (p. 37). Analisando a instituição clube de futebol por esse prisma, constata-se que atitudes e posicionamentos dos torcedores marcam o sentido de pertencimento social, no qual a principal regra é a lealdade eterna ao time do coração.

Nesse âmbito, em seu estudo acerca da mediação das religiões, Sá Martino (2011) destaca que causa mais choque a mudança de equipe esportiva do que de credo religioso. O autor salienta que é mais difícil socialmente um corinthiano passar a torcer para o Palmeiras do que um adepto da Seicho-no-Ie¹⁷ tornar-se evangélico. “Dentro do

¹⁷ Conjunto doutrinário da Seicho-No-Ie reúne tradições xintoístas, cristãs e budistas, dentre outras. (<https://www.al.sp.gov.br/noticia/?id=310152#:~:text=O%20conjunto%20doutrin%C3%A1rio%20da%20Seicho.e%20o%20culto%20aos%20ancestrais.>). Acesso em: 9 set. 2023.

microuniverso de relações sociais, um corintiano que se torne palmeirense produz um efeito de perplexidade maior do que um católico que, de repente, se torne budista” (SÁ MARTINO, 2011, pp. 52-53).

A adesão a determinada vestimenta, a linguagem usada, os comportamentos adotados compõem significados culturais construídos de forma compartilhada entre os torcedores, e desse modo, os clubes podem representar sua identidade cultural. Destarte, o futebol pode ser visto como um conjunto de categorias objetivas, um depósito de valores e um estoque de símbolos que podem ser manipulados, tanto pelas instituições envolvidas com a sua prática, quanto pela mídia. Atualmente, pode-se considerar o futebol como um conjunto simbólico distribuído pela mídia, tornando-se portanto espetaculizado e midiaticizado.

Isso posto, a presente pesquisa busca construir interpretações sobre os sentidos míticos, místicos, subjetivos e de identificação das construções simbólicas e marcas representativas do Sport Club Corinthians Paulista, difundido pelos produtos editoriais, aqui tratados como objetos midiáticos. Procura-se abordar as questões simbólicas que orientam a identidade do clube paulista para além dos seus vínculos emocionais, considerando-as como moeda simbólica, ou ainda, como capital simbólico manipulado enquanto estratégia de diferenciação da agremiação.

De modo progressivo, faz-se necessário, um resgate histórico da trajetória do Corinthians, exposto no tópico seguinte.

4.4 Sport Club Corinthians Paulista: a história

A madrugada de 18 para 19 de maio de 1910 ficou marcada pela passagem do cometa Halley¹⁸, fato que dividiu opiniões. Alguns se atemorizaram, acreditando se tratar do fim do mundo; outros, no entanto, se encantaram. E para cinco trabalhadores do Bom Retiro, a luz do cometa serviu de inspiração para a idealização de um dos mais tradicionais clubes do Brasil.

A antiga e romântica versão sobre o nascimento do Sport Club Corinthians Paulista é retratada por Diaféria (1992, p. 13) que ressalta que, quando um cometa aparecia nos céus o povo imaginava que algo muito importante estava para acontecer. E naquela noite, “quando o cometa Halley atingiu seu ponto mais próximo do sol e se tornou

¹⁸ Passagem do cometa Halley em 1910 gerou pânico no mundo. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/cultura/audio/2015-05/passagem-do-cometa-halley-em-1910-gerou-panico-no-mundo>>. Acesso em 06/06/2023

espetacularmente fulgurante”, cinco operários imaginaram fundar um time de futebol que brilhasse tanto quanto o Halley e que nunca mais fosse esquecido.

A despeito do futebol no início do século XX ser um esporte praticado pela elite, trabalhadores foram os responsáveis pela fundação do Corinthians. Os pintores de parede Antônio Pereira e Joaquim Ambrósio, o sapateiro Rafael Perrone, o trabalhador braçal Carlos Silva e o motorista Anselmo Correia amadureceram a ideia e, por volta das 20h30 do dia 1º de setembro de 1910 fundaram, à luz de um lampião a gás, um clube de futebol “que pudesse praticar o nobre esporte sem perder suas raízes de massa, do povo humilde e trabalhador ao qual pertenciam” (MARTINEZ, 2010, p. 11).

Naquela noite, na esquina da Rua dos Imigrantes com a Cônego Martins o novo clube se tornou uma realidade. Além dos cinco fundadores, o clube do Bom Retiro possuía um grupo de simpatizantes que passou a se reunir ora no bar e confeitaria de Afonso Desiderio, ora na barbearia de Salvador Bataglia. Ao abordarem a fundação do Corinthians, Duarte e Tureta (2008) destacam que a maioria dos interessados pela história do clube paulista tem curiosidade em saber a origem das pessoas que o fundaram.

Pois bem: eram trabalhadores humildes, sendo sete italianos, cinco portugueses e dois brasileiros. Na prática, seria um time de todas as pátrias e todas as raças, criado para alegrar a gente simples do Bom Retiro, cansada do futebol elitizado da Liga Paulista, no qual apenas os estudantes de família rica e branca tinham acesso à prática (DUARTE e TURETA, 2008, p. 30).

Nas primeiras reuniões o clube ainda não tinha um nome. O batismo ocorreu quatro dias após a data oficial de fundação, em 5 de setembro, por sugestão de Joaquim Ambrósio. No dia 31 de agosto de 1910 o grupo responsável pela fundação do clube do Bom Retiro assistiu a um jogo da equipe inglesa Corinthian Team, que excursionava pelo Brasil a convite do Fluminense, dando exhibições de categoria jogo após jogo. Para Joaquim Ambrósio, o clube dos operários tinha que ser igual aos Corinthians (DIAFÉRIA, 1992; UNZELTE, 2010).

De acordo com Diaféria (1992), teria sido a imprensa brasileira a responsável pelo ‘s’ a mais no nome do clube inglês. Quando o Corinthian jogava seus torcedores gritavam ‘Vai, Corinthian!’, o que fez com que os periódicos tomassem o nome da equipe como qualitativo dos jogadores, passando a se referir a estes nas páginas de esportes como os Corinthians. A decisão final foi tomada quando Joaquim Ambrósio afirmou ter mais um fato importante a dizer: “o Corinthians inglês também foi fundado debaixo da luz de um lampião de gás” (DIAFÉRIA, 1992, p. 43).

Contudo, Unzelte (2010) revela ainda uma outra versão a respeito da escolha do nome do time dos operários, na qual a sugestão teria sido feita a Miguel Bataglia por Charles Miller, que chegou a defender o Corinthian Team nos tempos em que estudava na Inglaterra. “Quem diz isso é Charle Rule, primo de Charles Miller, no livro ‘Um jogo inteiramente diferente’, do inglês Aidan Hamilton” (p. 21). Ainda de acordo com Unzelte (2010), o Corinthians entrou em campo pela primeira vez no dia 10 de setembro de 1910. O autor explicita que existem poucos registros sobre a partida que provavelmente foi realizada no bairro da Lapa naquele sábado. O adversário, fundado no mesmo dia e mês do clube humilde do Bom Retiro, foi o União Lapa, que venceu o jogo por 1 x 0.

Em conformidade, Diaféria (1992) coloca a forte equipe da várzea paulistana, o União Lapa, como adversário do Corinthians em sua primeira partida, destacando porém, que a data é incerta. Segundo o autor, algumas publicações afirmam que o jogo ocorreu no dia 14 de setembro, porém, há uma versão de que a diretoria fez realizar-se no dia 14 o primeiro treino, entre a equipe A, capitaneada por Rafael Perrone e a equipe B, capitaneada por Anselmo Correia. O site oficial do clube corrobora esta informação, entretanto, a data é mencionada como sendo domingo, e na verdade o dia 14 de setembro de 1910 foi uma quarta-feira.

Já Martinez (2010), apesar de afirmar também que a primeira partida teria ocorrido no dia 10 de setembro, contra o União Lapa, que venceu pelo magro placar de 1x0; cita o dia 14 de setembro como data da primeira vitória do Corinthians. O primeiro triunfo acontece logo na segunda partida da história do time, diante do Estrela Polar, pelo placar de 2x0. O primeiro jogador a marcar um gol com a camisa do Corinthians foi o italiano Luiz Fabbi Filho, e o segundo gol foi anotado por Jorge Campbell.

Ao abordar o primeiro gol do Corinthians, Unzelte (2010) corrobora as informações de Martinez (2010) a respeito da partida, placar e adversário. No entanto, o nome destacado por Unzelte (2010) como autor do primeiro gol é Luís Salvatore Fabi. O site oficial do clube não apresenta qualquer informação acerca do primeiro jogo, primeira vitória da equipe e grafia correta do nome do centroavante que marcou o primeiro gol da história do time.

No que tange os anos seguintes não há incertezas. O Corinthians se tornou um dos times mais respeitados da várzea paulistana e, em 1913, pleiteou uma vaga junto à Liga Paulista de Futebol (LPF). A equipe foi aceita, mas nada na história do Corinthians veio de forma simples ou fácil. Antes, o time precisou passar por dois jogos eliminatórios, contra o F. C. São Paulo e o Minas Gerais. “Então o ‘time do povo’ não fez por menos:

venceu o Minas Gerais por 1 a 0 no campo do Velódromo Paulistano e uma semana depois, no mesmo campo, goleou o F. C. São Paulo por 4 a 0, garantindo definitivamente sua vaga na Liga” (MARTINEZ, 2010, p. 13).

Para Unzelte (2010) o ano de 1913 e a entrada na Liga Paulista ainda trouxe ao Corinthians a alcunha de ‘Mosqueteiros’. Segundo o autor, a versão mais antiga sobre a origem deste apelido conta que ao sair da várzea para o futebol oficial, o clube disputaria o campeonato da Liga contra outros três times, chamados de Três Mosqueteiros: Americano, Germânia e Internacional. O Corinthians seria, portanto, como D’Artagnan, o quarto mosqueteiro do romance de Alexandre Dumas¹⁹.

O Corinthians terminou seu primeiro campeonato oficial em quarto lugar. Contudo, um ano na Liga foi o suficiente para que o clube conquistasse o seu primeiro título. Como destaca o site oficial do time, em 1914 o Corinthians se sagrou Campeão Paulista pela primeira vez, com uma campanha espetacular: dez vitórias em dez jogos. O primeiro grande ídolo do time, Manuel Nunes, o Neco, terminou o campeonato como artilheiro, tendo marcado doze gols. Nesse âmbito, Diaféria (1992) ressalta que até então, quinze campeonatos haviam sido disputados mas que feito igual jamais se vira, o Corinthians foi o primeiro clube a conquistar o título sem perder nenhum ponto.

No ano seguinte, porém, a equipe do Bom Retiro jogou apenas amistosos. O clube tentou uma vaga na Apea - Associação Paulista de Esportes Atléticos, liga mais elitizada que a LPF e que reunia os principais times da época; e para tal, abandonou a Liga Paulista de Futebol. No entanto, a filiação à Apea foi aceita sob a condição de que o Corinthians seria filiado em caráter extraordinário, não podendo participar do campeonato de 1915, que já havia começado. Ao tentar voltar à LPF o clube foi recusado e acabou emprestando seus jogadores para outros clubes da Apea para que não ficassem parados por muito tempo (MARTINEZ, 2010; UNZELTE, 2010).

No entanto, segundo Duarte e Tureta (2008), o ano de 1915 rendeu ao clube mais uma alcunha que o acompanha até os dias atuais. A LPF e a Apea decidiram realizar um jogo beneficente entre os campeões de cada liga naquele ano, o Germânia e a AA Palmeiras, respectivamente. Todavia, os times não possuíam boa torcida, e pensando no quanto o jogo renderia, resolveram convidar o Corinthians, que venceu os dois jogos conquistando o seu segundo título - o primeiro, um campeonato oficial; este, um torneio

¹⁹ A obra ‘Os três mosqueteiros’, publicada em 1844, é um dos livros mais famosos do escritor francês Alexandre Dumas. O protagonista é D’Artagnan, um jovem de 20 anos, que tem por ambição ser um dos mosqueteiros do rei Luís XIII (<https://brasilecola.uol.com.br/literatura/alexandre-dumas.htm>).

beneficente -. “Por isso, quando se confirmaram os dois campeões oficiais daquele ano, a imprensa e os torcedores passaram a chama-lo de ‘campeão dos campeões’ (DUARTE e TURETA, 2008, p. 52).

Unzelte (2010), por sua vez, afirma que a alcunha teria surgido em 1930. Na ocasião, o Corinthians, campeão Paulista, e o Vasco da Gama, campeão carioca, se enfrentaram num desafio em duas partidas. A equipe paulista venceu o primeiro jogo, em São Paulo, por 4 x 2. E o segundo confronto, no Rio de Janeiro, tinha vitória do Vasco até os 27 minutos do 2º tempo, “quando o Alvinegro paulista virou a partida e venceu a disputa por 3 x 2, levando o título honorário de Campeão dos Campeões do Brasil” (UNZELTE, 2010, pp. 33-34). O site oficial do Corinthians corrobora esta informação apontando também o ano de 1930 como origem do apelido.

Em discordância com os autores anteriormente citados, para Piovan e Cesar (2012) a alcunha ‘Campeão dos Campeões’ surge em março de 1942 quando o São Paulo decide organizar uma competição entre o campeão e os vices carioca e paulista de 1941 – Fluminense, Flamengo, Corinthians e São Paulo, respectivamente. O Palestra Itália, terceiro colocado em São Paulo também foi convidado a disputar a Taça Supremacia, que ficaria de posse definitiva do vencedor. O torneio logo ganhou o nome popular de Quinela de Ouro (cinco times de ouro), e quem vencesse seria o ‘Campeão dos Campeões’. Com jogos em apenas um turno, o Corinthians foi campeão invicto.

Depois de se desiludir com a Apea, o Corinthians volta à Liga Paulista para disputar o campeonato de 1916 e conquista o seu segundo título oficial, mais uma vez com 100% de aproveitamento: nove vitórias em nove jogos. De acordo com o site oficial, nos anos seguintes a equipe do Bom Retiro acumula conquistas, dentro e fora de campo. A primeira casa, um terreno à margens do rio Tietê cedido pela prefeitura paulista recebe o nome de Campo da Ponte Grande e, no estilo mutirão, o campo corinthiano foi construído. Entre 1922 e 1924 o Corinthians ganha o seu primeiro tricampeonato estadual.

Ao discorrer acerca das casas do time do Bom Retiro, Unzelte (2010) ressalta que o estádio da Ponte Grande, o primeiro do clube, foi inaugurado em janeiro de 1918. E também frisa “a sua construção em tempo recorde pelos jogadores e torcedores do clube em sistema de mutirão” (p. 37). Ainda de acordo com Unzelte (2010), em 1926, por iniciativa do então presidente Ernesto Cassano, o Corinthians adquire a primeira parte do Parque São Jorge.

O nome Estádio Alfredo Schurig foi dado em homenagem ao presidente do clube, que, antes mesmo de ser presidente, empreendeu do próprio bolso fartos valores para a construção e melhoria das acomodações no local, assim como vendeu sem lucro parafusos e pregos para a construção do Estádio da Ponte Grande. Com as reformas seguintes, o estilo de construção fez com que o Parque São Jorge ganhasse o apelido de Fazendinha (UNEZLTE, 2010, p. 38).

Nesse contexto, Diaféria (1992), destaca que foi após adquirir a primeira parte do Parque São Jorge que surgiu o escudo atual do Corinthians Paulista.

É no ano de 1926, quando o Sport Club Corinthians Paulista realiza sua grande marcha para o Leste e adquire, num gesto de arrojo e confiança em seu futuro, a enorme gleba da Fazendinha, carinhoso e orgulhoso apelido dado pelos associados, [...] em que o clube faz um pacto de boa vizinhança e agradável amizade com as águas cristalinas e caudalosas do Tiete que vão surgir a ancora, os remos, e o círculo do escudo se transformara numa boia estilizada (DIAFÉRIA, 1992, p. 115).

Conforme o site oficial do alvinegro paulista, a década de 1920 termina com a conquista de mais um tricampeonato pelo Corinthians (1928/29/30), e a década seguinte se inicia com o reconhecimento internacional, dando origem, à alcunha de Mosqueteiros. No dia 1º de maio de 1929 o Corinthians recebeu o time argentino Barracas no Parque São Jorge e venceu de virada, por 3x1. No dia seguinte o jornalista Thomaz Mazzoni relata a partida destacando a ‘fibra de mosqueteiro’ dos jogadores corinthianos, apelido que acompanha o time até os dias atuais.

Unzelte (2010) também apresenta a primeira vitória internacional do clube como outra justificativa para o apelido de Mosqueteiros. No entanto, em dissonância com o informado no site oficial do time do Parque São Jorge, o autor aponta o dia 10 de fevereiro de 1929 como dia da partida entre Corinthians e Barracas. Para Diaféria (1992) a alcunha igualmente surge deste episódio que explicita a ‘fibra de mosqueteiro’. Este autor afirma ainda que o apelido pegou imediatamente, conquistando o carinho do povo e um lugar cativo como sinônimo de corinthiano.

Foi também na década de 1930, mais precisamente em 1937, que a palavra ‘Fiel’ passou a designar a torcida corinthiana. A expressão foi dada em razão do entusiasmo da torcida que aumentava em termos de quantidade, apesar de não conquistar um título no futebol havia cinco anos (DIAFÉRIA, 1992; UNZELTE, 2010). O jejum, no entanto, estava prestes a acabar. Como ressalta o site oficial do clube, ainda em 1937 teve início mais um tricampeonato corinthiano (1937/38/39). E a década de 1930 chega ao fim com a compra de mais uma área adjacente ao Parque São Jorge em 1939.

Já em 1940, o Corinthians inaugurou aquela que foi a sua casa até 2014, o estádio Pacaembu. No dia 28 de abril, o time do Bom Retiro venceu o Atlético Mineiro por 4x2 em seu primeiro jogo no estádio. No último ano da década de 1940, após uma reformulação, chegaram ao clube nomes que se tornariam grandes ídolos corinthianos, entre eles Cláudio, Luizinho, Baltazar, Idário e Roberto (CORINTHIANS, 2023).

O decênio seguinte, 1950, foi de anos dourados para o Corinthians. Dentre os muitos títulos e glórias, destacam-se ‘o ataque dos 100 gols’ no Campeonato Paulista de 1951, que tinha no comando a ‘Santíssima Trindade’ formada por Cláudio, Baltazar e Luizinho; três Torneios Rio-São Paulo; Taça dos Invictos; Torneios Charles Miller e o título no IV centenário da cidade de São Paulo (MARTINEZ, 2010). Ao abordarem este últimos, Gomes e Martins (2014), por sua vez, destacam que Pedro Luiz, que narrava a disputa, atribuiu a vitória do Corinthians à sua torcida, que teria sido o jogador número 12, “ganhando com o Corinthians, ganhando pelo Corinthians, ganhando para o Corinthians o campeonato mais expressivo dos últimos anos do futebol paulista” (p. 24).

Os anos 50 marcam ainda a chegada de um dos mais significativos presidentes do Sport Club Corinthians Paulista. Em 1959, o lendário Vicente Matheus assume a presidência do clube do Parque São Jorge. De acordo com Martinez (2010), durante os seus oito mandatos, as frases marcantes de Vicente Matheus foram uma de suas características básicas. Dentre as principais estão “Sócrates é um jogador invendável e imprestável” e “Não contratei o Falcão, mas contratei o Lero-Lero” (na realidade era Biro-Biro). Porém, a mais apaixonante frase de Vicente Matheus talvez tenha sido “Nós só servimos ao Corinthians e nunca nos servimos do Corinthians!”.

Todavia, é também nos anos 50 que tem início um dos maiores momentos de sofrimento da história do clube. A partir de 1955 o Corinthians e a sua torcida viveram um período de 22 anos, oito meses e sete dias sem conquistar um título de expressão no futebol. Diaféria (1992) ressalta, no entanto, que durante o jejum neste esporte, o clube acumulou conquistas em outras modalidades.

É evidente que uma bola de couro datada de 1962 na qual se lê “Tetracampeão Paulista de Basquete Feminino” revela quatro anos de vitórias, a pujança do esporte feminino, num período em que o Corinthians é lembrado como o clube que ficou mais de duas décadas sem conquistar o campeonato paulista de futebol. Mas a primeira taça do Corinthians não foi conquistada no futebol, e sim numa corrida de pedestrianismo. Desde os primórdios o Corinthians foi um clube poliesportivo. Numa época em que viveu sem títulos de campeão no futebol, esbanjou raça, categoria, pujança e glórias em todas as outras modalidades esportivas (DIAFÉRIA, 1992, p. 89).

Os anos 60 trouxeram ainda grandes conquistas patrimoniais para o Corinthians. Entre abril e outubro de 1962, Wadih Helu, então presidente do clube adquiriu os 73 mil metros finais do Parque São Jorge, completando a área que hoje pertence ao clube (DIAFÉRIA, 1992). Foi também na década de 1960 que surgiu mais uma alcunha que acompanha o time do Parque São Jorge: o apelido de Timão. Unzelte (2010) apresenta duas versões a respeito da sua origem. A primeira da conta de que o termo surgiu em 1966, criado pela imprensa paulistana como uma forma depreciativa de chamar a fraca equipe alvinegra. “A Fiel Torcida acabou adotando o apelido e fazendo do Corinthians, independentemente dos jogadores que estivessem vestindo a camisa do clube, o verdadeiro Timão” (UNZELTE, 2010, p. 35).

Já na segunda versão o apelido teria começado a aparecer na imprensa quando o presidente Wadih Helu destinou uma verba recorde ao departamento de futebol com o objetivo de montar um grande time e colocar fim ao período de jejum de títulos que já durava 12 anos. Dentre os contratados estavam Mané Garrincha, o zagueiro Ditão e o meio-campo Nair (UNZELTE, 2010).

Como ressaltam Gomes e Martins (2014), foi também nesse período que a torcida corinthiana mais cresceu, e aconteceu o maior deslocamento humano do futebol, episódio conhecido como a “Invasão Corinthiana”. Na ocasião, mais de setenta mil torcedores corinthianos invadiram o Rio de Janeiro para assistir, no dia 5 de dezembro de 1976, a partida entre Fluminense e Corinthians, no Maracanã.

Outro autor que discorre sobre o acontecido é Martinez (2010), afirmando que

a falta de uma conquista agoniava cada vez mais os sofredores corações corinthianos. Afinal, o time já havia atingido a maioria em seu tabu. A conquista chegava perto, o Corinthians estava na semifinal, mas para que a equipe conquistasse o direito de decidir o título precisaria passar pelo forte Fluminense dentro do Maracanã. Tarefa fácil? Jamais. Então, para que isso acontecesse, mais do que nunca a Fiel precisaria estar ao lado do seu time do coração, mesmo que a partida não fosse realizada no Pacaembu ou no Parque São Jorge, mas sim no Maracanã (MARTINEZ, 2010, p. 125).

Após o empate no tempo normal por 1x1, o Corinthians se classificou nos pênaltis, quando venceu por 4x1, fazendo a alegria da sua torcida. O título não veio no domingo seguinte. O Timão acabou perdendo a final para o forte Internacional, de Dadá Maravilha e Falcão, por 2x0, e os corinthianos tiveram que aguardar mais um ano para que o tabu fosse quebrado.

Em 1977 acontece a redenção da Fiel Torcida, o fim do jejum. O Corinthians chegou à final do campeonato paulista e enfrentou a Ponte Preta. O primeiro jogo, no dia 5 de outubro, terminou com vitória corinthiana por 1x0. Na segunda partida, vitória da Ponte Preta, de virada, 2x1. O terceiro e derradeiro jogo aconteceu no dia 13 de outubro de 1977, e o gol da vitória saiu apenas aos 36 minutos do segundo tempo (MARTINEZ, 2010).

Nesse contexto, Guerra (2012) destaca que o gol de Basílio entrou para a história também pela narração de Osmar Santos, que o descreveu de forma surpreendente:

Corinthians, um grito sufocado de um povo, um grito do fundo do coração de um torcedor, depois de 20 anos a Fiel está explodindo. Vinte e dois... 23 anos na cabeça desse povo, tumultuando meu povo. O Corinthians vai se transformando no maior espetáculo do território brasileiro. Corinthians, você acima de tudo é a alma deste povo. Você vem da imagem do sorriso de felicidade. Tem que ter festa alvinegra, tem que comemorar essa cidade com paixão e loucura, hoje é o verdadeiro dia do povo, dia de soltar a alegria e ser feliz (Osmar Santos *apud* GUERRA, 2012, p. 86).

Ao abordar a temática, Diaféria (1992) coloca o Corinthians como um clube predestinado, e afirma que o gol de Basílio exorcizou os sofrimentos, espantou o mau-olhado, as cismas e os temores da torcida, redimindo a alma de todos os corinthianos vivos ou mortos. Para este autor, é a partir daí que a torcida corinthiana passa a ser chamada de Fiel.

O Corinthians rompeu uma espécie de sina tormentosa, durante a qual foi testada a perseverança, a fidelidade, a união de sua imensa torcida e de sua incontável legião de simpatizantes. O longo período de provação valeu como batismo de fogo de sua torcida, que passou a ser conhecida como — a Fiel. E foi a Fiel que iluminou com seu brado de guerra e incentivou a equipe corinthiana naquela noite [...] (DIAFÉRIA, 1992, p. 102).

Futebol e política se misturam desde a popularização deste esporte na metade do século XX, quando governos nacionalistas e fascistas passaram usá-lo como instrumento político. E a década de 1980 no Corinthians concedeu mais um exemplo dessa combinação. Entre 1982 e 1985 ocorreu no clube o movimento conhecido como Democracia Corinthiana. Martinez (2010) afirma que “em um período difícil de ditadura militar, quando não era permitido falar, pensar ou até mesmo sonhar, o Corinthians mostrou que era possível viver em um mundo livre” (p. 167). O autor complementa, relatando que

a Democracia Corinthiana tinha como princípio básico a igualdade em todos os sentidos, ou seja, era exatamente aquilo que todo brasileiro sonhava para o país mas só conseguia enxergar de fato dentro dos limites do Parque São Jorge. No movimento, tudo era votado: contratações, dispensas, escalações da equipe, concentrações, viagens, enfim, tudo que fosse de interesse geral do grupo passava pelo crivo da ‘Democracia Corinthiana’ (MARTINEZ, 2010, p. 168).

O ponto de partida para o movimento aconteceu no final de 1981 quando Waldemar Pires assume a presidência do clube e entrega a direção do futebol corinthiano ao sociólogo Adílson Monteiro Alves. A partir de então, toda decisão passou a ser discutida e votada entre os próprios jogadores fazendo com que a Democracia Corinthiana representasse uma mudança arrojada no relacionamento entre atletas e dirigentes (DIAFÉRIA, 1992; UNZELTE, 2010).

Diaféria (1992) ressalta, no entanto, que apesar de representar uma abertura liberal nas relações entre os jogadores e os dirigentes, nem todos os atletas apoiavam a Democracia Corinthiana. Ainda assim, “há quem garanta que jamais o Corinthians Paulista foi tão povo, tão fiel às suas raízes e tradições de liberdade e luta, do que naqueles anos” (p. 332). Diaféria (1992) afirma ainda que

o movimento que ficou conhecido como Democracia Corinthiana empolgou o clube, balançou a pasmaceira geral, atraiu as atenções de todo o mundo esportivo brasileiro e teve pertinência num determinado momento da vida nacional, em que a Democracia, como a Liberdade, abria novamente suas asas feridas sobre a cabeça de todos os brasileiros (DIAFÉRIA, 1992 p. 332).

Unzelte (2010) também discorre acerca do fato da Democracia Corinthiana não ter sido uma unanimidade. Segundo o autor, talvez para a maioria – que incluía os jogadores Sócrates, Casagrande, Zenon e Wladimir -, o movimento foi o grande responsável pelas conquistas dentro de campo. Para outros, como o meio campo Biro-Biro e o goleiro Leão, ela não passou de uma mistura inadequada de futebol e política. “Mas em um ponto todos concordam: a Democracia Corinthiana, processo de maior participação dos jogadores nas decisões e na vida política do clube, marcou época na história do Corinthians. E mesmo na história do país” (UNZELTE, 2010, p 180).

Pode-se contestar se a Democracia Corinthiana realmente implicou em uma profunda descentralização de poderes, ou se o controle apenas passou para as mãos de um grupo de jogadores vistos como líderes. Porém, não se discute que o saldo das conquistas daquele período foi altamente positivo: além do bicampeonato paulista em 1982 e 1983

no futebol, o clube ganhou títulos no basquete, handebol, futebol de salão, voleibol e tamboréu.

Durante a década de 1990 o Corinthians segue aumentando o número de troféus, e o decênio fica marcado pelas conquistas dos primeiros títulos de campeonato brasileiro. O primeiro chega ainda em 1990 após duas vitórias sobre o rival São Paulo. Em 1998 e 1999 as conquistas se dão com triunfos sobre as equipes mineiras, Cruzeiro e Atlético, respectivamente. E em 1995 o Timão conquistou ainda a Copa do Brasil superando o Grêmio (CORINTHIANS, 2023).

A virada do século foi cercada por profecias catastróficas e medo. Muitos acreditavam no ‘bug do milênio’ e a chegada do fim do mundo, mas para o clube do Parque São Jorge o século XXI não poderia ter começado melhor. Em 14 de janeiro de 2000 o Corinthians conquistou o seu primeiro Mundial de Clubes, título polêmico, porém reconhecido pela Fifa. Após empate em 0 x 0 no tempo normal, o Timão venceu o Vasco nos pênaltis por 4 x 3 no Maracanã e ficou com o título que tanto incomodaria os rivais (MARTINEZ, 2010; UNZELTE, 2010).

Os primeiros anos do século XXI seguem com mais conquistas. Em 2001 mais um campeonato paulista; em 2002 o Corinthians conquista o Rio-São Paulo e Copa do Brasil pela segunda vez. Em 2003 o Timão fatura o seu 25º título de campeonato paulista; em 2005 sagra-se tetracampeão brasileiro, triunfo comandado por Carlitos Tevez, um dos maiores ídolos do clube. A contratação do argentino só foi possível devido ao investimento da Media Sports Investments, a MSI, no entanto, a parceria com a empresa acarretaria um dos piores momentos da história do clube.

Em 2006, a parceria entre o Corinthians e a MSI entra em declínio. A origem do dinheiro da empresa começa a ser investigada, dirigentes do clube se desentendem com Kia Joorabchian - principal figura da MSI no Corinthians-, e sérias acusações contra Alberto Dualib e Nesi Curi, então presidente e vice-presidente do clube, colocam fim à parceria, que deixa o Corinthians com uma dívida de 90 milhões de reais²⁰. Os escândalos se refletiam dentro de campo. O elenco sofreu um desmanche e o Corinthians brigou para não ser rebaixado no campeonato nacional.

²⁰ Gravações da PF mostram fraudes na relação entre Corinthians e MSI. (<https://g1.globo.com/Noticias/SaoPaulo/0,,MUL101055-5605,00-GRAVACOES+DA+PF+MOSTRAM+FRAUDES+NA+RELACAO+ENTRE+CORINTHIANS+E+MSI.html>). Acesso em 12/05/2023.

No ano seguinte, porém, a equipe não consegue se salvar. No dia 1º de dezembro o Corinthians é rebaixado à série B do campeonato brasileiro. Ao abordar a temática, Unzelte (2010) afirma que o rebaixamento para a série B deu início a uma nova era para o Corinthians. O departamento de futebol passou por uma reestruturação sob o comando do presidente eleito Andrés Sanchez e o Timão garantiu o acesso faltando seis rodadas para o fim do campeonato, sagrando-se campeão com uma ótima campanha: “Nos 38 jogos da Série B, o Corinthians venceu 25, empatou 10 e foi derrotado apenas 3 vezes. Marcou 79 gols e levou 29. Foi campeão com 85 pontos ganhos” (UNZELTE, 2010, p. 59).

Após um ano afastado da elite do futebol nacional, o retorno não poderia ter sido melhor. O Timão conquistou em 2009 o Campeonato Paulista de forma invicta e a Copa do Brasil, tendo como destaque o ídolo Ronaldo Nazário de Lima, o Fenômeno. Ronaldo foi um dos principais jogadores do Corinthians nestas conquistas, assumindo a responsabilidade de líder do grupo e de homem-gol. E o primeiro marcado com a camisa do clube aconteceu da melhor maneira possível. No dia 08 de março de 2009, Corinthians e Palmeiras se enfrentavam e o alviverde vencia o jogo até os 47 minutos do segundo tempo, quando Ronaldo marcou de cabeça empatando a partida.

Para comemorar com os torcedores, o atacante subiu no alambrado do Prudentão, em Presidente Prudente, derrubando parte deste. Foi uma loucura! O Fenômeno marcava seu primeiro gol logo na segunda partida e contra nosso maior rival. O jogo acabou empatado, mas a sensação foi de goleada corintiana (UNZELTE, 2010, pp. 126-127).

O ano de 2010 não trouxe ao Corinthians nenhum título, mas foi de muitas festas. O clube comemorou o seu centenário. No dia 1º de setembro, mais de 100 mil ‘loucos do bando’, outra alcunha que acompanha a torcida, lotaram o Anhangabaú em São Paulo, para as comemorações de aniversário do Timão (CORINTHIANS, 2023, s.p.). Mais uma vez o clube do Parque São Jorge provou a sua força, superou um momento de grande dificuldade e de lá pra cá vem acumulando conquistas dentro e fora de campo.

O ano seguinte, 2011, ficou marcado como o ano do pentacampeonato brasileiro. Em 2012 o âmbito das conquistas passa ao continente. O Timão enfim conquistou o tão sonhado título da Libertadores da América, de forma invicta, foram oito vitórias e seis empates. Em dezembro o clube conquista mais um título. “O Bando de Loucos invadiu o Japão e viu o Corinthians conquistar o Mundial de Clubes da Fifa pela segunda vez.

Guerrero marcou de cabeça e garantiu o título contra o Chelsea no ano que se tornou inesquecível para a Fiel Torcida” (CORINTHIANS, 2023, s.p.).

Desde então somam-se à galeria de troféus do Sport Club Corinthians Paulista o citado Mundial de Clubes (2012); dois Brasileiros (2015 e 2017); quatro Paulistas (2013, 2017, 2018 e 2019) e uma Recopa Sul-Americana (2013). Fora de campo, o Timão também realizou mais um sonho da sua torcida, inaugurando em 2014, a Arena Corinthians, o seu tão esperado estádio.

Em razão da mística que se faz presente na narração de diversos momentos da história do clube, bem como das construções simbólicas edificadas em torno do Sport Club Corinthians Paulista e de sua torcida, assume-se a tese de que a equipe paulista ordena sua trajetória histórica a partir da edificação de um contexto de valores, cujos símbolos adquirem um sentido de superação e heroísmo. Assim, os signos transmissores de construções simbólicas se projetam como figuras de valor que constituem o clube paulista como algo além da simples modalidade esportiva, transfigurando-se enquanto expressão de sentimentos e adesão únicos.

Acredita-se, portanto, que por meio da manipulação dos símbolos, construções simbólicas como ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’, constituem-se atualmente como tradições inventadas, exploradas pela agremiação como estratégia de diferenciação das demais equipes e torcedores. A fim de aprofundar tal discussão, o tópico seguinte aborda o referido conceito.

4.5 Manipulando símbolos, inventando tradições

Conforme explicitado em tópicos anteriores, o futebol constitui-se enquanto instância mítica e mística, repleta de simbolismos que por vezes são apropriados por instituições dos mais diversos seguimentos a fim de propiciar determinada vantagem. Um exemplo no cenário nacional é a construção, por meio de diversos mecanismos, da crença de que o Brasil seria o ‘País do Futebol’, possuidor de um estilo próprio de jogo. Tal alcunha foi apropriada como capital simbólico por governos ditatoriais na construção de uma ideia de nação.

Com este esporte cada vez mais midiaticizado e espetacularizado, os clubes também tem buscado consolidar sua imagem organizacional a partir da diferenciação dos demais, em busca de obter vantagem competitiva. Uma das estratégias dos gestores esportivos tem sido a exploração de elementos do passado das agremiações que proporcionam identificação a seus torcedores, convertendo a identidade organizacional em um elemento

de fundamental importância na conciliação das idealizações da instituição esportiva com os valores do torcedor-consumidor.

Nesse contexto, Gioia, Schultz e Corley (2000) destacam que a identidade organizacional é socialmente construída pelos membros das organizações através do tempo, e o trabalho com elementos do passado tem grande impacto nesta construção. O que nos remete a um aspecto da ‘invenção de tradições’. Para Hobsbawm e Ranger (2022), dificilmente há um lugar ou tempo no qual não tenha ocorrido a invenção de tradições, no entanto, presume-se que ela aconteça com mais frequência quando uma rápida transformação da sociedade altera os padrões sociais.

Assim, ao produzir novos padrões, as ‘velhas’ tradições tornam-se incompatíveis, levando à ‘invenção de tradições’. O termo ‘tradição inventada’ possui utilização num sentido amplo, porém não indefinido. De acordo com Hobsbawm e Ranger (2022), a expressão inclui tanto as tradições realmente inventadas, construídas e formalmente institucionalizadas, quanto aquelas que surgiram de maneira mais difícil de localizar num período determinado de tempo – às vezes coisa de poucos anos – e se estabeleceram com enorme rapidez.

Ainda segundo Hobsbawm e Ranger (2022), as tradições inventadas podem ser classificadas em três categorias superpostas, a saber:

- a) aquelas que estabelecem ou simbolizam a coesão social ou as condições de admissão de um grupo ou de comunidades reais ou artificiais;
- b) aquelas que estabelecem ou legitimam instituições, status ou relações de autoridade;
- e c) aquelas cujo propósito principal é a socialização, a inculcação de ideias, sistemas de valores e padrões de comportamento. Embora as tradições dos tipos b) e c) tenham sido certamente inventadas [...], pode-se partir do pressuposto de que o tipo a) é que prevaleceu, sendo as outras funções tomadas como implícitas ou derivadas de um sentido de identificação com uma “comunidade” e/ou as instituições que a representam, expressam ou simbolizam, tais como a “nação” (HOBSBAWM E RANGER, 2022, p. 17).

Os autores vão além e categorizam ainda as tradições inventadas em realizada oficialmente e não oficialmente. As invenções oficiais - também chamadas de políticas, seriam aquelas originadas principalmente em estados ou movimentos sociais e políticos, ou mesmo as criadas por eles. As não oficiais – ou sociais - por sua vez, consistem naquelas geradas por grupos sociais sem organização formal, “ou por aqueles cujos objetivos não eram específica ou conscientemente políticos, como os clubes e grêmios, tivessem eles ou não também funções políticas (HOBSBAWM e RANGER, 2022, p. 333).

Tomando como base as categorias do historiador britânico, podemos classificar as tradições inventadas em torno dos clubes de futebol como sociais – como já indica o autor- dos tipo b) e c) predominantemente, uma vez que o seu objetivo é legitimar a instituição e a sua identidade organizacional, bem como induzir valores e padrões de comportamentos aos seus torcedores. No que tange o Corinthians, clube tema dos objetos da presente pesquisa, podemos citar como exemplo as construções simbólicas de ‘Time do Povo’, ‘Fiel Torcida’ e time de luta e liberdade.

Hobsbawm e Ranger (2022) ressaltam que toda tradição inventada faz uso da história como legitimadora das ações e como cimento da coesão grupal, o que fica explícito ao abordarmos as construções simbólicas em torno do Corinthians. A partir de uma memória proveniente da tradição operária do clube, fundado por trabalhadores humildes – como mostra o tópico anterior- elementos do passado passaram a ser repetidos e trazidos para o presente a fim legitimar a identidade da agremiação e o identificar com as camadas populares. Um dos principais símbolos desse processo é a frase dita pelo primeiro presidente do clube, o alfaiate Miguel Bataglia, que afirmou: “O Corinthians vai ser o time do povo e o povo é quem vai fazer o time”²¹.

Santos e Rocco Júnior (2017), ao abordar a temática, destacam que, como tradição inventada, o ‘time do povo’ foi identificado e explorado como estratégia para a criação que diferencia o clube dos demais, tornando-se um ativo pautado na formação de uma memória que marca sua identidade.

A memória oficial do clube, estampada em sítio oficial e repetida sempre por pessoas envolvidas com o futebol. Jogadores, treinadores, jornalistas, psicólogos, sociólogos, pessoas de destaque na sociedade, todos identificaram o SCCP como ‘time do povo’. A partir do início do século XXI, os gestores do clube passaram a potencializar esse discurso e a perceber a possível vantagem adquirida na competição por mais torcedores e receitas. Não é apenas um time de futebol. É o ‘time do povo’ (SANTOS e ROCCO JUNIOR, 2017, p. 57).

O mesmo ocorre com a composição do clube paulista enquanto um time de luta e liberdade, pautada pela militância política de esquerda de alguns de seus grandes ídolos, cujo símbolo principal consiste no movimento conhecido como Democracia Corinthiana. O clube potencializa o referido episódio, bem como os seus signos, retomando-o constantemente. Um exemplo pode ser visto na imagem a seguir, que consiste em um

²¹ Esta discussão é aprofundada no capítulo 5 do presente estudo, onde expõe-se a análise da pesquisa.

tweet postado pelo Corinthians no dia 15 de setembro de 2021, data em que se comemora o Dia Internacional da Democracia.

Figura 8 – Corinthians relembra Democracia Corinthiana



Fonte: Corinthians (2023, setembro). Reprodução/Twitter

Recorre-se novamente a Hobsbawm e Ranger (2022) para quem, “contudo, na medida em que há referência a um passado histórico, as tradições ‘inventadas’ caracterizam-se por estabelecer com ele uma continuidade bastante artificial” (p. 8). O que pode ser exemplificado, entre outros fatores, pelas camisas do Sport Club Corinthians Paulista. A Democracia Corinthiana voltou a ser lembrada pelo clube como inspiração para os modelos de camisa da temporada 2023/2024. O destaque foi a camisa 3 - retratada pela imagem a seguir -, na cor amarela, em referência à cor do movimento Diretas Já.

Figura 9 – Camisa inspirada na Democracia Corinthiana



Fonte: Corinthians (2023b, setembro).

No entanto, as camisas foram comercializadas por R\$ 300,00 e R\$ 700,00, nas versões torcedor e jogador, respectivamente²². Tais valores não condizem com a construção simbólica de ‘Time do Povo’ ou mesmo podem ser adquiridas com facilidade pela maior parte da torcida corinthiana. De acordo com pesquisa realizada pelo Ibope Repucom (2020) acerca do DNA do torcedor corinthiano, a maior parte da torcida (31%) tem renda de 1 a 2 salários mínimos. Ao considerar o valor do salário mínimo em 2023, R\$ 1.320,00, para adquirir o terceiro uniforme do Corinthians para a temporada, o corinthiano comprometeria 22,7% do salário na versão torcedor da camisa, ou ainda 53% na versão jogador.

Para Hobsbawm e Ranger (2022), a ‘tradição inventada’ pode ser entendida como um conjunto de práticas que normalmente são reguladas por regras tácita ou abertamente aceitas. O autor completa afirmando que,

tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente, uma continuidade em relação ao passado. Aliás, sempre que possível, tenta-se estabelecer continuidade com um passado histórico apropriado (HOBSBAWM E RANGER, 2022, p. 8).

²² A linha ‘Jogador’ é composta por peças idênticas às usadas pelos atletas do clube. A diferença para as camisas da linha ‘Torcedor’ consistem em detalhes como o selo de originalidade bordado em dourado, ou especificidades que variam a cada versão, como um bordado na gola.

Esses apontamentos podem ser ilustrados pela construção simbólica de ‘Fiel Torcida’. A palavra Fiel passou a designar a torcida corinthiana a partir da década de 1930, em virtude do seu crescimento apesar de um período de cinco anos sem títulos no futebol²³. O fato volta a se repetir durante o jejum de quase 23 anos entre 1955 e 1977. Destaca-se ainda neste período, a Invasão Corinthiana ao Maracanã em 1976. Assim, a partir da apropriação histórica e a fim de estabelecer uma continuidade em relação ao passado criou-se a concepção de que a torcida corinthiana jamais abandona o clube.

Ao rememorar tais episódios, o clube estimula a fidelidade do torcedor independente do momento vivido pela equipe. Ademais, tal construção simbólica também funciona como um mecanismo de diferenciação em relação aos demais torcedores, posicionando o corinthiano como o ‘único’ que não abandona o time em quaisquer circunstâncias. Em consonância com o exposto por Hobsbawm e Ranger (2022), a designação como ‘Fiel Torcida’ imbuí ao torcedor algumas normas de comportamento, como jamais vaiar a equipe durante os 90 minutos de jogo, ou nunca deixar o estádio antes do fim da partida.

Um exemplo de continuidade desse passado na história recente, que legitima a fidelidade do torcedor corinthiano ocorreu com o rebaixamento da equipe para a série B do Campeonato Brasileiro em 2007. Na ocasião, surgiu nas arquibancadas o canto ‘Eu nunca vou te abandonar, porque eu te amo’. No entanto, é possível observar atualmente o não cumprimento dessa norma por parte da torcida. Em maio de 2022, por exemplo, após uma sequência de cinco empates, o Corinthians foi vaiado ainda durante os 90 minutos de jogo, comportamento que não era comum à torcida. O fato pode encontrar explicação na modernização e espetacularização do futebol. O chamado futebol moderno tem encetado discussões acerca do comportamento dos torcedores nos estádios.

Com a alteração do público, decorrente do encarecimento no preço dos ingressos, nota-se um aumento do chamado torcedor-espectador (COSTA, 2010), aquele que normalmente possui um menor grau de envolvimento com o clube, ocupa os setores mais caros dos estádios, consome os produtos oficiais vendidos nas lojas das Arenas e, ao pagar pelo produto ‘jogo de futebol’, se sente no direito de vaiar os jogadores quando a atuação não os agrada. Tal comportamento infringe as ‘regras’ e os ‘valores’ inculcados nos torcedores de menor poder aquisitivo e maior envolvimento emocional com o clube,

²³ Ver página 104.

aqueles que ocupam as antigas ‘gerais’ e que normalmente integram as torcidas organizadas.

A invenção das tradições consiste, portanto, em um processo de formalização e ritualização, que se caracteriza por referir-se ao passado, mesmo que apenas pela imposição da repetição. Para tal, faz-se uso de elementos antigos na elaboração de novas tradições inventadas. “Sempre se pode encontrar, no passado de qualquer sociedade, um amplo repertório destes elementos; e sempre há uma linguagem elaborada, composta de práticas e comunicações simbólicas” (HOBSBAWM E RANGER, 2022, p. 13). A história do Sport Club Corinthians Paulista e as construções simbólicas edificadas ao longo da trajetória do clube atestam o exposto por Eric Hobsbawm e Terence Ranger.

Ainda segundo Hobsbawm e Ranger (2022), os elementos que integram uma constituição simbólico-cultural não são uma mera reunião de itens e coisas, mas organizam-se seguindo um padrão que afirma a relação entre estes elementos, determinando seu valor. Trata-se, portanto, de uma manipulação consciente dos símbolos. Ao longo dos anos, os gestores do Corinthians se apropriaram de momentos da história do clube com grande apelo emocional, bem como dos símbolos construtores e decorrentes destes episódios para constituir a agremiação como algo além da modalidade esportiva, buscando diferenciar o clube e sua torcida dos demais, tornando-os únicos.

Faz-se necessário ressaltar que o presente capítulo apresenta um relato restrito de um assunto vasto e complexo. Levando em consideração os objetivos da presente pesquisa, o que se buscou executar aqui foi uma breve descrição dos temas e ramificações fulcrais à análise, na espera de que estes, aplicados ao contexto histórico do Sport Club Corinthians Paulista, ofereçam uma explicação acerca do modo como os produtos editoriais aqui analisados compuseram as construções simbólicas de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’.

Desse modo, o capítulo seguinte abordará a análise dos três produtos editoriais que compõem o corpus da pesquisa, buscando mapear as construções simbólicas presentes nas obras, bem como problematizar os significados que integram o imaginário do clube paulista enquanto ‘Time do Povo’ e do seu torcedor como ‘Fiel Torcida’.

CAPÍTULO 5 – PRORROGAÇÃO: DO MYTHOS AO LÓGOS - AS CONSTRUÇÕES SIMBÓLICAS EM TORNO DO CORINTHIANS

Em tempos de futebol pós-moderno e midiático, se diferenciar das agremiações rivais podem proporcionar significativas vantagens competitivas. Com este esporte transformado em negócio, os clubes passaram a absorver características empresariais em todos os setores, o que levou a uma crescente preocupação com a imagem da organização esportiva e com o relacionamento com os torcedores. A fim de evitar a dependência dos bons resultados dos jogos e campeonatos, estas instituições passaram a se empenhar em criar novas fontes de renda e a oferecer aos torcedores uma experiência especial como forma de manter o seu engajamento em momentos difíceis.

E uma das estratégias adotadas pelos gestores tem sido a constituição do clube como algo além da modalidade esportiva. Assim, o torcedor sente-se parte integrante de uma instituição única, mantendo-se leal e engajado com o seu clube do coração. Neste contexto, a mídia possui papel de destaque, contribuindo para a aquisição dos valores ditados pela sociedade do consumo. Produtos editoriais midiáticos, como os inclusos no corpus de análise da presente pesquisa, funcionam como mediadores das construções simbólicas que forjam a identidade organizacional dos clubes e ensejam em seus torcedores a ideia de unicidade.

Assim, na perspectiva do presente estudo, propomo-nos a produzir compreensões a partir da descrição e interpretação de alguns dos sentidos que a leitura de um conjunto de textos pode suscitar. Assumindo os textos como significantes, pretende-se construir compreensões acerca das construções simbólicas que concebem a identidade do Sport Club Corinthians Paulista, bem como do torcedor corinthiano; indicando a forma com que cada obra literária integrante do corpus de pesquisa compõe tais conceitos simbólicos. A partir da análise do material coletado, busca-se levantar discussões a respeito do discurso produzido pelo referido corpus, além de compreendê-lo como mediador das construções simbólicas e instrumentalizador de identidades coletivas.

Parte-se então para a unitarização dos textos, primeira etapa da Análise Textual Discursiva (MORAES, 2003). Com essa fragmentação objetiva-se perceber os sentidos dos textos em diferentes limites. Entretanto, faz necessário ressaltar que um limite final e absoluto nunca é atingido. A fragmentação dos textos se concretiza com a identificação e codificação de cada elemento fragmentado destacado, originando as unidades de análise.

Cada unidade consistirá em um elemento de significado referente às construções simbólicas de ‘Time do Povo’ e/ou ‘Fiel Torcida’.

Moraes (2003) chama atenção para o fato de que a fragmentação sempre tende a uma descontextualização. Logo, o autor destaca a importância de se “reescrever as unidades de modo que expressem com clareza os sentidos construídos a partir do contexto de sua produção” (MORAES, 2003, p. 195). Os tópicos seguintes apresentam, portanto, a transcrição das unidades de análise identificadas em cada um dos produtos editoriais que compõe o corpus da pesquisa. Posteriormente, organiza-se tais unidades de acordo com as categorias previamente estabelecidas, buscando problematizar as construções simbólicas considerando a sua subjetividade.

5.1 Coração Corinthiano

Conforme explicitado anteriormente, o livro *Coração Corinthiano* de Lourenço Diaféria foi publicado em 1992. A obra que resgata a história do Sport Club Corinthians Paulista está organizada em pequenos capítulos, num total de 76, onde são abordados os principais fatos históricos e os maiores ídolos, além de algumas curiosidades que fizeram parte da trajetória do clube paulista até aquele momento. O livro apresenta imagens de alguns dos troféus conquistados pelo time, dos primeiros ídolos e personalidades marcantes, bem como ilustrações dos escudos, da mascote e fotos das primeiras partidas. Entretanto, em decorrência dos objetivos da pesquisa, a análise de limitará ao texto.

Já no prefácio do livro, o texto de Félix Braun - então diretor-presidente da Nestlé -, posiciona o Corinthians como um clube distintivo ao afirmar: “O Corinthians ilustra com perfeição o culto do brasileiro ao futebol. Todos nós temos algum sentimento em relação ao clube. Inspirador e alvo de um sentimento misto de amor e ódio, reúne fanáticos aliados e adversários mortais das mais diversas procedências no Estado de São Paulo” (BRAUN *apud* DIAFÉRIA, 1992, p. 9). A declaração sugere a impossibilidade de se ser indiferente ao clube. Alguns o amam, outros o odeiam, mas todos sentem algo pelo Corinthians, fato que insinua uma grande importância da agremiação no cenário futebolístico.

Durante toda a obra, reforça-se a construção simbólica de ‘Time do Povo’, destacando a origem humilde de seus fundadores e o ideal de um clube que fosse para todos, bem como as dificuldades financeiras enfrentadas no início e a colaboração do ‘povo’ corinthiano em diversos episódios da trajetória do clube. Como mostra a unidade

de análise destacada a seguir, um dos principais signos transmissores desta construção simbólica é o lampião a gás, sob o qual o Corinthians foi fundado.

De gorro na cabeça, para enfrentar a garoa, à luz daquele lampião de luz azulada, os operários estavam acertando como seria o novo *club*. Não escolheram o signo do lampião de gás por serem românticos. Simplesmente, não tinham sede. Não tinham o dinheiro do Minas Gerais, um outro clube recém-criado em maio daquele ano e que dispunha de sede, mesa, cadeiras, livro de atas e diretoria completa (DIAFÉRIA, 1992, p.20).

O trecho acima atesta que a presença do lampião no episódio de fundação do clube não consiste em uma escolha poética, endossando a origem humilde dos fundadores, e por consequência, da agremiação. A aceitação de jogadores negros no quadro da equipe também é usada para ilustrar o ideal de ‘Time do Povo’, um time que acolhesse a todos, independente na cor da pele ou da classe social, como exemplifica a unidade de análise a seguir.

No campo do Velódromo, nem pensar em entrar preto nos *teams*. O ‘*football* grã-fino’ tinha preconceito de cor, mas a bola não. A bola se afeiçoara aos pés dos negros, e estes sabiam trata-la com um carinho surpreendente. O Paraíso, o Diamantino e o Onze de Agosto eram *teams* de negros. O Botafogo era café-com-leite. Jogava lá, e bem, Davi, um dos primeiros ‘escurinhos’ a tingir com a cor de sua arte o esporte branquicela. Os cinco rapazes operários queriam que o novo *club* da cidade fosse assim: branco-e-preto. Se soubesse jogar, não importava a cor da pele (DIAFÉRIA, 1992, p.19).

Diaféria (1992) ressalta o jogador Davi, que atuou pelo Botafogo e pelo Corinthians, sendo considerado um dos melhores centro-médios do futebol de São Paulo, e apontado por muitos como o primeiro jogador negro a ser reconhecido como craque, como um ídolo. “O primeiro a conseguir romper a muralha do preconceito e da discriminação racial no futebol paulista. Davi chegou a vestir a camisa do Sport Club Corinthians Paulista e era amado pela torcida (DIAFÉRIA, 1992, p. 60).

A obra destaca ainda que o ideal de um clube que abrigasse a todos valia também para as arquibancadas. Diaféria (1992) afirma que o propósito dos fundadores era que a torcida se formasse com pessoas de todas as camadas sociais e de diferentes origens, como se pode comprovar no trecho abaixo.

Um clube que fizesse vibrar pelas cores do mesmo *team* os marmanjos que amassavam o barro da várzea na olaria do Manfredo Mayer — a primeira da cidade de São Paulo e a única do Bom Retiro —, o pessoal dos escritórios da Companhia de Gás, os balconistas da Ao Paraíso das

Andorinhas, e as ‘intalianignas’ que faziam piquenique na Estação da Luz e nas matas da Cantareira (DIAFÉRIA, 1992, p. 25).

Segundo Diaféria (1992, p. 20), a origem humilde dos fundadores do Corinthians influenciou também a escolha do primeiro presidente do clube. O autor frisa que “os cinco operários tinham apenas a rua e os lampiões de gás” e precisavam alugar o seu primeiro campo. O Campo do Lenheiro era um lugar ideal, “era um terreno grande, dava sossegado para um campo de futebol e sobrava muito espaço para a torcida ficar em volta”. No entanto, os operários precisavam de ajuda para arcar com o aluguel.

O aluguel do terrenão ficava em 30 mil réis por mês.

Um olhou para a cara do outro e todos pensaram a mesma coisa:

“Vamos falar com o Miguel Bataglia.”

Foi assim que, sem nem lhe passar pela cabeça, o alfaiate Miguel Bataglia estava sendo escolhido, por antecipação, para ser o futuro presidente daquele modesto *team* que hoje é o timão (DIAFÉRIA, 1992, p. 20).

Faz-se necessário ressaltar que, apesar de citar Miguel Bataglia em mais algumas passagens do livro, Diaféria (1992) não aborda uma das mais marcantes frases da história do Corinthians, atribuída justamente ao alfaiate escolhido como primeiro presidente da instituição: “O Corinthians vai ser o time do povo, e o povo é quem vai fazer o time”. O que não falta na obra de Diaféria (1992), no entanto, é uma certa poeticidade ao versar a respeito da mística em torno do clube do Parque São Jorge. E para este autor, a sua origem está justamente no ‘povo’.

Quem quer que tente explicar ou entender a ‘mística corinthiana’, ou que outro nome tenha essa paixão, esse arrebatamento, esse fenômeno singular que os próprios corinthianos, muitas vezes por não poderem explicar-se a si próprios, chamam de “religião” — no sentido de algo que os religa a uma aspiração maior e coletiva, uma religião ainda que pitoresca, pictórica e até esdruxula (para os olhos dos infieis e dos pagãos), com seus ídolos (jogadores, técnico, o presidente do clube, às vezes determinados elementos da torcida), seus altares (o estádio, a quadra, a pista, a raia, o ringue), suas devoções particulares e públicas, seu culto e seus sacrifícios (praticados sob o sol, sob os vendavais, sob a calmaria e sob as tempestades) —, quem quer que adentre no labirinto desse “mistério” brumoso em busca da luz da revelação irá encontrar, na raiz de tudo: o povo.

O Corinthians não é simplesmente um clube ‘popular’.

O Corinthians ‘é o povo’! (DIAFÉRIA, 1992, p. 59).

Para Diaféria (1992), a origem humilde do Corinthians opera ainda como um elemento construtor da agremiação como algo além de um simples clube de futebol. Como evidencia a unidade de análise abaixo, o Timão seria uma manifestação no cenário

nacional, com um importante papel na luta de classes, contribuindo para a instauração de um novo modelo social.

Começa que ‘clube dos operários’ não é uma força de expressão. E aí de quem interprete isso com sentido pejorativo ou de disfarçado desprezo. Entenda-se o Corinthians Paulista, isso sim, como uma das manifestações mais sérias ocorridas na sociedade brasileira dentro do movimento de emancipação do operariado paulista — e, logo, brasileiro (DIAFÉRIA, 1992, p. 67).

Ainda no cenário de lutas sociais em âmbito nacional, o Sport Club Corinthians Paulista ganhou destaque com a Democracia Corinthiana. E para Diaféria (1992) este movimento ocorrido no clube assevera suas raízes populares, de luta e liberdade, como exemplifica o trecho a seguir.

Mas há quem pense exatamente o contrário e garanta que jamais o Corinthians Paulista foi tão povo, tão fiel às suas raízes e tradições de liberdade e luta, do que naqueles anos em que, a partir da decisão do presidente Waldemar Pires, o futebol passou a ser gerido pela inspiração do sociólogo Adilson Monteiro Alves. Curiosamente, nem todos os jogadores apoiavam a Democracia Corinthiana, que no fundo representava uma abertura liberal nas relações entre os jogadores e os dirigentes. Mas parece indiscutível que as decisões, dentro daquele ousado projeto, passavam a ser tomadas não de cima para baixo, autoritariamente, mas de baixo para cima, prevalecendo a opinião da maioria (DIAFÉRIA, 1992, p. 332).

Diaféria (1992) relaciona ainda a construção simbólica de ‘Time do Povo’ à de ‘Fiel Torcida’. A partir de uma declaração do primeiro historiador do clube²⁴, o autor da obra *Coração Corinthiano* fortalece a crença de que o povo foi a base do Sport Club Corinthians Paulista, destacando a fidelidade do corinthiano. Assim, o autor diferencia a torcida corinthiana das demais colocando-a como causadora de inveja nos times rivais.

Quando Antoninho de Almeida, o homem que carrega a história do alvinegro na mente e no coração, diz que o Corinthians é “o clube construído pelo povo”, ele não exagera uma vírgula. E é o povo quem prossegue sendo a estrutura invisível do clube, depois de ter sido sua base e seus alicerces. Mas invisível, em termos. É a alma do povo que se materializa nas arquibancadas e gerais dos estádios ao longo de décadas, independente de o time estar bem ou mal, independente de vitórias ou derrotas, independente de crises ou glórias. Os adversários pasmam. Os desafetos se remoem de inveja. Os indiferentes dissimulam sua admiração (DIAFÉRIA, 1992, p. 67).

²⁴ Antoninho de Almeida, o “seu” Toninho, foi o primeiro historiador oficial do Sport Club Corinthians Paulista, um dos maiores conhecedores da história do clube (<https://twitter.com/Corinthians/status/1667245177600200730>).

Outra estratégia de diferenciação da torcida corinthiana usada por Diaféria (1992) é a ideia de que ela teria surgido antes mesmo da consolidação do clube. De acordo com este autor, desde as primeiras reuniões, o time já contava com um grupo de simpatizantes, além dos seus fundadores, como retrata a unidade de análise a seguir.

O novo clube do Bom Retiro tinha os cinco fundadores e um grupo de simpatizantes, que a partir do dia 1º de setembro passaram a se reunir ora na barbearia do Salvador Bataglia, ora na confeitaria do Desidério. Não se pode dizer que ambos os locais fossem exatamente uma sede. Eram pontos de encontro da “torcida do *team*”, antes mesmo de existir o *team* (DIAFÉRIA, 1992, p. 40).

Nesse contexto, Diaféria intensifica a concepção de que o Corinthians é uma torcida que tem um time, e não o contrário, como ocorre com outras agremiações. O Corinthians seria a própria torcida. Para o autor, o clube teria nascido da devoção do seu torcedor e sobrevivido graças a ele. A unidade de análise abaixo aponta ainda para uma particularização do sentimento que liga o corinthiano ao time do Parque São Jorge, designado como um pacto.

Os outros clubes são fundados e depois conquistam sua torcida. O Corinthians Paulista é a torcida que inventou uma devoção particular e a transformou num clube. Mesmo sem nome definido, o clube do Bom Retiro já era dono de uma torcida. Tinha feito um pacto com ela, gerado uma simbiose, armado uma união. Daí vem a energia, a base, a seiva que explica a sobrevivência do Corinthians Paulista, mesmo quando tudo e todos parecem conspirar contra sua existência (DIAFÉRIA, 1992, p. 302).

Ainda no que se refere à torcida, Diaféria (1992) aborda a alcunha de ‘Fiel’ pela primeira vez ao descrever os barcos de que dispunha o Departamento de Remo do clube no final da década de 1930. Como evidencia o tópico 3.4 da presente pesquisa, o apelido foi dado à torcida corinthiana por volta de 1937, e para o autor, um dos barcos teria sido assim nomeado justamente em homenagem à torcida.

O termo “Fiel”, que dava nome ao barco corinthiano, sem dúvida referia-se a uma homenagem à torcida. Acredita-se que foi por volta de 1937 que a palavra passou a designar a entusiástica torcida, que aumentava em número apesar de o time não levantar título no futebol havia já cinco anos! (DIAFÉRIA, 1992, p. 240).

Novamente segundo Diaféria (1992), ‘Fiel’ é o sinônimo perfeito para a torcida corinthiana. E, como explicita a unidade de análise a seguir, o autor se utiliza de um

episódio da história do clube para comprovar a veracidade da sua afirmação e destacar ainda a fé da torcida.

Todavia, mesmo com toda fé da Fiel (o melhor sinônimo perfeito até hoje inventado para definir a torcida corinthiana), São Jorge não estava resolvendo o problema (DIAFÉRIA, 1992, p. 263).

O episódio em questão trata-se dos quase 23 anos sem conquistar um título de expressão no futebol, o que para Diaféria (1992) faz do Corinthians um clube predestinado. O autor ressalta ainda que, apesar do mal momento, o amor da torcida pela instituição aumentou.

Um clube de futebol que aguarda 22 anos e 8 meses na fila de espera do título de campeão, e nem por isso perde o rebolado, e nesse tempo todo continua crescendo, cada vez mais amado pela torcida fiel, um clube assim é predestinado (DIAFÉRIA, 1992, p. 260).

A fim de seguir configurando a Fiel Torcida como única, diferente de todas as outras, Diaféria (1992) recorre a Carbone, atacante do Corinthians nos anos 50. Além de frisar que o atleta se trata de um corinthiano - frequentador da sede do clube -, o fato de trazer a declaração de um jogador que vestiu a camisa da equipe, e conheceu de perto a torcida, legitima a sua visão.

Para Carbone, corinthiano sempre — volta e meia ele está no Parque — , a torcida do Corinthians é alguma coisa fenomenal. “Ela não aparece; a torcida do Corinthians nasce.” (DIAFÉRIA, 1992, p. 282).

A poeticidade e o romantismo são novamente usados por Diaféria como estratégia para explicar o papel da torcida na história do clube. Para ele, a Fiel Torcida é fundamental, sem a qual o Corinthians não teria sentido.

O Corinthians sem o torcedor seria um Boeing sem turbinas, um navio sem lastro e sem leme, uma ponte de aço cortada ao meio entre duas margens de rio. Não teria sentido. Nem sentido, nem nome, nem nada. Simplesmente não seria o Corinthians Paulista (DIAFÉRIA, 1992, p. 302).

Diaféria destaca ainda que o clube tem ciência da importância do seu torcedor, citando o monumento construído em homenagem à torcida corinthiana no Parque São Jorge, sede do clube. O autor recorre a frases que compõem o texto gravado no obelisco para posicionar a Fiel Torcida como um exemplo a ser seguido, ressaltando que ela se faz presente ao lado do clube em todos os momentos.

O monumento está ali por uma obrigação de consciência de quem sabe o que é o Corinthians, quem o fez, quem o sustenta, quem não o deixa esmorecer nas horas escuras, e quem com ele brilha nas horas de glória e alegria. “Torcida que vibra, entusiasmo, sofre, aplaude e delira. Torcida exemplo, sempre coesa e una, nas horas claras e nos momentos crepusculares. Torcida razão primordial de todas as vitórias” (DIAFÉRIA, 1992, p.303).

Ainda no que tange à fidelidade da torcida corinthiana, Diaféria (1992) salienta a capacidade de manter a sua torcida fiel como uma das principais características do clube, afirmando que a base desta fidelidade é o amor do torcedor para com a agremiação.

Independente do número de associados de recibo em dia e carteirinha, o Corinthians é tido como uma agremiação privilegiada no que se refere ao apoio popular. Tem sido uma das principais características da sua história essa enorme capacidade de conquistar a torcida, mantê-la fiel (e Fiel é o apelido mais grato a essa torcida) nas horas escuras ou luminosas, e ter como base dessa fidelidade imbatível não simplesmente a admiração pelo clube, mas, principalmente, o amor ao clube. O Corinthians é uma comunidade de pessoas que o amam e provam isso nas gerais, numeradas e arquibancadas (DIAFÉRIA, 1992, p. 373).

Por fim, na última unidade de análise a se destacar no que concerne a categoria ‘Fiel Torcida’, Diaféria (1992) define o ‘Corinthianismo’ e afirma que sua origem data de 1915. Naquele ano o Corinthians enfrentou grandes problemas financeiros, sendo obrigado a pedir um empréstimo do qual a garantia foram os móveis do clube. Uma comissão de associados chegou a ser nomeada para examinar as contas. E segundo Diaféria (1992), um grupo de sócios se comprometeu a pagar uma quantia mensal como uma contribuição para que a sede pudesse ser mantida, instaurando definitivamente o Corinthianismo.

O ‘corinthianismo’ — essa capacidade de irmanar e unir pessoas de diferentes origens e diferentes pensamentos e diferentes condições sociais num mesmo sentimento de solidariedade para com um clube transformado em fonte de emoção — tinha sido plantado no coração do povo (DIAFÉRIA, 1992, p. 155).

O trecho reforça ainda a construção simbólica de ‘Time do Povo’, ao afirmar que esse sentimento, essa devoção, esse pacto do torcedor para com o Corinthians é capaz de unir as mais diferentes pessoas. Prontamente, é possível observar que em sua obra, Diaféria (1992) recorre principalmente à emoção para estabelecer o Corinthians e a sua torcida como algo único. O autor faz uso da poeticidade e do romantismo em seu texto,

buscando legitimar as construções simbólicas de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’ com momentos da história do clube.

A fim de realizar posteriormente a comparação entre as unidades de análise componentes de cada categoria, a fim de aferir possíveis divergências entre as obras, o tópico seguinte apresenta o processo de unitarização da *Bíblia do Corintiano*, segundo produto editorial integrante do corpus de pesquisa.

5.2 Bíblia do Corintiano

Como mencionado anteriormente, de autoria de Celso Unzelte, a *Bíblia do Corintiano: livro e documentos históricos de um centenário de conquistas* foi lançada em 2010 em comemoração ao centenário do Corinthians. A obra consiste em uma caixa composta pelo livro em formato de bíblia e fac-símiles de documentos históricos do clube, num total de 30 itens a saber:

- 1) *Bíblia do Corintiano*: livro de 304 páginas com as músicas criadas pela torcida, os ‘santos’ e ‘anjos’ artilheiros que se consagraram no time, as orações para dar sorte antes dos jogos, os maiores jogos, as partidas históricas, os times corintianos do Brasil e do mundo, e estatísticas;
- 2) Flipbook com o gol de Basílio de 1977, no jogo contra a Ponte Preta pelo Campeonato Paulista;
- 3) Diário do professor José Teixeira com as anotações dos treinos de 1977;
- 4) Livro do jogo comemorativo entre Corintian-Casuals e veteranos, em 1988;
- 5) Diploma de participação neste jogo histórico de 1988;
- 6) Revista *Placar* com os desenhos de Gepp e Maia dos 73 gols da campanha Paulista de 1977;
- 7) *Revista do Esporte Club Corinthians Paulista* de 1933;
- 8) *Gazeta Esportiva* de 1955, com a conquista do IV Centenário;
- 9) *Gazeta Esportiva* de 1982, com a manchete do 18º título do Timão;
- 10) *Gazeta Esportiva* de 1990, com a manchete do título do Campeonato Brasileiro;
- 11) *Jornal O Commercio de São Paulo* de 1910, com o registro da fundação do clube;
- 12) Ata da Assembleia dos sócios do clube, de 1913;
- 13) Charge do Laerte com homenagem ao hino do Corinthians;
- 14) Ingresso do jogo Corinthians X Fluminense de 05/12/1976, no Maracanã;
- 15) Ingresso do jogo Corinthians X Ponte Preta de 13/10/1977, no Morumbi;
- 16) Ingresso do jogo Corinthians X São Paulo de 16/12/1990, no Morumbi;

- 17) Ingresso da final do Campeonato Mundial Interclubes Fifa de 2000, no Maracanã;
- 18) Ingresso de *Fiel - O filme*, de 2009;
- 19) Diploma de Campeão de Futebol de 1922;
- 20) Porta-retrato do Esquadrão Mosqueteiro de 1910;
- 21) Cartão de recordação do bicampeonato Paulista de 1951-52;
- 22) Cartão-postal do Parque São Jorge;
- 23) Foto autografada do goleiro Gilmar;
- 24) Partitura do primeiro hino corintiano, de 1930;
- 25) Folheto de cordel *O sapo que desgraça o Corinthians* (Franklin Maxado, 1976), sobre os anos de jejum;
- 26) *Jornal Coração* de 1977, com as matérias da conquista do título;
- 27) Envelope com o autógrafo dos jogadores que quebraram o tabu de 22 anos;
- 28) Flâmula do título paulista de 1979;
- 29) Cartão de Natal de Vicente Matheus;
- 30) Convite de inauguração do memorial, de 2008.

Daremos início à unitarização do corrente objeto pelo livro-memorabilia. Impresso em papel bíblia, a obra equipara-se à antologia de textos religiosos organizando-se em oito capítulos, subdivididos em versículos. As similitudes com a Bíblia Sagrada mantêm-se no primeiro capítulo, intitulado Novo Testamento Alvinegro, onde o clube do Parque São Jorge é definido como uma religião seguida por seus Fiéis, como explicita a o trecho a seguir.

Mais que um time, o Corinthians é uma verdadeira religião, seguida por mais de vinte milhões de Fiéis. Como toda religião, o “corintianismo” tem também suas orações, que devem ser feitas nos templos do futebol brasileiro, como Pacaembu, Morumbi, Maracanã, e em todos os outros templos espalhados pelo mundo, desde que o Coringão esteja jogando por lá (UNZELTE, 2010, p. 5).

Além de denominar essa religião como corintianismo, o excerto retrata outra comparação no âmbito religioso, colocando os estádios de futebol como templos. As orações às quais se referem o autor consistem na oração a São Jorge, padroeiro do clube, a Santo Expedito, conhecido como o santo das causas urgentes - oração esta que, segundo Unzelte (2010, p. 7), deve ser proferida “quando a coisa ficar feia” e o Timão “precisar de um verdadeiro milagre”; e a Oração ao Corinthians, que se assemelha ao Pai Nosso - oração do cristianismo-, como retrata a figura a seguir.

Figura 10 – Oração ao Corinthians

1 Oração ao Corinthians
 Coringão que estais no céu,
 Reverenciado seja vosso nome,
 Venha a nós vossa raça,
 Ganhando cada vez mais títulos,
 Seja Paulista e Copa do Brasil,
 Assim como Brasileiro, Libertadores e Mundial.
 Corinthians, que a cada dia amo mais,
 Jogai pelos milhões de torcedores da Fiel,
 Que vossos jogadores honrem a camisa e a tradição,
 E não os deixais cair em desânimo,
 Mas livrai-os das “botinadas” dos rivais,
 Amém!

Fonte: Unzelte (2010).

Na sequência, Unzelte (2010) apresenta algumas canções da torcida afirmando que elas são “essenciais para acompanhar os ‘cultos’ nos estádios” (p. 7); bem como os principais jogadores que vestiram a camisa do clube, colocados como “santos de casa” (p. 10); realizando mais uma vez a analogia com a religião. Alguns dos atletas citados são: Santo Wladimir, São Roberto Rivelino, São Zé Maria, e até São Ronaldo Fenômeno. Neste contexto, Basílio, jogador que ganhou o apelido de Pé de Anjo, é destacado por pelo autor:

Basílio, o Pé de Anjo - Este nem precisa ser santificado. Basílio ganhou o Paraíso quando fez o gol do título paulista de 1977. Por essa razão, Basílio continua sendo o mais importante dos nossos arcanjos (UNZELTE, 2010, p. 241).

Ainda na esfera de comparação religiosa, Unzelte (2010) relaciona a fé do torcedor corinthiano à ideia de superação das dificuldades por parte do Club.

Milagres também a longo prazo - A inabalável fé que o corinthiano deposita em seu time durante uma partida às vezes vale para um campeonato inteiro. E tem muito a ver com algumas historinhas do passado: todas elas comprovam que às vezes o Timão pode *parecer* derrotado, mas nunca está morto (UNZELTE, 2010, p. 95).

Desse modo, o Corinthians é qualificado como algo a mais que um simples clube de futebol, e sim como uma verdadeira religião - com suas orações, cantos, cultos e santos. Além de possuir os seus mais de 20 milhões de Fiéis - alcunha pela qual o torcedor corinthiano é conhecido -, detentores de uma fé inabalável. Assim, o autor também

diferencia o clube e os seus torcedores dos demais. Tal como Diaféria (1992), Unzelte (2010) corrobora a construção simbólica de ‘Time do Povo’ realçando a origem humilde de seus fundadores a despeito do elitismo em torno do futebol naquela época, como mostra a unidade de análise a seguir.

Os pais do Timão – Apesar de o futebol no Brasil do início do século XX ser um esporte praticado pela elite, cinco trabalhadores foram os responsáveis pela fundação do Corinthians. São eles: Joaquim Ambrósio e Antonio Pereira (pintores de parede), Rafael Perrone (sapateiro), Anselmo Correa (motorista) e João da Silva (trabalhador braçal). Todos eram funcionários da Estrada de Ferro São Paulo Railway, na capital paulista (UNZELTE, 2010, p. 22).

Outrossim, Unzelte (2010) ressalta que a condição de clube de várzea, de origem humilde, em meio a um esporte voltado para a elite, não impediu que a agremiação crescesse e buscasse um lugar junto às principais equipes daquele período. O autor destaca ainda a popularidade que o time alcançou na categoria com apenas dois anos de fundação.

Da várzea para o mundo – De 1910 a 1912, o Corinthians consolidou sua importância na várzea paulista, sendo considerado um dos times mais fortes e populares na categoria. Os dirigentes na época vislumbravam a possibilidade de crescer ainda mais e começaram a se mexer para filiar o clube à Associação Paulista de Esportes Atléticos (Apea), ou à Liga Paulista de Futebol (UNZELTE, 2010, p. 31).

A unidade de análise acima evidencia também a mentalidade dos fundadores e primeiros gestores que, desde os anos iniciais, almejavam o crescimento do clube e a sua entrada em uma das ligas responsáveis por organizar os torneios da época. O pensamento empreendedor dos dirigentes corinthianos é novamente salientado quando Unzelte (2010) aborda os presidentes da instituição; em especial Vicente Matheus, o dirigente que possui maior destaque.

O evangelho segundo Vicente Matheus - Engana-se quem pensa que Vicente Matheus era burro. Apesar da pouca escolaridade, tinha uma “sintonia fina” para grandes negócios. Nascido na Espanha, Matheus era empresário de sucesso e fanático pelo Corinthians, clube no qual, muitas vezes nos tempos difíceis, colocou dinheiro do próprio bolso para contratar jogadores e pagar dívidas (UNZELTE, 2010, p. 82).

O trecho acima assevera as dificuldades financeiras que o clube enfrentou, bem como o espírito de colaboração que reforça a construção simbólica de ‘Time do Povo’. Ademais, observa-se a aplicabilidade de mais uma analogia com a religião, o que

aproxima o Corinthians da sacralização. A unidade de análise adiante segue com a comparação ao santificar Vicente Matheus.

Entre os muitos dirigentes que fizeram a história do Timão, apenas um foi canonizado. Ele é Vicente Matheus, que presidiu o clube em três oportunidades e meia (1959-1961, 1972-1981 e 1987-1991). [...] Com a santificação, passou a se chamar São Vicente Matheus do Corinthians. Suas histórias e frases ficaram famosas, mesmo sendo muitas vezes sem pé nem cabeça. Várias delas não são verdadeiras e acabaram atribuídas a Vicente Matheus por conta da sua fama, fazendo parte do folclore do futebol (UNZELTE, 2010, p. 83).

Ainda no que tange os presidentes do Corinthians, a exemplo da obra anteriormente analisada, a *Bíblia do Corintiano* cita o alfaiate Miguel Bataglia como primeiro presidente do clube, porém não destaca a sua frase mais marcante. Entretanto, exemplifica a ideia de que o Corinthians foi construído pelo povo com outras ocorrências, como ilustra a unidade de análise abaixo.

Seis mil-réis – Foi quanto custou a primeira bola utilizada em jogos do Corinthians, comprada pelo tesoureiro do time, João da Silva, em uma loja da rua São Caetano, em São Paulo. O dinheiro veio de uma lista que correu as casas do bairro do Bom Retiro (UNZELTE, 2010, p. 22).

Ao abordar os estádios onde o Timão mandou seus jogos, Unzelte (2010) também atesta o povo como a base do Sport Club Corinthians Paulista, mostrando que por mais de uma vez, tanto jogadores quanto torcedores ajudaram o clube.

Todas as casas do Timão – O primeiro campo do Corinthians foi na rua dos Imigrantes, atual rua José Paulino, no bairro do Bom Retiro, centro de São Paulo. Quando o clube foi fundado, era um terreno baldio que precisou ser limpo e aplainado pelos jogadores (UNZELTE, 2010, p. 37).

Nesse âmbito, obra ressalta ainda o sistema de mutirão através do qual foi construído o primeiro estádio do Corinthians. A prática se repete em outros momentos da história do clube, assunto discutido de maneira mais aprofundada no tópico 5.4, referente à análise da presente pesquisa.

O clube inaugurou em janeiro de 1918 seu primeiro estádio, o da Ponte Grande. O terreno se localizava no mesmo local onde hoje é a Ponte das Bandeiras. Ele foi construído em tempo recorde pelos jogadores e torcedores do clube em sistema de mutirão. O Estádio da Ponte Grande acabou sendo vendido pelo clube para o São Bento da capital (UNZELTE, 2010, p. 37).

De acordo com Unzelte (2010), a ajuda da Fiel Torcida com relação aos estádios do clube não se limitou a mutirões. Com o objetivo de arrecadar fundos para a construção de uma Arena, alguns corinthianos criaram uma ONG. No entanto, o valor necessário não foi arrecadado.

Até os torcedores quiseram construir um estádio - Cansados das promessas, alguns torcedores corinthianos se mobilizaram e anunciaram a criação da ONG Cooperfiel, cuja função era arrecadar fundos para a construção de uma arena multiuso com 60 mil lugares em até 36 meses. O estádio seria construído na Marginal Pinheiros e seria entregue até o aniversário do centenário do clube. A arena seria batizada de Vicente Matheus, em homenagem ao ex-presidente do Corinthians, mas teria o apelido de Fielzão. O projeto consistia em arrecadar doações feitas pelos torcedores. O resultado não chegou nem perto dos valores necessários, cerca de 300 milhões de reais, e o projeto foi abortado em outubro de 2009 (UNZELTE, 2010 pp. 40-41).

Desde 2014 o Corinthians possui o seu estádio próprio, a Neo Química Arena, entretanto, o clube ainda detém uma dívida referente ao financiamento das obras junto à Caixa Econômica Federal. Por essa razão, a ideia de ajudar o clube financeiramente a partir da união da torcida ressurgiu em 2020, em uma iniciativa da principal torcida organizada do Corinthians, o Grêmio Gaviões da Fiel. Esse assunto é também melhor abordado no tópico 5.4 do presente capítulo.

Ainda no contexto da torcida corinthiana, Unzelte (2010) explica a origem da alcunha que a acompanha, destacando o seu entusiasmo e expansão apesar do momento difícil vivido pela equipe. Desse modo o autor explicita um comportamento incomum que posiciona a Fiel Torcida como especial, distinta das demais.

Fiel: a expressão foi dada em torno de 1937, em homenagem à entusiástica torcida corinthiana, que crescia bastante em termos de quantidade, apesar dos sete anos sem título (UNZELTE, 2010 p. 34).

A obra prossegue com a estratégia de diferenciação da Fiel Torcida recorrendo a declarações de outrem. A exemplo do efetuado por Diaféria (1992), intensifica-se a concepção de que o Corinthians é uma torcida que tem um time, e não o oposto, como aconteceria com as demais agremiações.

“Todo time tem uma torcida. No Corinthians, a torcida é que tem um time” [José Roberto de Aquino, jornalista] (UNZELTE, 2010, p. 163).

Conjuntamente, como retrata a unidade de análise a seguir, Unzelte (2010) ressalta a fidelidade do torcedor corinthiano, que não abandona o clube nos momentos de dificuldade, recorrendo a uma canção de Toquinho.

Corinthians do meu coração: do compositor corinthiano Toquinho. Interpretada com a participação do craque Sócrates no LP Aquarela, de 1983, virou uma espécie de hino extraoficial do Bicampeonato Paulista conquistado nos tempos da Democracia Corinthiana: “Ser corinthiano é ir além de ser ou não ser o primeiro, ser corinthiano é ser também um pouco mais brasileiro” (UNZELTE, 2010 p. 167).

A *Bíblia do Corinthiano* recupera ainda um trecho de uma crônica de Nelson Rodrigues para certificar o papel fundamental que a torcida corinthiana teve na semifinal do Campeonato Brasileiro de 1976, comprovando que torcida ganha jogo.

“Dizem os idiotas da objetividade que torcida não ganha jogo. Pois ganha. Na véspera da partida, a Fiel estava fazendo força em favor do seu time. Durmo tarde e tive ocasião de testemunhar a vigília da Fiel.” [Do tricolor Nelson Rodrigues em crônica no jornal O Globo, publicada no dia seguinte à vitória nos pênaltis do Corinthians sobre o Fluminense, que classificou o Timão para a decisão do Campeonato Brasileiro de 1976.] (UNZELTE, 2010, p. 162).

O fragmento também aproxima a torcida da ideia de sagrado, bem como da perspectiva religiosa, ao citar a “vigília da Fiel”. A expressão pode ser entendida neste contexto como uma analogia à vigília religiosa, ocasião na qual o fiel renuncia ao próprio descanso para se dedicar à oração e ao louvor. Ainda na esfera da religião, Unzelte (2010) aborda episódios da trajetória do clube que se relacionam a religiões de matriz africana, como mostra a unidade de análise abaixo.

Um sapo enterrado no Parque - Entre as lendas alimentadas para explicar o período em que o Corinthians ficou à espera de um título de campeão, entre 1955 e 1976, a que mais ganhou força foi a de que haveria um sapo enterrado no gramado do Parque São Jorge. Para procura-lo foi trazido até o famoso Pai Edu, do Recife, em 1973. Ao sair do Parque São Jorge sem nada encontrar, ele comentou: “Isso aqui está cheio de maus espíritos”. No ano seguinte o Timão perdeu a decisão do Paulista para o Palmeiras (UNZELTE, 2010, pp. 191-192).

Neste contexto, além da lenda retratada acima, um fato ocorrido em 1976 também é destacado na *Bíblia do Corinthiano*.

Macumba quente - O Corinthians estava concentrado no Hotel Nacional, no Rio de Janeiro, para enfrentar o Fluminense no famoso jogo da invasão corinthiana ao Maracanã pelas semifinais do Campeonato Brasileiro de 1976. A certa altura daquela noite, o técnico

Davi Ferreira, o Duque – famoso pelo hábito de pedir uma ajudazinha aos orixás antes de partidas importantes -, resolveu reunir o elenco para um ritual. Todos se trancaram em um dos quartos, apagaram as luzes e acenderam várias velas. O centroavante Geraldão foi obrigado a beber cachaça. A certa altura, alguém esbarrou em uma das velas acesas. O fogo alcançou uma das cortinas provocando um princípio de incêndio que só não atingiu maiores proporções porque o próprio Duque resolveu dar a sessão por encerrada e saiu correndo para chamar ajuda (UNZELTE, 2010, pp. 192-193).

Por fim, faz-se necessário apontar que, embora com menor poeticidade que no livro *Coração Corinthiano*, a Bíblia de Celso Unzelte também aborda a misticismo em torno do Sport Club Corinthians Paulista, como ilustra a unidade de análise a seguir.

Brandão, o profeta de 1977 - Esta seria apenas mais uma daquelas histórias típicas do misticismo corinthiano se não fosse confirmada pelo próprio Basílio: “Na manhã que antecedeu o jogo decisivo do Campeonato Paulista de 1977 contra a Ponte Preta, o técnico Oswaldo Brandão entrou no quarto que eu dividia com o lateral-direito Zé Maria. Depois das habituais brincadeiras que costumava fazer conosco, o velho ficou sério. Apontou o dedo para mim e disse: ‘Você hoje vai fazer o gol da libertação’”. Logo mais à noite, aos 36 minutos do 2º tempo, Basílio, de fato, marcou o gol da vitória por 1 x 0 que devolveu ao Corinthians o título de campeão paulista após uma espera de 22 anos (UNZELTE, 2010, p. 193).

No que concerne o livro em formato de bíblia, é possível observar que Unzelte (2010) busca apresentar os fatos históricos de maneira direta. Nota-se o uso de momentos da história do Corinthians como legitimadores das construções simbólicas de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’, no entanto sem o romantismo empregado por Lourenço Diaféria no livro *Coração Corinthiano*. Em suma, percebe-se que, em consonância com o que indica o título da obra, a principal estratégia de Unzelte (2010) é a sacralização do clube. A partir da sua constituição como uma religião, este autor diferencia a agremiação e a sua torcida dos demais.

A fim de investigar se o mesmo ocorre em todos os itens do referido produto editorial, prosseguimos com a análise dos fac-símiles.

5.2.1 Revista do Sport Club Corinthians Paulista de 1933

Um dos itens integrantes da caixa comemorativa lançada pela Panda Books é a primeira revista produzida pelo Corinthians, datada de 7 de setembro de 1933. O produto aborda a fundação do clube em 1910, destacando momentos marcantes de sua trajetória, bem como o desenvolvimento da agremiação até aquele início dos anos 30. Ao longo de

toda a revista reforça-se a construção simbólica de ‘Time do Povo’, salientando a origem humilde e as dificuldades financeiras sofridas nos primeiros anos.

De início, a revista afirma nascer modesta, tal qual o Corinthians nasceu, vislumbrando no entanto o crescimento de modo análogo ao ocorrido com o clube. Como expõe a unidade de análise a seguir, ao abordar o episódio da fundação do clube ressalta-se o entusiasmo de seus fundadores e o desconhecimento naquele momento, de estarem fundando aquele que se tornaria o expoente máximo do futebol nacional.

Calma e tranquila corria a vida nesta cidade de São Paulo em o ano de 1910. – Em agosto, entretanto, os meios esportivos, aliás reduzidos, agitam-se com a chegada do afamado Corinthians, representante legítimo do futebol da Inglaterra. Um a um os clubes da época são vencidos. A fama dos profissionais britânicos corre de boca em boca, não só entre os adeptos, mas também entre todos os habitantes da cidade. – Uma noite um pequeno grupo reúne-se, e a conversa, como é natural, desviou-se logo para o assunto do dia. – Um, mais entusiasmado, propõe a fundação de um clube de futebol com o mesmo nome do dos ingleses. – Outro acrescentava, deve ter o nome aumentado para CORINTHIANS PAULISTA. – O entusiasmo do pequeno grupo é grande. – Marcam logo para a residência de um deles a primeira reunião, que se realiza dias após. – Dispersam-se sem imaginar, que estava fundada a associação, que anos depois seria o expoente máximo do futebol paulista e brasileiro (CORINTHIANS, 1933, p. 4).

Esta versão é discordante das anteriormente expostas no tópico 3.4 da presente pesquisa, referente à história do clube. No entanto, o importante aqui não é discutir qual delas é a correta, mas sim observar a preocupação já no início dos anos 30, de se declarar a grandeza da agremiação. Neste âmbito, a *Revista Corinthians* destaca que a origem humilde não impediu que o clube se desenvolvesse, surpreendendo a todos.

Em 1910, época em que no Velódromo e no Parque Antarctica jogavam clubes constituídos na sua maioria por rapazes de nossa sociedade, entre os muitos clubes varzeanos que surgiram cita-se o Corinthians, no Bom Retiro. Nasceu pobrementemente, sem grandes pretensões. Ninguém podia pensar que aquele depois, num grande clube que passou a figurar entre os principais do país. Do anônimo e ... plebeu, a gigante e faustoso. Nesse particular nenhum outro clube brasileiro teve uma carreira tão rica de progresso como o alvi-preto (CORINTHIANS, 1933, pp. 9-10).

Desse modo, o produto diferencia a agremiação das demais, frisando se tratar do único clube que conseguiu crescer tanto apesar da origem pobre. Como explicita a unidade de análise abaixo, mesmo não dispondo dos recursos que os demais possuíam, o Corinthians alcançou uma grande projeção.

Todos os clubes de maior projeção tem nascido entre baquetes, discursos, flores e principalmente dinheiro. Mas o Corinthians não. Lembra o operário humilde, mas honrado e trabalhador, que se fez à custa de seus próprios esforços, de sua vontade e constância (CORINTHIANS, 1933, p. 10).

O excerto segue apontando a unicidade da agremiação, todavia destaca que o caminho não foi fácil, realçando que as dificuldades sempre se fizeram presente e corroborando a ideia de superação em torno do Corinthians. A exemplo do que ocorre no livro-memorabilia, relaciona-se ainda essa superação das dificuldades à fé dos torcedores.

Realizada a assembleia de fundação, organizada a diretoria e o quadro, jogam a primeira partida. – Resultado: - a primeira derrota, que, ao contrário do que podia se dar, ainda aumenta mais a coragem e a fé dos novos corinthianos. Domingo seguinte: novo jogo e primeira vitória. – Abre-se larga estrada na frente da nova agremiação (CORINTHIANS, 1933, p. 4).

Além da questão financeira, a revista assinala o preconceito como outro obstáculo que precisou ser vencido pelo Corinthians. Destaca-se ainda a qualidade técnica dos jogadores, que ao contrário do que acontecia nas demais equipes, não se tratava de rapazes da elite.

Naquele tempo o futebol oficial não era para qualquer um. Precisava-se ser “filho de papai” para ingressar nos quadros que se chamavam Palmeiras, Americano, Paulistano, etc. Apenas o Ipiranga contava com rapazes empregados no comércio. Os demais clubes eram, em sua maioria, constituídos por moços da elite social paulistana. [...] Por isso, não foi fácil ao Corinthians passar para a entidade oficial. Quase que a entrada de um clube de bairro nos campos máximos era uma questão de ... “preconceitos sociais” Mais tarde o alvi-preto rompeu a barreira e conseguiu ser acolhido na Liga Paulista, graças ao seu grande valor técnico, demonstrado através de alguns jogos de classificação (CORINTHIANS, 1933, p. 10).

Ao abordar a tentativa de transferência da Liga Paulista para a Apea, a revista segue focalizando o preconceito e indica que a negativa se deu em decorrência das descrença na qualidade do clube que era formado por operários.

Mas viu-se logo que seu lugar não era na Liga Paulista, em franca decadência. Os corinthianos tinham a volúpia de jogar futebol como poucos o haviam praticado naquela época. E os adversários que procuravam estavam na Apea ... Quiseram, por isso, no ano seguinte, cerrar fileiras no velódromo. Não foi possível. Os dirigentes apeanos não incluíram o alvi-preto no torneio: É que, sem dúvida, não levaram

a sério ainda a potência daquele quadro de “clube de operários” (CORINTHIANS, 1933, p. 11).

Ademais, como realizado por Diaféria (1992), as tribulações são também colocadas como indicadores de que tanto instituição quanto a sua torcida são predestinados, como mostra a unidade de análise a seguir.

Não possuía entretanto um local para jogar, e do próprio campo onde se exercitava, viu-se desalojado por não poder pagar o aluguel! – Nada, entretanto entibia a coragem e o entusiasmo dos seus componentes; contornam dificuldades e vão marchando, quais verdadeiros predestinados (CORINTHIANS, 1933, p. 4).

Uma vez mais em consonância com os objetos previamente analisados, a *Revista Corinthians* salienta a mobilização coletiva em torno do clube. A edição homenageia Alfredo Schurig - eleito presidente da agremiação em 1930; e além do texto na capa que destaca o caráter e a honestidade do dirigente, apresenta-se uma relação de donativos realizados por ele de 1927 a 1933. Ressalta-se também o mutirão realizado para a construção do primeiro campo social da instituição, atestando o espírito de coletividade corinthiano.

Urge a construção do campo social. – Movimentam-se os diretores e conseguem uma faixa de terra, na Ponte Grande. – Lançam-se todos: diretores, sócios, jogadores e adeptos, à construção do mesmo. – Um oferece mil tijolos, outro um maço de pregos. – Quem nada possui oferta o seu braço e sua boa vontade. – Terminada a obra ciclópica em que todos colaboraram, estava concluído o primeiro campo oficial do Club, com arquibancadas e gerais. – Êxito completo. – Triunfo. – Alegria (CORINTHIANS, 1933, p. 5).

Ainda neste contexto, o produto afirma que o clube só se desenvolveu devido à união do povo corinthiano, mesmo que se tratando de pessoas sem recursos financeiros. Assim, corrobora-se a concepção de time construído pelo povo.

Aquilo que várias pessoas pobres, reunidas, realizaram, não era possível para o mais rico de todos os homens, se trabalhasse isolado (CORINTHIANS, 1933, p. 16).

Como mostra a unidade de análise a seguir, a revista reitera a construção simbólica de ‘Time do Povo’, no âmbito da torcida, afirmando que já na primeira década de existência o Corinthians havia angariado muitos admiradores pertencentes às classes mais humildes.

Já então o Corinthians havia atraído em torno de sua bandeira, uma legião de “torcedores” de classes menos privilegiada, operários, etc., e começou a se tornar muito popular (CORINTHIANS, 1933, p. 11).

Por fim, a primeira edição da *Revista Corinthians* destaca novamente a transformação do clube que nasceu modesto e se tornou uma grande agremiação poliesportiva, com um número respeitável de sócios.

Rememoremos o que era o nosso clube quando foi fundado por um grupo de pessoas das mais modestas, sem recursos para ter sequer uma instalação esportiva rudimentar e o vejamos hoje, possuidor da mais completa praça esportiva de São Paulo, com um número de sócios que já ultrapassou 3.600 e que aumenta diariamente, com seções especializadas para cada modalidade esportiva, dotadas de material adequado e instrutores perfeitos, com uma projeção que já exorbitou os limites de nossa terra para chegar aos mais remotos pontos do mundo, com uma vida cheia de louros e esplendores através de jornadas memoráveis (CORINTHIANS, p. 16).

Pôde-se observar que ao contar a sua própria história, o Corinthians busca realçar a superação das dificuldades e o espírito coletivo em torno da agremiação. A revista reforça a construção simbólica de ‘Time do Povo’ ressaltando a origem humilde de seus fundadores, jogadores e até torcedores, afirmando porém, que a falta de recursos não impediu que o clube se desenvolvesse. Desse modo, ainda se diferencia o Timão das demais equipes, posicionando-o como o único de raízes tão humildes a chegar tão longe, um clube predestinado.

Não identificou-se neste produto unidades de análise correspondentes à categoria ‘Fiel Torcida’. Rememoramos que a alcunha passou a designar o torcedor corinthiano em 1937 (DIAFÉRIA, 1992; UNZELTE, 2010), quatro anos após a publicação da edição da revista. No entanto, não há qualquer menção à fidelidade ou mesmo ao amor incondicional da torcida, citada apenas para destacar a sua composição popular e a coletividade em torno da agremiação.

A seguir, transcorre-se à unitarização da edição comemorativa da revista *Placar*.

5.2.2 Revista *Placar* sobre o Campeonato Paulista de 1977

Em comemoração ao título paulista de 1977, a revista *Placar* lançou um caderno especial com os desenhos dos ilustradores e cartunistas Gepp e Maia dos 73 gols da campanha corinthiana. Ao contrário do objeto precedentemente analisado, a edição coloca em evidência a Fiel Torcida, destacando o seu papel na conquista que encerrou o jejum de títulos de expressão por parte do Sport Club Corinthians Paulista.

Antes mesmo da apresentação dos desenhos, o caderno destaca que Basílio, autor do gol da libertação, não chutou a bola sozinho, mas sim junto a milhões de torcedores que, a quase 23 anos sem comemorar um título, ansiavam pela conquista.

Basílio fez o gol, mas quem chutou foi a torcida – Naquele instante histórico, milhões de pés se esticaram num mesmo esforço supremo, indo ao encontro da bola com a mesma certeza de Basílio. Foi um chute de primeira, e lá se garantia o título para o Corinthians e para sua galera, nada vem de graça e de véspera. Antes desse chute de primeira, houve um domingo com cheiro de desgraça. E houve, na quinta-feira, 81 minutos de bombardeio incessante sobre o arco do goleiro Carlos em noite de luminosa inspiração (PLACAR, 1977, p. 2).

Ao ressaltar momentos difíceis em partidas anteriores, a unidade de análise acima ainda reforça a ideia de que as dificuldades sempre se fizeram presentes na trajetória do time do Parque São Jorge. No entanto, a edição salienta que, independente do estádio onde aconteça a partida a torcida corinthiana comparece em grande número.

A pintura – Veio o 2º tempo e a verdade é que o Corinthians não jogava bem. Sua torcida, sempre numerosa em qualquer estádio, já se impacientava com a pobreza do resultado diante de um adversário tão fraco (PLACAR, 1977, p. 7).

O excerto valida a fidelidade do torcedor corinthiano ao indicar que mesmo em tempos de jejum ele acompanhava o time onde quer que este fosse jogar. No entanto, sugere-se que o apoio não impedia a ocorrência de cobrança por parte da torcida nas más atuações da equipe, o que também aponta a unidade de análise a seguir.

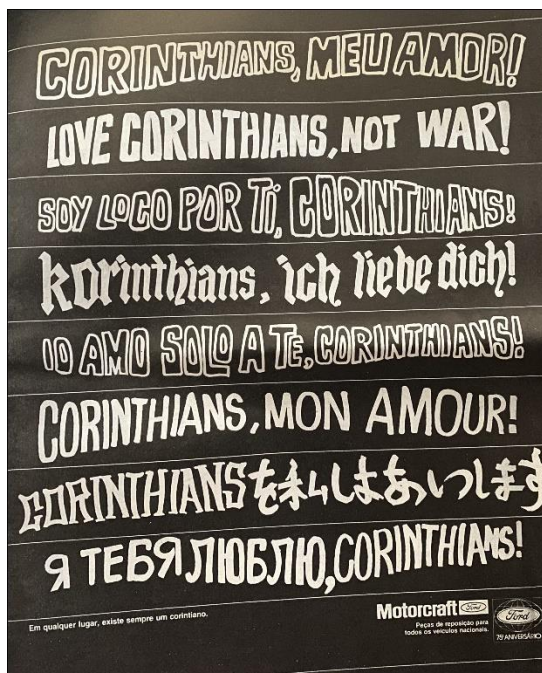
Um povo só, podia-se dizer, no campo e na arquibancada. Dois times que nunca deram problema, - no campo ou nas arquibancadas da vida. Se houve vaias, suspeitas, desconfianças, a culpa não era deles. No campo, por exemplo, bastou pintar Brandão, mais pai do que chefe, mais povo do que técnico. E o time de campo chegou lá. Para o povo da galera, foi como se a vitória fosse dele. Uma festa só. Um gol do povo (PLACAR, 1977, p. 15).

Assim, o caderno especial ainda associa a construção simbólica de ‘Fiel Torcida’ à de ‘Time do Povo’, colocando jogadores e torcedores como um só. Para mais, atribuiu-se as mesmas características ao povo e ao corinthianismo, reforçando o caráter popular não só da torcida, mas também do próprio Corinthians.

Na cara de um, na origem de outro, na cambalhota, na vocação para o samba, coisas de povo – e de corinthianismo (PLACAR, 1977, p. 15).

Por fim, destaca-se a homenagem feita pela Ford em publicidade presente na revista. Como ilustra a figura a seguir, a fabricante de automóveis redige a frase ‘Corinthians, meu amor!’ em diferentes idiomas, afirmando existir um torcedor corinthiano em qualquer lugar.

Figura 11 – Homenagem da Ford à Fiel Torcida



Fonte: PLACAR (1977).

Desse modo, atesta-se a grandeza da torcida que, segundo declaração anterior da revista, já compunha-se de milhões de corinthianos. Portanto, a edição especial de *Placar* busca referenciar o torcedor corinthiano, destacando a sua fidelidade apesar do clube passar por um período de jejum. Ademais, reforça-se o caráter popular da agremiação, posicionando atributos relativos ao povo como comuns ao corinthianismo. O tópico a seguir examina o *Jornal Coração*, mais um item componente da *Bíblia do Corintiano*.

5.2.3 *Jornal Coração*

Designado como ‘O jornal da maior torcida do Brasil’, o *Coração* consistia em um tabloide publicado entre 1976 e 1977 por seis jornalistas, de forma independente, sem vínculo político e/ou financeiro com o Sport Club Corinthians Paulista. Voltado especialmente para a torcida corinthiana, o periódico totalizou 71 edições e um número especial lançado em abril de 1977 (OLIVEIRA, 2014). A *Bíblia do Corintiano* traz em

sua caixa um fac-símile da edição 58, de 14 a 20 de outubro de 1977, que aborda a conquista do título paulista daquele ano, marcando o fim do tabu de quase 23 anos.

Observa-se já na capa uma associação com o universo religioso por meio da manchete: “Saravá, Campeão!”. A expressão se trata de uma saudação usada em cultos afro-brasileiros, realizando – a exemplo do livro memorável – uma aproximação com as religiões de matriz africana. O texto apresentado na sequência da manchete ainda destaca a fé e a raça como elementos presentes na busca pela vitória.

Foi a coisa mais linda do mundo. Dominamos os 90 minutos; buscamos o gol e a vitória, com raça e com fé. O gol veio com Basílio, quase no fim: 1 a 0. Aí, o Morumbi virou festa. E o povo gritou o grito esperado há 23 anos: campeão! (CORAÇÃO, 1977, s.p.).

Neste contexto, o jornal ressalta a fibra e a garra associadas ao clube, comparando o Corinthians com a cidade grega de Corinto²⁵.

Existe uma semelhança, muito grande, entre Corinto, cidade ao sul da Grécia, capital da província romana na Acaia, residência do procônsul, e Coríntians – nome do clube paulista. A ligação básica é o espírito de fibra, a garra característica de corintos e corintianos (CORAÇÃO, 1977, p. 6).

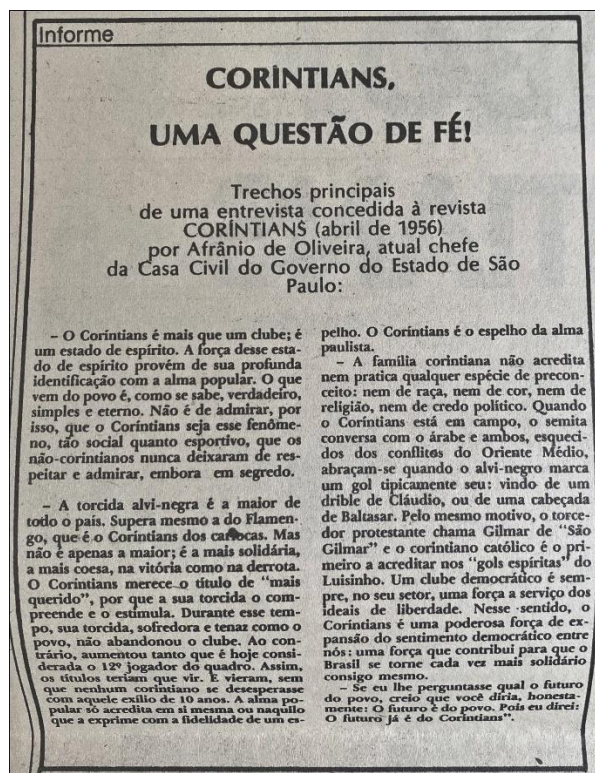
E complementa, como ilustra a unidade de análise a seguir, afirmando que Corinto teria sido inspiração para a fundação do Corinthian Team, e por consequência, do Sport Club Corinthians Paulista.

A história de Corinto, cidade várias vezes destruída e reerguida pelo seu valente povo, inspirou a criação do Coríntians Inglês. E do nosso também (CORAÇÃO, 1977, p. 6).

Dessemelhante ao veículo produzido pela agremiação – e averiguado anteriormente -, não há nessa edição do jornal qualquer menção à origem humilde do clube. Verifica-se uma aproximação com a construção simbólica de ‘Time do Povo’ apenas pelas menções à torcida como ‘povo corinthiano’; e no informe com trechos de entrevista de Afrânio de Oliveira - então chefe da Casa Civil do Estado de São Paulo à *Revista Corinthians* de 1956. A figura a seguir retrata o texto.

²⁵ Faz-se necessário esclarecer que o jornal *O Coração* adota as grafias ‘Coríntians’ e ‘Coríntians Inglês’ para designar o Corinthians Paulista e o clube que o inspirou. Portanto, serão mantidas nas unidades de análise as grafias exatas às usadas pelo objeto a ser examinado.

Figura 12 – Informe do jornal Coração



Fonte: CORAÇÃO (1977)

No que se refere à construção simbólica de 'Fiel Torcida', e em se tratando de um periódico destinado ao torcedor, é possível observar a estratégia de referenciar o corinthiano, destacando a grandeza e fidelidade da torcida.

Estes são os heróis que, com o incentivo da gigantesca Fiel Torcida, levaram o Corinthians ao título de Campeão Paulista de 1977 (CORAÇÃO, 1977, pp. 1-2).

Destarte, o Coração diferencia o torcedor corinthiano dos demais, sinalizando, como explicita a unidade de análise abaixo, que nenhuma outra torcida suportaria as adversidades pelas quais o clube passou em sua história e, em especial, no decorrer do jejum de títulos.

Só mesmo o grande amor e a inigualável dedicação do corinthiano poderiam suportar um impacto como o do último domingo quando, em 23 minutos, vimos escapar de nossas mãos, por mais quatro dias, a conquista do título que a gigantesca Fiel Torcida esperou 23 anos para comemorar: o de campeão paulista (CORAÇÃO, 1977, p. 5).

Para os redatores do jornal, depois de passar pelo jejum, a Fiel Torcida estava pronta para enfrentar qualquer obstáculo que pudesse surgir. O episódio é usado ainda

para sugerir que outras agremiações talvez não resistissem a tamanha provação, repetindo a estratégia de diferenciação também para o clube, que após o período teria se tornado um time de força incomparável.

Foi a maior noite da história do futebol brasileiro, a deste 13 de outubro de 1977, em que o nosso Coríntians conquistou o título de campeão paulista. A grande vitória, por 1 a 0 sobre a Ponte Preta, encerrou a luta que durou 22 anos e da qual saímos como um time de força incomparável pela sua persistência e com a maior torcida do mundo, Fiel Torcida, sempre apaixonada, pronta para aceitar qualquer desafio (CORAÇÃO, 1977, p. 15).

O periódico posiciona o título de 1977 como um momento decisivo na trajetória do Corinthians e na validação da Fiel Torcida. Como mostra a unidade de análise a seguir, a conquista colocou o time do Parque São Jorge e a sua torcida acima do próprio futebol.

Que outro time grande resistiria tanto tempo? Que outra torcida? Em 1954, quando iniciamos nossa luta pelo título, que demorou mais de duas décadas, tínhamos um time e uma torcida superiores aos outros apenas em raça. Da vitória de ontem, saímos não apenas com o título de campeão, mas com um nome, Coríntians, e uma torcida, a Fiel, que superam o próprio futebol (CORAÇÃO, 1977, p. 15).

Ao abordar o futuro da equipe após a conquista, a edição especial destaca uma garra ainda maior na busca por mais títulos; bem como o espírito coletivo em torno do Corinthians, afirmando que o Timão teria o maior estádio do mundo, ainda que precisasse ser construído pelas mãos dos corinthianos.

E agora, o que acontecerá com o Coríntians campeão de todos nós? Lutaremos para que Mateus complete o supertime que a Fiel sempre exigiu; construiremos o maior estádio de futebol do mundo nem que seja com as mãos de cada torcedor; lutaremos com uma força redobrada pelo título do Campeonato Nacional deste ano, pelo bicampeonato paulista em 1978 e faremos de cada jogo, não apenas uma partida de futebol, mas um espetáculo que jamais será igualado (CORAÇÃO, 1977, p. 15).

A exemplo do que ocorre na edição especial da revista *Placar*, uma publicidade em homenagem à torcida requer destaque. Como ilustra a figura a seguir, a Caixa Econômica Federal contribui com a estratégia de unicidade da torcida corinthiana, colocando-a como a mais perseverante e fiel do mundo.

Figura 13 – Homenagem da Caixa à Fiel Torcida



Fonte: CORAÇÃO (1977).

A edição de número 58 do jornal *Coração* exemplifica a configuração estrutural do simbólico do mito do herói (CASTORIADIS, 1982) ao apresentar o pôster de Campeão Paulista de 1977. Como explicita a quarta unidade de análise aqui examinada, os jogadores são apontados como heróis do título, atestando a disposição do futebol para o simbólico, bem como a midiatização na composição da imagem dos atletas.

Visto que o periódico se destina à torcida corinthiana, pretendendo ser um emissor da voz do torcedor, ressalta-se o texto escrito em primeira pessoa do plural. Tal estratégia transmite a ideia de uma escrita feita de corinthiano para corinthiano, o que aproxima o público alvo que se sente representado. Como atesta as unidades de análise, o jornal reitera, principalmente, a construção simbólica de ‘Fiel Torcida’, adotando a estratégia de diferenciação do clube e de seus torcedores dos demais.

Os demais fac-símiles integrantes da caixa comemorativa Bíblia do Corinthiano consistem em imagens e ilustrações; ou ainda possuem textos curtos sem qualquer menção que se possa relacionar às construções simbólicas de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’. Deste modo, ressalta-se para além dos objetos já examinados, apenas o Cartão de recordação do bicampeonato Paulista de 1951-1952 e a capa da Gazeta Esportiva de 1955, a respeito da conquista do IV Centenário.

O referido cartão consiste em uma espécie de diploma que posiciona o torcedor como parte importante da conquista do bicampeonato paulista. Além do autógrafo dos jogadores, o item apresenta o texto expresso pela unidade de análise abaixo.

Ao torcedor, grande artífice da conquista do bicampeonato, a nossa sincera homenagem (CARTÃO DE RECORDAÇÃO, 1952, s.p.).

Desse modo, mais um elemento referencia o torcedor corinthiano que se sente parte integrante do clube. O mesmo ocorre no texto de capa da Gazeta Esportiva de 1955. Além de frisar a grandeza do Corinthians, lembrando o título de Campeão do Centenário da Independência do Brasil em 1922, destaca-se a fidelidade da torcida, bem como a sua fé no time, sempre presente.

Sagrou-se o Sport Club Corinthians paulista campeão do IV Centenário. O grande grêmio do Parque São Jorge, uma das glórias do desporto paulista e brasileiro, junta, assim, aos seus numerosos títulos, aos seus troféus, ao brilho de suas conquistas, mais um galardão extraordinário e incomparável, tanto mais notável quando se sabe que nenhum outro concorrente ao certame de nosso Estado estará em condições de conquistá-lo, não daqui a cem anos. Campeão do IV Centenário da cidade que mais cresce no mundo!!! O Corinthians, que em 1922 obtivera, com pujança e classe, a vitória final, conseguindo a honraria esplendida de campeão do Centenário, agora presenteia sua ‘torcida’ fidelíssima, seu grupo imenso de admiradores, com mais um cetro, mais um triunfo, fazendo-se credor da mesma inextinguível fé em sua capacidade, que aqueles ‘fans’ nunca deixaram de ter. Salve, Sport Club Corinthians paulista, “Campeão do Centenário da Independência do Brasil”, “Campeão do IV Centenário de São Paulo” !!! (MANCHETE ESPORTIVA, 1955, s.p.).

A fim de concluir a unitarização do corpus, o tópico seguinte examina o terceiro e último objeto, o livro *Nação Corinthians*.

5.3 Nação Corinthians

Produção própria do Sport Club Corinthians Paulista, o livro *Nação* foi lançado em 2011 pela Toriba Editora. O produto, que integrou as ações de comemoração do centenário da equipe do Parque São Jorge, é composto por textos de Rogério Alves, Carlos Ribeiro e Celso Unzelte. A fim de representar o clube como uma nação, a obra inicia-se com a definição do constructo a partir de Ernest Renan, para quem “uma nação é uma grande solidariedade formada pelos sacrifícios que seus indivíduos fizeram e que estão dispostos a fazer. Ela supõe um culto aos ancestrais, um passado heroico feito por

grandes homens; sofrimentos, alegrias e longas esperas (RENAN *apud* CORINTHIANS, 2011, p. 21).

Na apresentação, o livro recorre ainda à Teoria do Caos que busca explicar o funcionamento de sistemas complexos e dinâmicos, como o movimento das placas tectônicas e, de acordo com a publicação, o Sport Club Corinthians Paulista. A agremiação teria sido, portanto, resultado do caos, como afirma o fragmento a seguir.

Como todos sabem, o Corinthians é fruto do caos. Ele nasceu a partir de fatos aleatórios e desprezíveis que, ao serem associados, desencadearam uma sequência de acontecimentos imprevisíveis e de grandes proporções. Nos meios científicos, esse fenômeno é conhecido como Nação Corinthians (CORINTHIANS, 2011, p. 32).

Desse modo, o *collectors book* faz uso da estratégia midiática de associar os clubes e seus torcedores à ideia de nação, o que desperta o sentimento coletivo de validação da identidade criada em torno da agremiação. Apesar de se tratar de uma tática comum a todas as equipes, a obra a emprega relacionada à Teoria do Caos para explicar a organização do livro, bem como para diferenciar o Corinthians dos demais, afirmando que o clube contraria a lógica.

Mas segundo a Teoria do Caos, por trás de todo evento aparentemente caótico existe sempre uma ordem. E aqui, ela está presente nos capítulos que retratam os vários aspectos desta Nação: seu surgimento, seu povo, suas crenças, seus guerreiros, suas batalhas, seus heróis. Assim, pode-se enxergar a Nação Corinthians como ela realmente é: passional, exaltada, impulsiva, intensa e completamente irracional. Porque o Corinthians não segue uma lógica. A lógica, se for esperta, que siga o Corinthians (CORINTHIANS, 2011, p. 33).

Ao abordar a fundação do Corinthians, o livro segue com o propósito de diferenciação do clube, afirmando que os jornais da época cometeram um erro ao colocar a agremiação como ‘mais um’ time de futebol que nascia naquele início de século. Desde os primórdios o clube do Bom Retiro teria se mostrado como algo além de uma simples sociedade esportiva.

Na notícia sobre a sua fundação, publicada com atraso de 21 dias, a Nação Corinthians foi definida pelos jornais O Comercio de São Paulo e O Estado de S. Paulo como “mais uma sociedade sportiva, com o fim de desenvolver o conhecido e apreciado sport bretão”. Ledo engano. Desde aqueles primeiros tempos, ficou claro que o Corinthians não havia nascido para ser apenas, ou, ainda, “mais um” time de futebol (CORINTHIANS, 2011, p. 78).

Para mais, declara-se que o que é previsível em outras agremiações, no Corinthians não é convencional, o que explicaria a união de pessoas tão diversas em torno do clube. Assim, além de diferenciar o Corinthians de outras equipes, a obra reitera a construção simbólica de ‘Time do Povo’.

Não existe uma ordem natural dos acontecimentos, ou uma relação proporcional de causa e efeito. O bater de palmas de um corintiano durante um jogo pode provocar o surgimento de um tornado na área adversária. Essa forma de ser não convencional está em tudo o que se refere à Nação Corinthians. A identificação entre time e torcida não se dá pela origem comum de seus ancestrais, nem pela raça, pela condição social ou por qualquer elemento que, em outros times, defina de uma forma previsível a sua personalidade. No Corinthians, essa identificação se dá pela alma, pelo sentimento que nos une. É amor à primeira vista, e não um casamento promovido por uma agência de encontros. Isso é o que explica o mosaico formado por ricos e pobres, pretos e brancos, engravatados e descamisados, operários e presidentes. Somente um time nascido no mais perfeito caos poderia resultar nesta Nação (CORINTHIANS, 2011, p. 32).

De maneira oposta aos produtos editoriais analisados anteriormente, o Nação aborda o símbolo do lampião sob o qual o Corinthians teria sido fundado, bem como os cinco operários que o fizeram, de forma objetiva, sem qualquer ênfase. Porém, a frase marcante do primeiro presidente do clube - que não aparece nas demais obras -, tem destaque, como mostra a unidade de análise a seguir.

Foi o primeiro presidente corintiano, Miguel Bataglia, quem profetizou: “O Corinthians é o time do povo, e é o povo quem vai fazer o time”. De fato, a relação entre a Nação e os corintianos é, desde o início, visceral. A começar pela escolha de seus próprios símbolos. A primeira bandeira (não mais que um pano metade preto, metade branco) e a primeira bola só puderam ser adquiridas após longa peregrinação pelo bairro do Bom Retiro, à cata de donativos (CORINTHIANS, 2011, p. 152).

Por outro lado, a passagem acima mostra que, a exemplo do que ocorre em *Coração Corinthiano* e na *Bíblia do Corintiano*, evidencia-se o espírito coletivo em torno do clube do Parque São Jorge. Além das doações, a prática de mutirões é também citada no *collectors book*.

O primeiro brasão, datado de 1914, é obra do litógrafo Hermógenes Barbuy, irmão de Almícar, um dos primeiros ídolos do time. O primeiro estádio oficial corintiano, na Ponte Grande (atual Ponte das Bandeiras), inaugurado em 1918, só foi erguido graças ao trabalho dos próprios jogadores. Todos eles operários, reuniam-se em mutirões à noite, após o expediente, ou nos finais de semana, para trabalhar como pedreiros, carpinteiros e carpir o gramado (CORINTHIANS, 2011, p. 152).

A origem humilde dos jogadores, dos torcedores e as dificuldades financeiras enfrentadas pelo clube nos anos iniciais também ganham destaque nas páginas do Nação. Ao narrar episódios da história do Corinthians que ilustram esses pontos, como o exposto a seguir, corrobora-se a ideia de time do povo.

Depois das primeiras vitórias, os associados – todos trabalhadores humildes – criaram seu primeiro uniforme – camisas creme, com gola, punho e barras pretas. Porém, com o decorrer do uso, as camisas desbotaram e ficaram brancas. Como não havia mais disponibilidade de recursos para a compra de um novo jogo de camisas, a cor branca acabou se tornando oficial (CORINTHIANS, 2011, p. 80).

Outro exemplo de como os fatos ocorridos ao longo da trajetória do clube são empregados como certificadores da construção simbólica de ‘Time do Povo’ pode ser verificado na unidade de análise abaixo. Ao versar sobre um clássico contra o São Paulo que precisou ser transferido para um dia útil, o alto índice de faltas registrado pelas fábricas é usado para mostrar que a torcida corinthiana era formada, ao menos em sua maioria, por trabalhadores.

Em 1938, o Corinthians estava novamente envolvido em uma decisão de Campeonato Paulista, contra o São Paulo, em uma tarde de domingo, no Parque São Jorge. Para ser bicampeão invicto, precisava pelo menos empatar, mas perdia por 1 x 0 até os 21 minutos do primeiro tempo, quando uma forte chuva interrompeu a partida. Os minutos restantes só foram disputados dois dias depois, em uma terça-feira de trabalho. Naquela tarde, 25 de abril de 1939, as fábricas registraram um número recorde de faltas, atestando a força do Corinthians entre o proletariado. O Corinthians empatou com um gol de Carlito (dizem que marcado com a mão) e chegou ao bicampeonato (CORINTHIANS, 2011, p. 152).

O produto editorial em análise ainda se utiliza da origem humilde do clube para caracterizar certos acontecimentos como verdadeiras batalhas. Desse modo, as dificuldades pelas quais a agremiação passou atestam também a ideia de superação, da garra e da raça corinthiana.

Levando as escrituras ao pé da letra, o Corinthians se tornou uma nação de guerreiros. A começar pelos fundadores e suas batalhas homéricas para somar os primeiros 20 mil réis, comprar a primeira bola, as primeiras camisas, alugar o primeiro campo e dar vida àquele que viria a figurar entre os primeiros do nosso esporte bretão. Esse espírito combativo está no DNA do Corinthians. Ainda que um jogador ou um torcedor corinthiano quisesse desistir, seu instinto falaria mais alto, provavelmente até ficar rouco (CORINTHIANS, 2011, p. 339).

Como explicita a unidade de análise abaixo, o ideal de um clube que abrigasse a todos é também ressaltado na obra. Ao abordar os depoimentos presentes no livro, declara-se a diversidade da torcida corinthiana, afirmando-se que todos estariam ali representados.

Os milhões de torcedores de todas as crenças, raças e camadas sociais são representados aqui por corinthianos, anônimos e famosos, que apresentam suas interpretações sobre o Corinthians. Você certamente conhece muitos deles e, provavelmente, vai discordar de alguns. Isso é a democracia, presente na vida desta Nação e também nestas páginas (CORINTHIANS, 2011, p. 33).

No entanto, a maioria das declarações que constam no Nação são de corinthianos ilustres como jornalistas, escritores, atores, músicos e até ex-presidentes da República. Aos torcedores anônimos é designado pouco espaço. Esta consiste em mais uma estratégia utilizada pelo produto editorial, recorrer a declarações de pessoas famosas para tentar explicar o que é o Corinthians. A unidade de análise a seguir exemplifica esta ocorrência.

O Corinthians tem a cara do Brasil. Diverso, inconstante, orgulhoso, pecador, derrotado e vencedor, sempre (CORINTHIANS, 2011, p. 221).

A explanação é do empresário Paulo Saad, e também corrobora a diversidade em torno do clube, além de reiterar o ideal de uma agremiação que abrigasse a todos, ao comparar o time ao Brasil, reforçando o exposto na estrofe do hino: “és do Brasil, o clube mais brasileiro”. Outras personalidades a quem a obra recorre são os ex-jogadores, como o ídolo Sócrates que, como explicita o excerto abaixo, segue o mesmo raciocínio.

Ninguém tem a característica de ser tão agregador em relação a essa paixão pelo clube. Os clubes de futebol, de certa maneira, substituem algumas bandeiras, que em outras nações são mais importantes, como política e questões sociais. O futebol aqui é a família, por meio do qual as pessoas se manifestam diante de suas querências e carências. E o Corinthians se tornou uma imensidão que agrega todos os tipos de pessoas, igual ao Brasil (CORINTHIANS, 2011, p. 175).

Um dos mais politizados atletas a vestir a camisa do Corinthians, líder do movimento Democracia Corinthiana, Sócrates tem mais um testemunho destacado no livro, onde persiste a aproximação entre clube e País, bem como o reforço à diversidade como uma característica da torcida corinthiana.

O Corinthians tem uma característica legal em relação a nossa nação: ele se originou de uma colônia e depois se tornou cosmopolita. Talvez seja o clube de futebol mais cosmopolita, por agregar pessoas de todas as regiões do país e todos os imigrantes. Japonês, alemão, italiano: todos se tornam corinthianos, o que é diferente de todos os times de massa, os regionais ou com pouca miscigenação (CORINTHIANS, 2011, p. 275).

Ao abordar o crescimento da agremiação, o *Nação Corinthians* ainda fortalece o ideal de um clube de todos, afirmando que, independente do momento vivido, a instituição envolve pessoas de todas as classes sociais, fato ilustrado com um episódio da história da equipe.

Ao mesmo tempo, o Corinthians continuava e continua sendo o time de todos. Dos ricos e “dos carroceiros”, apelido pejorativo que um dia, em 1913, levou o craque-símbolo Neco a sair no braço com Manoel Domingos Corrêa, ex-dirigente do adversário Minas Gerais, que, quem diria, também se tornaria um futuro presidente corinthiano (CORINTHIANS, 2011, p. 152).

Assim, em virtude da mestiçagem que caracteriza a torcida corinthiana, a obra coloca o clube como mais do que ‘Time do Povo’. Como explicita a unidade de análise a seguir, declara-se que já nos primórdios a origem humilde se misturava a adeptos de melhor condição social.

Time do Povo, sim, desde a origem. Mas não só isso. Melhor será definir o Corinthians de hoje – e de sempre – como o Time de um Povo, o Povo Corinthiano, que independe da condição social de seus integrantes. Afinal, para dar seu primeiro salto, da várzea para o futebol oficial, o clube dos operários já contava com a ajuda de seus primeiros “doutores”, todos unidos em torno de um mesmo ideal (CORINTHIANS, 2011, p. 152).

Apesar de não negar a construção simbólica de ‘Time do Povo’, reiterando-a em diversos momentos - como exposto nas páginas anteriores; o produto editorial busca potencializar a presença de torcedores integrantes de classes sociais mais elevadas. E logo nas primeiras páginas, em declaração do publicitário Washington Olivetto - que recomenda um bom negócio aos leitores -, fica claro que a obra se destina à parcela da torcida que possui grande poder aquisitivo.

Estou contando tudo isso porque sei que este livro é dirigido a pessoas de bom gosto, bem informadas e bem-sucedidas, com alto poder aquisitivo e o hábito de investir corretamente o seu dinheiro. Para essas pessoas, tenho uma sugestão que vale outro: comprem terrenos e imóveis em Itaquera. Lá, vai ser construído o estádio do Corinthians (CORINTHIANS, 2011, p. 47).

Em contraposição, se não há um vultoso destaque à origem humilde dos fundadores do clube, e mesmo o produto editorial se destinando a outra parcela de torcedores, no que tange à composição da Fiel Torcida, este ponto é realçado. Recorre-se, por exemplo, à Paulinho Nogueira, compositor que colocou o Corinthians como a alegria do povo.

Ai, Corinthians, quando és o vencedor, pobre fica milionário rindo da própria dor (CORINTHIANS, 2011, p. 173).

O verso destacado pela obra pertence à música “Meus 20 Anos”, referente ao período de jejum vivido pelo Corinthians a partir da metade dos anos 50. A composição ainda salienta que o clube é “colorido em preto e branco, sem preconceito de cor”²⁶. Seguindo a estratégia de apresentar declarações de corinthianos ilustres, o Nação ressalta um texto do jornalista Heródoto Barbeiro que também frisa a origem humilde da torcida corinthiana.

Ser corintiano era fazer parte da maioria dos moradores da baixada, gente pobre, frequentadora de escola pública, sapatos de sola de pneu comprado na Rua da Cantareira e ágeis para fugir das cintadas do pai quando nos pegava jogando bola de capotão na rua. Dona Mariazinha formava com o Bodinho, um pinguço de boa estirpe, dócil, educado e analfabeto, o par corintiano mais famoso da Baixada do Glicério. Bodinho (nunca se soube o seu nome real) não tirava o seu boné com o distintivo do Coringão – tenho fotos que provam -, nem mesmo em uma noite de greve dos gráficos no Parque Dom Pedro II, quando a meganha desceu a borracha em quem estava na rua e não escapou nem o boné do Bodinho, que tentou fugir das pauladas se escondendo atrás do balcão do bar do meu pai. Ser corintiano era tudo isso, como ser paulista, brasileiro ou católico da Igreja de Nossa Senhora da Paz (CORINTHIANS, 2011, p. 177).

Ademais, o produto aponta a torcida como um diferencial do Corinthians, afirmando que de maneira oposta ao ocorrido com outras instituições, o clube atraiu uma multidão desde os primórdios, o que o permitiu sobreviver e se transformar em uma Nação.

Ao contrário do que aconteceu com um sem-número de outros times surgidos naquela mesma época- e que não sobreviveram para também se transformar em nações -, aquele, desde o início, já atraía multidões, que passaram a acompanhar ruidosamente todos os seus jogos (CORINTHIANS, 2011, p. 78).

²⁶ Trecho da música “Meus 20 Anos” (Ai Corinthians), composta por Paulinho Nogueira em 1974 e interpretada por Toquinho. Disponível em: <<https://www.vagalume.com.br/paulinho-nogueira/meus-20-anos-ai-corinthians.html>>. Acesso em: 11 dez. 2023.

Ainda de acordo com o exposto pelo *Nação Corinthians*, outro ponto que diferencia o torcedor corinthiano - e por consequência o próprio clube -, de outrem é a característica da torcida de aumentar em momentos difíceis enfrentados pela equipe; fato ilustrado na obra pelo período de 11 anos em que o clube não venceu o rival Santos.

Na era em que o Santos de Pelé reinava absoluto e a torcida corintiana experimentava seu maior período de sofrimento, o Corinthians revelou ao mundo mais uma característica própria, somente sua. De maneira inexplicável, e ao contrário de tudo o que acontece na tradição futebolística, a Fiel se multiplicou em todas as partes do país. Passou a ser contada em milhões e milhões de pessoas a ser o décimo segundo jogador corinthiano. Para sempre (CORINTHIANS, 2011, p. 129).

Equitativamente, diferencia-se a própria Fiel Torcida das demais. Como mostra a unidade de análise a seguir, o corinthiano teria uma cultura particular e um jeito único, o que sugere algo de extraordinário, que outras torcidas não possuiriam.

O Corinthiano é um povo especial. Não apenas porque é corinthiano, ao passo que os outros não são – o que já o coloca em um patamar diferenciado -, mas também por sua cultura, seus hábitos e seu jeito único de enxergar a vida, ainda que o corinthiano só enxergue o Corinthians (CORINTHIANS, 2011, p. 143).

A exemplo do que se verifica no livro *Coração Corinthiano*, o Nação incute a ideia de que todos sentem algo pelo Corinthians, ainda que seja um desdém pelo ‘Corinthians way of life’. Desse modo, reitera-se a diferenciação do clube e dos seus torcedores dos demais.

Esse “Corinthians way of life” não se explica, não se define. Apenas se observa. Com orgulho, para quem é parte desta Nação, ou com franco e compreensível desdém, para quem não o é (CORINTHIANS, 2011, p. 143).

Ainda com relação à estratégia de diferenciação, a obra recorre a frases criadas pela própria torcida a fim de destacar a fidelidade do torcedor corinthiano, como exemplifica a exposta abaixo, que retrata uma frase estampada em camisetas.

“Muitos vivem de títulos. Nós vivemos do Corinthians” (CORINTHIANS, 2011, p. 69).

O período de jejum de títulos vivenciado pelo Corinthians de 1955 a 1977 deu origem a um lema que também remete à fidelidade da torcida, sendo igualmente destacado pelo produto editorial em questão. Desse modo, o livro faz uso de declarações

da própria torcida para corroborar a característica que originou a alcunha que a acompanha, ilustrando que independente do momento vivido o corinthiano segue fiel ao Corinthians.

“Campeão ou não, és minha paixão” – Lema da Fiel durante os 22 anos sem título (CORINTHIANS, 2011, p. 130).

Nesse contexto, e novamente em consonância com os livros anteriormente examinados, o Nação também evidencia a presença significativa da torcida corinthiana em todos os estádios onde o clube joga. Ademais, como elucidada a unidade de análise a seguir, ressalta-se o grito de incentivo, colocado na obra como lema da Nação Corinthians.

Em todos os campos, sua hegemonia é marcada pela presença maciça de seus seguidores, pelo constante tremular de sua bandeira e pelo lema entoado por todos os membros da Nação: Vai, Corinthians! (CORINTHIANS, 2011, p. 35).

De acordo com a publicação, o grito de ‘Vai, Corinthians’ foi cunhado por Francisco Dionísio Mendes, torcedor e diretor de várias áreas do clube entre as décadas de 1950 e 1980 (CORINTHIANS, 2011, p. 155). Na mesma conjuntura, as invasões realizadas pelos torcedores também são empregadas a fim de corroborar a construção simbólica de ‘Fiel Torcida’. Além da mais conhecida, ocorrida em 1976 no Maracanã – citada em declarações que compõe o livro, o Nação destaca aquela que teria sido a sua precursora, a invasão à Vila Belmiro em 1931.

A primeira vez que se notou, na prática, a força popular da torcida do Corinthians, foi em janeiro de 1931. Para assistir à vitória por 5 x 2 sobre o Santos, na Vila Belmiro, que garantiu o tricampeonato paulista do ano anterior (1930), oito composições de trens, com dez vagões cada, saíram lotadas de corintianos das estações da Luz e do Brás, em São Paulo, rumo a Santos. Uma espécie de prévia da histórica invasão ocorrida 46 anos depois, quando 70 mil corintianos atravessaram os 400 quilômetros que separam São Paulo do Rio de Janeiro para dividir o Maracanã com a torcida do Fluminense (CORINTHIANS, 2011, p. 152).

Para atestar a fidelidade da torcida corinthiana, recorre-se mais uma vez à declaração de um ex-jogador. Zé Maria, outro ídolo do clube, também frisa a presença do torcedor corinthiano nos momentos penosos e destaca o lado popular do Corinthians evidenciando a sua origem humilde e a sua relação com os operários.

Até agora, não achei um adjetivo para qualificar o torcedor corinthiano. Nos piores momentos eles se fazem presentes. É fantástico. Nós vimos o que eles fizeram quando fomos para a segunda divisão: mostram o valor do torcedor. E o Corinthians sempre foi um time do povão. Até pela sua história. Foi criado no Bom Retiro, um bairro popular, com fábricas, próximo à estrada de ferro, de onde chega o trabalhador mais pobre. E esse time é isso, abrange a raiz do povo brasileiro (CORINTHIANS, 2011, p. 235).

Como vimos no capítulo três da presente pesquisa, há no futebol uma disposição integral para o simbólico e suas configurações estruturais como o mito do herói, amplamente midiaticizado no que tange os jogadores. O Nação emprega tal estratégia e relaciona atletas do clube que realizaram feitos excepcionais a grandes líderes históricos, como mostra o trecho a seguir.

Um ato heroico pode vencer uma batalha, mas o exemplo da sua grandeza, a inspiração que ele provoca e o mito que ele cria ajudam a vencer uma guerra, ou um campeonato. Exemplos desse efeito são muitos, no Corinthians e no resto do mundo: o sangue escorrendo pela camisa de Zé Maria e o coração irredutível de Joana D'Arc, a liderança de Aquiles, Gilmar e Sócrates; a resistência de Zumbi dos Palmares e de Wladimir; a precisão da lança de Jorge da Capadócia e a precisão de Neto, Cláudio e Marcelinho; a inteligência de William Wallace e a cabeça de Baltazar, a grandeza de Nelson Mandela e a de Luizinho; a audácia de Tiradentes e a de Rivelino; o tiro certeiro de Vassili Zaitsev e o de Basílio (CORINTHIANS, 2011, p. 603).

No entanto, o capítulo seis da obra - intitulado 'Os Heróis' -, vai além. Ao afirmar que na atualidade os heróis constituem-se em sujeitos comuns, posiciona-se também o torcedor corinthiano no lugar de uma pessoa capaz de realizar feitos notáveis.

Já nos tempos atuais, um herói estaria mais para uma pessoa comum capaz de realizar feitos incomuns. Nessa categoria encontram-se todos aqueles que fazem um grande sacrifício pessoal para o bem de um grupo ou de uma causa, como os bombeiros, os soldados que passam pela experiência de uma batalha, os voluntários que prestam ajuda humanitária e, por que não, o torcedor corinthiano (CORINTHIANS, 2011, p. 603).

Assim, o produto editorial persiste na estratégia de diferenciação do torcedor, bem como o referencia, ao reconhecer os sacrifícios que ele faz em razão da dedicação e do amor que sente pelo Corinthians. Ademais, a exemplo de Diaféria (1992) o Nação frisa o fato de não haver como explicar o Corinthians e o sentimento que o une à Fiel Torcida, realizando a associação com a fé.

Só o corinthiano entende o Corinthians. Entende, mas não explica. Como pode uma torcida aumentar em épocas de insucesso? Como pode uma

torcida compreender com tanta fé e resignação uma derrota inesperada? Nem Freud explica. E nem nós sabemos explicar. Na medicina também é assim. Quantos pacientes eu vi desenganados, melhorarem rapidamente ou até se curarem com a fé. Lógico que isso independe do time pelo qual torcem. Mas se o torcedor for corinthiano é mais fácil, porque já está treinado. O Corinthians é assim, fortalece-se nas orações. O corinthiano é místico: no olhar, nos anseios e no coração. Porque ele sabe que o seu time é assim, sobrevive a tudo e vive por todos. Na verdade, o Corinthians é uma doença, mas é incurável (CORINTHIANS, 2011 p. 140).

A passagem consiste em uma declaração do médico, jornalista e corinthiano, Dr. Osmar de Oliveira, que reforça ainda o misticismo em torno do clube. Nesse âmbito, a obra vai além e destina um capítulo à fé da Nação Corinthians. Como ocorre em Unzelte (2010), ressalta-se a junção de diversas crenças e o santo guerreiro, São Jorge, como padroeiro.

A religião é formada por inúmeras crenças, sendo que a principal delas é a crença de que o Corinthians é maior do que tudo. Seus fiéis são extremistas, adoram ídolos, emanam cânticos e se caracterizam pelo fanatismo. O padroeiro da nação é São Jorge, a quem são atribuídas todas as glórias alcançadas (CORINTHIANS, 2011, p. 35).

De acordo com o livro há um nome específico para designar o sincretismo entre o pensamento católico, a umbanda, o candomblé e o espiritismo: Sport Club Corinthians Paulista. Destarte, o *collectors book* reitera o ideal de um clube de todos, sem preconceito de cor, de classe ou crença religiosa.

O catolicismo está na fé em São Jorge, no martírio, na crença de que ao final de um longo sofrimento sempre se encontrará a salvação. E também na culpa. Afinal, qual o corinthiano que nunca se sentiu responsável pela derrota do time só porque entrou no estádio inadvertidamente com o pé esquerdo? A umbanda e o candomblé emprestam as mandingas, o poder de seus orixás e os rituais que ajudam a alcançar uma graça, ou uma bola chutada bem no cantinho. Já o espiritismo tem no Corinthians a comprovação de sua doutrina, materializada na capacidade deste time de renascer quantas vezes forem necessárias. Todas essas crenças, somadas à fé inabalável que o torcedor tem no time, constituem a religião corinthiana (CORINTHIANS, 2011, p. 279).

Ainda no âmbito da comparação religiosa, o Nação nomeia o não-corinthiano como 'infiel' e, abordando o fato do clube não possui um estádio próprio àquela altura, recorre novamente à enorme presença do torcedor em estádios visitantes para reforçar a sua grandeza. Assim, mais uma vez se diferencia a Fiel Torcida das demais.

Muitos infieis costumam dizer que o Corinthians não possui um estádio próprio para a prática do seu culto. Mas a verdade é que a Fiel Torcida sempre toma para si qualquer estádio em que o Corinthians estiver presente. Esse domínio é assegurado pelo incrível número de peregrinos, capazes de fazer o maior templo do futebol mundial parecer uma pequena capela (CORINTHIANS, 2011, p. 275).

Em consonância com as obras anteriormente examinadas, o presente produto editorial intitula essa religião como ‘corinthianismo’ e, a exemplo do *Jornal Coração*, relaciona o clube à cidade grega de Corinto a fim de reiterar a fidelidade do torcedor corinthiano.

A religião oficial da Nação Corinthians é, claro, o próprio corinthianismo. No entanto, o que não falta ao longo da história corintiana são as mais variadas manifestações de fé. Elas estão presentes já a partir do nome do próprio clube: afinal, foi na cidade grega de Corinto que viveu o apóstolo Paulo. No capítulo 13, versículo 3 da primeira de suas duas cartas às comunidades cristãs ali formadas (as famosas Epístolas de São Paulo aos Coríntios), ele parece sintetizar a própria fidelidade do corinthiano, quando ensina: “O amor é paciente” (CORINTHIANS, 2011, p. 286).

Observa-se prontamente no Nação a repetição de estratégias usadas pelos dois objetos anteriormente investigados, como o emprego de declarações de ex-jogadores a fim de legitimar determinada ideia, a busca por diferenciar o Corinthians e o torcedor corinthiano dos demais, bem como a associação do clube à religião. De maneira oposta, o *collectors book* aborda a origem humilde do time e de seus fundadores de forma direta, sem a poeticidade adotada por Diaféria (1992) ou mesmo o destaque dado por Unzelte (2010). Assim, legitima-se a construção simbólica de ‘Time do Povo’ por meio da ênfase dada às dificuldades financeiras enfrentadas e do ideal de um clube que abrigasse a todos.

No entanto, o livro salienta por diversos momentos a presença de corinthianos pertencentes às classes sociais mais altas na torcida, deixando claro que o produto editorial se destina à estes torcedores. Sugere-se até mesmo que mais do que ‘Time do Povo’, o Corinthians deva ser designado como ‘Time de um Povo’, o povo corinthiano. No que concerne à construção simbólica de ‘Fiel Torcida’, nota-se o emprego de frases criadas pelo torcedor, bem como o uso de episódios da história a fim de atestar a sua fidelidade.

O tópico seguinte apresenta a análise dos três produtos editoriais que integram o corpus da presente pesquisa de forma detalhada, realizando o processo de explicitação de relações entre as unidades no sentido da construção de uma interpretação.

5.4 Melhores momentos: análise da pesquisa

A partir da leitura e interpretação das unidades de análise extraídas de cada uma das obras componentes do corpus de pesquisa, foi possível aferir o modo como cada produto editorial compõe as construções simbólicas de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’. Alicerçados pelo referencial teórico, bem como pela leitura inicial dos livros, concebeu-se os referidos conceitos simbólicos como principais simbolismos relacionados ao Sport Club Corinthians Paulista, estabelecendo-os *a priori* como as categorias de análise, nas quais se encaixariam as unidades transcritas.

No que concerne o primeiro livro analisado, *Coração Corinthiano*, de Lourenço Diaféria, 18 unidades de análise foram destacadas. Destas, 8 integram a categoria de ‘Time do Povo’, e 11 a categoria ‘Fiel Torcida’. Quantitativamente, os dados apontam para a inclusão de uma unidade nas duas categorias estabelecidas, ação que encontra respaldo nos dizeres de Moraes (2003). Para o autor, ainda que se exija nas mais tradicionais formas de análise de conteúdo, que um dado seja categorizado em uma única categoria, o critério da exclusão mútua não se sustenta frente às múltiplas leituras de um texto.

De acordo com Moraes (2003, p. 199), “uma mesma unidade pode ser lida de diferentes perspectivas, resultando em múltiplos sentidos, dependendo do foco ou da perspectiva em que seja examinada”. Por essa razão, aceitamos na presente pesquisa que uma mesma unidade possa ser classificada em mais de uma categoria. Com relação ao livro de Lourenço Diaféria (1992), a unidade de análise em questão relaciona a origem popular do clube com a fidelidade do torcedor corinthiano, sendo portanto incluída tanto na categoria de ‘Time do Povo’ quanto de ‘Fiel Torcida’.

A respeito do segundo produto examinado, a *Bíblia do Corinthiano* de Celso Unzelte, apontou-se 36 unidades de análise - presentes no livro memorábilia e nos fac-símiles que integram a caixa comemorativa. Destas, 23 inserem-se na categoria ‘Time do Povo’, e 13 pertencem à categoria ‘Fiel Torcida’. Faz-se necessário ressaltar que a *Revista Corinthians*, presente na caixa, foi o único produto a não apresentar unidades de análise na categoria referente à torcida. De maneira oposta ao objeto anteriormente analisado, nenhuma unidade foi incluída concomitantemente nas duas categorias estabelecidas.

Por fim, identificou-se na terceira obra investigada - o *collectors book Nação Corinthians* -, 20 unidades de análise, das quais 14 integram a categoria ‘Time do Povo’ e 7 incluem-se na categoria ‘Fiel Torcida’. A exemplo do que ocorre no livro *Coração*

Corinthiano, uma unidade de análise foi incluída nas duas categorias estipuladas. A unidade em questão trata-se de uma declaração do ex-jogador Zé Maria que além de destacar a fidelidade da torcida, salienta o caráter popular do Sport Club Corinthians Paulista.

Com a análise da obra *Coração Corinthiano*, observou-se que sempre há a escolha do repertório léxico e simbólico usado na representação de um fato real. A linguagem empregue por Diaféria (1992) é repleta de poeticidade e romantismo, buscando despertar a emoção do leitor ao narrar os fatos. Em matéria publicada no site do clube, a instituição destaca o referido livro como “um dos relatos mais precisos do surgimento do Sport Club Corinthians Paulista”²⁷. E o exame da veiculação das estratégias simbólicas pressupõe esse conhecimento da origem institucional do objeto, o que pode ser justificado pelo fato de Lourenço Diaféria ter sido torcedor do Corinthians.

Como explicita as unidades de análise, há por parte de Diaféria (1992) uma preocupação em destacar o ideal de ‘Time do Povo’ como basilar da história do Corinthians. No entanto, as contradições tem início já em 1913. Um dos destaques feitos por Diaféria (1992) é a aceitação de atletas negros no quadro da equipe, frisando inclusive o jogador Davi. Porém, ao pleitear uma vaga junto à Liga Paulista de Futebol (LPF) - e ser aceito -, o Corinthians dispensa Davi, que por ser negro retinto não seria admitido na Liga. Diaféria (1992) ainda aborda o episódio em outro momento, colocando o jogador como um dos criadores da ‘mística corinthiana’.

Mas o tempo — e a qualidade do futebol que o Corinthians apresentava — se encarregou de desfazer mais tarde a injustiça cometida contra Davi, modesto conferente da São Paulo Railway, um operário que ajudou com a beleza de seu jogo e a pungente resignação de sua pele a criar a ‘mística alvinegra’ (DIAFÉRIA, 1992, p. 61).

Conforme esclarece Diaféria (1992), o fato de os operários fundadores escolherem como primeiro presidente do ‘Time do Povo’ um alfaiate se justifica pela necessidade de alguém que pudesse ajudar o clube financeiramente. Outras passagens do livro ressaltam que a vontade dos fundadores, dos simpatizantes, e das primeiras diretorias do Corinthians era a de que o clube crescesse, o que presume a saída da várzea e um afastamento das raízes humildes. Um indício pode ser percebido no trecho a seguir.

27 #TimãoNoTempo? A torcida que nasceu antes do time. (<https://www.corinthians.com.br/noticias/timaonotempo-a-torcida-que-nasceu-antes-do-time>). Acesso em: 05 out. 2023.

Aliás, foram a Cervejaria Germania e a Cervejaria Antártica que a diretoria corinthiana consultou em 1916 para tentar fazer o que seria, talvez, o primeiro contrato de marketing num estádio de futebol. A proposta era a seguinte: uma ou outra cervejaria emprestaria ao clube determinada importância em dinheiro, que o clube devolveria em parcelas mensais, para poder construir as arquibancadas no campo da Floresta. Em troca, o clube autorizaria a fábrica de cerveja a montar barzinhos em volta do campo. Quase deu certo. Não deu certo apenas porque a Primeira Grande Guerra atrapalhou a vida da Alemanha; e o gerente da Antártica, que se interessara pelo negócio, faleceu repentinamente (DIAFÉRIA, 1992, pp. 261-262).

O excerto evidencia que, desde os primórdios, houve por parte dos gestores do Corinthians uma mentalidade voltada para o negócio, buscando alternativas que oportunizassem o crescimento da instituição. O mesmo ponto pôde ser observado na *Bíblia do Corinthiano*. Unzelte (2010) destaca o fato de, desde os anos iniciais, os dirigentes corinthianos almejavam o crescimento do clube, a começar pela entrada na liga responsável por organizar os torneios da época.

A partir da unitarização da *Bíblia do Corinthiano*, foi possível constatar que a obra reitera as construções simbólicas de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’, ratificando-as por meio de episódios da história do clube. No entanto, os fatos reais são narrados de forma objetiva, sem a linguagem poética empregada por Diaféria (1992). Ainda assim, o imaginário e o simbólico encontram-se presentes mediante a sacralização do clube e dos personagens ligados à sua trajetória, bem como na narrativa acerca da mística corinthiana. Se em *Coração Corinthiano* a linguagem romântica é empregada a fim de despertar a emoção do torcedor-leitor, na Bíblia de Unzelte (2010) esta função é exercida pelos fac-símiles que compõem a caixa.

Em entrevista realizada para a presente pesquisa, Celso Unzelte relatou como sucedeu o processo de seleção desses fac-símiles. Segundo o autor, a triagem aconteceu em duas vertentes: abarcando momentos marcantes da história do Corinthians e aproveitando materiais que ele tinha à mão.

Para transformar em Bíblia a gente tinha que ter um apelo bastante visual e iconográfico. Coisas que as pessoas pudessem pegar, mexer; então nós trabalhamos em dois sentidos. Um dos sentidos era cobrir os grandes momentos da história do clube. Tinha que ter alguma coisa sobre o campeonato de 1954, do IV Centenário, e aí a gente reproduziu a primeira página do jornal A Gazeta Esportiva. [...] Tinha que ter alguma coisa de 1977 e aí nós reproduzimos os ingressos da final de 1977; tinha que ter alguma coisa do Mundial de 2000, e nós reproduzimos o ingresso também de 2000. [...] E um outro caminho era coisas que eu já tinha à mão. Eu tinha uma xérox de uma foto assinada

do time bicampeão paulista de 1951-52, assinada por todos os jogadores, [...] então eu utilizei aquela xérox. Então trabalhamos em duas mãos. O memorábíblia que eu tinha e o memorábíblia que a gente precisava correr atrás, em função do título, em função daquele marco na história do Corinthians. Foi um trabalho bem gostoso de fazer (UNZELTE, 2024, s. p.).

A análise do livro *Nação Corinthians*, por sua vez, evidencia por parte do clube uma abordagem superficial das construções simbólicas de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’. A exemplo de Unzelte (2010), os fatos históricos são narrados de maneira direta, porém sem conferir qualquer destaque aos cinco fundadores, à origem humilde e ao símbolo condutor, o lampião a gás - sob o qual o clube teria sido fundado -; como ocorre nas obras previamente abordadas. Valida-se os simbolismos sobretudo a partir de declarações de corinthianos ilustres e frases atribuídas à torcida, método que pode também ser apontado como a estratégia empregada para despertar a emoção e o engajamento do torcedor-leitor; para além das imagens exclusivas que integram a obra, em muitas das quais o torcedor corinthiano pode se sentir referenciado.

Entretanto, em consonância com as obras anteriormente citadas, o *Nação* aborda o crescimento do clube, destacando a entrada do Corinthians na Liga Paulista como um passo em direção ao futuro de grandeza que a agremiação teria. Como mostra a passagem abaixo, o livro ainda reitera a superação do preconceito sofrido pela equipe ao tentar ingressar na liga.

Havia, também, uma pergunta que todos se faziam: por que uma equipe tão boa permanecia jogando com adversários tecnicamente tão inferiores? Foi só uma questão de (pouco) tempo, pois nem todo o preconceito social inerente ao início do século XX conseguiria impedir a marcha corinthiana rumo ao seu destino de grandeza (CORINTHIANS, 2011, p. 78).

Outro produto produzido pelo próprio clube, a *Revista Corinthians* - componente da *Bíblia do Corintiano* -, também focaliza o preconceito enfrentado pela equipe por se tratar de um time formado por operários reforçando, contudo, que a origem humilde não impediu que o clube se desenvolvesse. Como evidenciou a unitarização do corpus de pesquisa, tal ponto é igualmente frisado por Unzelte (2010), porém sem o realce adquirido nas produções realizadas pelo Corinthians. Verifica-se, desse modo, um padrão na maneira como a instituição conta a sua história. Apesar de versar acerca da origem humilde e das dificuldades financeiras, o viés adotado nos produtos elaborados pelo clube

é ressaltar a grandeza da agremiação, constituindo estes pontos como desafios superados no propósito de crescimento do time.

Cassirer (1977) afirma que o pensamento mítico é o pensamento tradicional por sua origem e princípio, visto que o único meio que o mito tem de compreender a forma presente da vida humana é reduzi-la a um passado remoto. Ainda segundo este autor, “o que tem suas raízes nesse passado mítico, o que foi desde então, o que existiu desde tempos imemoriais, é firme e indiscutível” (p. 351). Assim, a origem humilde, as dificuldades financeiras enfrentadas nos primeiros anos, bem como o preconceito sofrido em decorrência desta procedência ligada ao povo, funcionam como balizadores da construção simbólica, atestando o clube como verdadeiro ‘Time do Povo’.

Nesse contexto, Durand (2012) destaca que a potência fundamental dos símbolos é a de “ligarem, para lá das contradições naturais, os elementos inconciliáveis, as compartimentações sociais e as segregações dos períodos da história” (p. 38). Tal afirmação pode explicar o emprego dos símbolos, em especial no livro *Coração Corinthiano*, mas também nas demais obras analisadas. O lampião a gás, a primeira bola adquirida após uma ‘vaquinha’ entre os simpatizantes do clube, a frase proferida por Miguel Bataglia, a ajuda financeira dada por alguns sócios em 1915, os mutirões para construção dos estádios, entre outros, funcionam como certificadores do conceito simbólico de ‘Time do Povo’. E o mesmo ocorre com a construção simbólica de ‘Fiel Torcida’.

Recorrendo-se novamente a Cassirer (1977), temos a memória simbólica como o “processo pelo qual o homem não só repete sua experiência passada mas a reconstrói” (p. 90). O que pode ser ilustrado com o comportamento de fidelidade da torcida corinthiana. Ao longo da trajetória do clube, durante os períodos de dificuldade, a Fiel Torcida se manteve ao lado do Corinthians. Foi assim no curto jejum dos anos 30, quando se originou o apelido; repetiu-se durante o jejum de quase 23 anos; e mais recentemente atestou tal construção simbólica após o rebaixamento da equipe para a série B do Campeonato Brasileiro.

Os três produtos editoriais que compõem o corpus da presente pesquisa empregam tais episódios como certificadores do conceito simbólico de ‘Fiel Torcida’. Foi possível observar na totalidade das obras um destaque dado ao fato da torcida corinthiana aumentar durante os períodos difíceis vivenciados pela equipe, bem como à sua presença expressiva em estádios pertencentes a outros times, quando o Corinthians atua como visitante.

Assim, outorga-se ao torcedor corinthiano um comportamento não comum às demais torcidas, o que posiciona a Fiel como única.

Desse modo, a ideia de que a torcida do Corinthians jamais abandona o time, bem como os episódios das invasões – iniciadas também nos 1930, com o maior expoente ocorrendo no Maracanã em 1976, e mais recentemente a invasão ao Japão no Mundial de Clubes em 2012, operam como contrapartidas afetivas, como complementos catalisadores (DURAND, 2012). Recontar estes fatos aciona a memória simbólica dos torcedores corinthianos, que inspirados por estes acontecimentos passados, os reconstroem no presente, reforçando a diferenciação da Fiel Torcida.

Outro fato que exemplifica o despertar da memória simbólica (CASSIRER, 1977) do torcedor corinthiano se refere à mobilização coletiva em torno do Corinthians. Os três produtos editoriais aqui analisados ressaltam a união ao redor do clube atestando a ideia de time construído pelo povo. Além das doações, os mutirões realizados para as construções dos estádios corinthianos ganham destaque nas obras. E inspirados por este passado, os torcedores reconstroem tais episódios no presente. Um exemplo pôde ser visto em 2018. Quando o estádio Alfredo Schurig, conhecido como Fazendinha, completou 90 anos, o Departamento Cultural do Corinthians organizou um mutirão para sua revitalização e a nova pintura das arquibancadas foi realizada pelos torcedores²⁸.

A tentativa de que o clube do Parque São Jorge tivesse o seu estádio próprio por meio de doações feitas pelos torcedores é mais uma história que se repete. Em 2020, o Grêmio Gaviões da Fiel, maior torcida organizada do Corinthians, lançou o projeto de uma campanha de arrecadação de dinheiro para ajudar o clube a pagar a dívida da construção de sua Arena. Na época, a dívida do Corinthians com a Caixa Econômica Federal era de mais de R\$ 530 milhões. Reuniões chegaram a ser realizadas entre dirigentes da torcida e do clube, porém a espécie de ‘vaquinha’ virtual não foi adiante, parando na fase de elaboração²⁹.

Ademais, a *Bíblia do Corintiano* inclui um exemplar do jornal *Coração* que, voltado para o torcedor, reitera principalmente o conceito simbólico de Fiel Torcida; além da revista comemorativa da *Placar* de 1977 que posiciona o torcedor como fundamental

28 Com mutirão de torcedores, Corinthians pinta arquibancadas da Fazendinha. (<https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/com-mutirao-de-torcedores-corinthians-pinta-arquibancadas-da-fazendinha.ghtml>). Acesso em: 27 dez. 2023.

29 Maior organizada do Corinthians planeja vaquinha virtual para pagar dívida da Arena. (<https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/ultimas-noticias-corinthians-vaquinha-gavioes-arena-divida.ghtml>). Acesso em: 27 dez. 2023.

para aquela conquista. Destarte, referencia-se o torcedor corinthiano que se sente parte integrante do clube. Tal estratégia pôde também ser identificada no livro *Coração Corinthiano*, onde a Fiel Torcida é posicionada como a base da agremiação; e no *collectors book Nação Corinthians*, por meio do destaque dado a declarações da própria torcida.

Verifica-se assim um acentuado resgate, via imaginário, da visão que se tem da Fiel Torcida, possibilitando ao torcedor-leitor construir, a partir disso, uma identificação e representação do que vem a ser um torcedor corinthiano, tal qual do papel que lhe é estabelecido. Logo, a relação do torcedor com a realidade é mediatizada pela linguagem adotada pelas obras, fazendo com que a dimensão simbólica do discurso produza efeitos de sentido marcados pela historicidade, o que propicia os gestos de interpretação. Por conseguinte, mediados pelo imaginário, esses torcedores constroem identidades para si e para os outros.

A pessoalidade das publicações pode, equitativamente, ser apontada como outro fator gerador de identificação. Conforme dito anteriormente, Lourenço Diaféria foi torcedor do Sport Club Corinthians Paulista, assim como Celso Unzelte - autor da *Bíblia do Corintiano* e de alguns textos presentes no Nação. Ao serem produzidos por pessoas envolvidas emocionalmente com o clube e que representam os torcedores - na medida em que também o são - as obras refletem o sentimento do corinthiano para com a agremiação, possibilitando mais uma vez que o torcedor sintá-se referenciado.

Em contrapartida, percebendo as mudanças na dinâmica do mercado ao longo dos anos, o Sport Club Corinthians Paulista buscou se adaptar às transformações. Na contemporaneidade, com o futebol transformado em negócio, observou-se na Neo Química Arena um franco desenvolvimento do setor oeste nos últimos anos, o mais caro do estádio; e não dos setores mais populares. Tal fato exprime uma ruptura com a origem humilde e a construção simbólica de 'Time do Povo'. Como evidenciou a unitarização do livro *Nação Corinthians*, a obra ressalta o ideal de um clube de todos, que abrigasse pessoas de todas as camadas sociais, de todas as raças e crenças.

No entanto, o *collector's book* reitera em mais de uma oportunidade a presença de "doutores" entre os torcedores e simpatizantes do clube, desde os primórdios. O fato da obra se destinar à esta parcela da torcida corinthiana, detentora de grande poder aquisitivo, pode justificar a intensificação de tal circunstância. E, à vista disso, o produto editorial verbaliza um afastamento da construção simbólica de 'Time do Povo', sugerindo que o melhor é definir o Corinthians como 'Time de um Povo', o 'Povo Corinthiano'.

Neste cenário, podemos recorrer a Hobsbawm e Ranger (2022) que destacam que o aparecimento de movimentos que defendem a restauração das tradições indicam uma ruptura. No que tange o Corinthians é possível observar por parte das torcidas organizadas diversas manifestações contra os gestores da equipe e a administração empresarial. Faixas com os dizeres: “Entreguem o Corinthians para o povo”, “A Fiel não está à venda” e “Empresários são o problema do Corinthians”; são recorrentes nos protestos da torcida.

No entanto, Sá Martino (2011, p. 19) chama atenção para a existência de “uma complexa relação dialética entre a adaptação contínua ao espaço social e a manutenção das estruturas existentes”. Para este autor, não se pode decretar a morte de um objeto unicamente por suas transformações. Considerando este ponto de vista, o Corinthians continua a ser o ‘Time do Povo’, como idealizado pelos cinco operários que o fundaram; bem como a sua torcida segue sendo a Fiel ainda que se observe uma presença maior do torcedor-consumidor na Arena, cujos comportamentos diferem dos propagados pelo torcedor das antigas ‘gerais’, via de regra, associado a uma torcida organizada.

Em novembro de 2023 ocorreu a eleição para a presidência do Sport Club Corinthians Paulista no triênio 2024-26. Na ocasião, elegeu-se Augusto Melo, candidato da oposição, que possuía apoio da maior parte da torcida corinthiana. A vitória da oposição encerra um ciclo de 16 anos do grupo Renovação e Transparência – muito cobrado pelo torcedor -, à frente do clube. Dentre as promessas do candidato eleito está a ampliação dos setores populares da Neo Química Arena. De maneira oposta ao que vinha ocorrendo no estádio, a proposta de Augusto Melo é ampliar os setores Norte e Sul da Arena³⁰, aumentando a carga de ingressos a preços mais populares e, conseqüentemente, possibilitando a reaproximação do torcedor mais humilde.

O episódio ilustra a afirmação de Cassirer (1994) de que as características específicas mudam constantemente, mas o princípio fundante, “a atividade simbólica como tal, permanece a mesma” (p. 123). Isto posto, legitima-se as construções simbólicas de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’, inobstante às transformações pelas quais o Corinthians passou ao longo de sua trajetória. Momentos da história do clube certificam o seu caráter popular e aglutinador, assim como a fidelidade da sua torcida. Os fatos históricos evidenciam o elo existente entre o Sport Club Corinthians Paulista e as chamadas minorias, do mesmo modo que a devoção do torcedor corinthiano.

30 Veja como Augusto Melo quer ampliar capacidade do estádio do Corinthians em 2 mil lugares. (<https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2023/12/08/veja-como-augusto-melo-quer-ampliar-capacidade-do-estadio-do-corinthians-em-2-mil-lugares.ghtml>). Acesso em: 03 jan. 2024.

Entretanto, constata-se, por parte dos gestores, uma potencialização de tais construções simbólicas como uma estratégia de diferenciação da equipe e consequente aumento das receitas por intermédio da comercialização de bens simbólicos que reiteram estes simbolismos. De forma estratégica, apropriam-se da memória do clube a fim de obter retorno financeiro e engajamento do torcedor-consumidor.

Neste contexto, Sá Martino (2011) afirma que “a eficácia do projeto é proporcional aos cuidados na gestão desses bens simbólicos pelos meios de comunicação institucionais” (p. 135). O que em alguns casos, se mostra inexistente na gestão do Sport Club Corinthians Paulista. Observa-se por parte dos gestores do clube certa displicência na criação e condução de projetos que envolvem as referidas construções simbólicas. Um exemplo foi a tentativa de oficialização da religião ‘Corinthianismo’.

A campanha de marketing Corinthianismo foi criada pela agência F/Nazca Saatchi & Saatchi, e lançada pelo Corinthians em 18 de fevereiro de 2019³¹. Inicialmente a religião do corinthiano seria composta pelo vídeo de lançamento; a comercialização de um terço, camisetas com a logo da campanha, um livro com a doutrina e história do Corinthianismo e um kit com produtos da ação - como vela, imagem do Deus Sócrates, duas lápides com os dez mandamentos e um terço, conforme ilustra a imagem a seguir -; além de um *hotsite* onde o torcedor poderia acender uma vela virtual em dias de jogo e contar suas promessas; uma pedra com os dez mandamentos instalada na Neo Química Arena; santinhos dos jogadores entregues à torcida; um documentário com depoimentos dos torcedores e um bandeirão da campanha a ser aberto na arquibancada.

Figura 14 - Kit da Campanha Corinthianismo

³¹ Corinthians apresenta campanha de sua religião, o 'Corinthianismo'. (<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2019/02/18/corinthians-apresenta-campanha-de-sua-religiao-o-corinthianismo.htm>). Acesso em: 04 jan. 2024.



Fonte: Faria (2019)

De acordo com texto publicado no site oficial do clube paulista, a campanha “enaltece o DNA de fidelidade e devoção da Fiel”, tendo como objetivo resgatar os valores do torcedor corinthiano “maloqueiro e sofredor, graças a Deus!”³². Tal propósito foi reforçado pelo diretor de marketing do clube na ocasião, Luis Paulo Rosenberg, que ao apresentar a peça publicitária na televisão afirmou que o corinthiano estava perdendo o seu DNA sofredor. Segundo Rosenberg, os torcedores mais jovens estavam mal acostumados com a vitória, e o objetivo da campanha era recuperar o sentimento de orgulho de sofrer pelo Corinthians.

Logo na ocasião de lançamento, foi possível observar que a ação dividiu a Fiel Torcida. Para muitos torcedores a campanha foi um erro e transmitiu um sentido de desrespeito. A declaração de Luis Paulo Rosenberg também não agradou aos corinthianos e as reações levaram ao cancelamento da campanha. A partir de uma memória acionada e constantemente reatualizada da construção simbólica de ‘Fiel Torcida’, os torcedores corinthianos se opuseram à Corinthianismo. Em decorrência da tradição de apoio e fidelidade, bem como da contraposição às práticas instituídas pelo chamado futebol moderno - que vislumbram no torcedor um consumidor, a Fiel não aderiu à campanha.

³² Timão lança campanha que resgata valores da Fiel: corinthiano, maloqueiro e sofredor; graças a Deus! (<https://www.corinthians.com.br/noticias/timao-lanca-campanha-que-resgata-valores-da-fiel-corinthiano-maloqueiro-e-sofredor-gracas-a-deus>). Acesso em: 04 jan. 2024.

Nota-se com a análise do corpus da presente pesquisa, o incremento de uma estratégia comum do mercado editorial. A escrita do prefácio por uma pessoa famosa consiste em uma técnica frequentemente usada para despertar o interesse pela obra. No caso dos produtos editoriais aqui analisados, verificou-se o emprego de declarações de ídolos do Corinthians também no decurso dos livros, como forma de legitimar o que era comunicado. Ademais, designar uma publicação como ‘edição especial’ ou ‘edição de colecionador’, destaca o diferencial do produto, o que pode igualmente, ampliar a relevância dada pelo público-alvo.

Dentre os livros investigados, dois consistiam em produtos editoriais voltados para colecionadores. Ao considerarmos que o futebol envolve paixão, podemos entender que a publicação de uma obra com estas características pode gerar um resultado mais eficiente no processo de decisão de compra por parte do torcedor. Possuir uma publicação rara, com réplicas de documentos históricos, fotos exclusivas e autógrafos dos ídolos propicia valor simbólico, despertando o desejo pela aquisição. No entanto, estes produtos possuem custo e preço elevados, direcionando-se a um público mais restrito.

Tal ponto foi comentado por Celso Unzelte em entrevista concedida para o presente estudo. Ao abordar a produção da *Bíblia do Corinthiano*, Unzelte afirma ter se assustado com o valor proposto pela editora, muito superior à média dos seus livros vendidos por cerca de R\$ 30,00. No entanto, o autor destaca o alto custo da obra e a questão da leitura no Brasil.

Eu acho que a gente tem um problema com a questão do público leitor no Brasil antes de tudo. Nesses projetos todo mundo se empolga, fala: “Ah são 20 milhões de loucos, se 10% comprarem”. Não chega. Não chega a 1% nunca, então temos muitas barreiras nisso. [...] Eu estou me convencendo cada vez mais, que a gente faz coisas para menos pessoas que não se importariam em pagar mais. A Bíblia do Corinthiano é um exemplo disso (UNZELTE, 2024, s. p.).

Autor de textos também no livro *Nação Corinthians*, Unzelte (2024) comentou a diferença entre as obras. Segundo ele, o *collectors book* tratava-se mais de uma ideia da editora Toriba de produzir os chamados “livros de luxo; até para chamar atenção pelo tamanho, pelo peso, foi um marco na época. Mas sem dúvida é uma ideia comercial bem diferente da *Bíblia do Corinthiano*” (s. p.). Unzelte afirma ainda não ser contra este tipo de projeto e ressalta o estereótipo em torno do torcedor corinthiano.

É, sem dúvida não é a cara do Corinthians. A cara do Corinthians é outra, é mais popular. Eu particularmente, não sou contra. É mais ou

menos como a questão da elitização dos estádios. O problema da elitização dos estádios não é ter ingressos caros, é ter menos ingresso barato. É tomar o espaço dos ingressos mais baratos. [...] Enfim, aquela ideia é dar um presente diferenciado. Isso quem me falou foi o pessoal nas reuniões. Dar um presente diferenciado para quem já tem tudo. Então usaram o Corinthians como paixão, como são outras paixões aí, a Ferrari, o Roberto Carlos, qualquer outra. Outro tipo de paixão de pessoas de um poder aquisitivo mais alto. A gente não pode esquecer que tem o estereótipo do corinthiano pobre, mas o Corinthians é maioria em todas as classes. O corinthiano é maioria entre os ricos, inclusive o corinthiano é maioria entre as minorias (UNZELTE, 2024, s. p.).

Por fim, Celso Unzelte posiciona o livro *Nação* como uma adaptação do Corinthians ao mercado, recorrendo ao trabalho de Plínio Labriola Negreiros para afirmar que toda a história do clube do Parque São Jorge é constituída por resistências e rendições.

Essa é uma velha discussão. Por isso que eu te falei que a tese do Plínio Labriola chama Resistência e Rendição: a gênese do Sport Club Corinthians Paulista. O que que ele quer dizer com resistência e rendição? Ele quer dizer que o Corinthians foi fundado como um time de bairro, no Bom Retiro, para jogar futebol da várzea, por gente muito humilde. [...] Era um time de operários. E aí há um momento em que o Corinthians tem que se render ou resistir. [...] A gente viu um exemplo disso agora há pouco. Tinha quem resistisse querendo ficar no Pacaembu, e tinha quem se rendeu aos encantos de uma Arena moderna onde teve jogo de Copa do Mundo. Então a história do Corinthians é toda essa, de resistência ou rendição. Essa história é contada, essa história volta toda hora. Essa questão que você propôs: “Ah mas ter um livro de R\$ 5.000 não está na contramão do que é o Time do Povo?” Está, mas é uma rendição, ou pode ser também um complemento (UNZELTE, 2024, s. p.).

Ao determinar o que deseja perpetuar como sua história, o Corinthians se posiciona como o criador daquilo que o representa ou não, que lhe concebe significado ou não, independente se este capital simbólico se vincula aos seus *mythos* ou *lógos*. É a manutenção desse patrimônio ao longo dos anos que reforça os elementos identitários que conduzem à diferenciação do clube dos demais. Neste âmbito podemos recorrer a Cassirer (1977) que ao analisar a arte afirma que as obras não serão destruídas pelo passar dos anos, apenas se forem constantemente renovadas e restauradas.

A restauração a qual se refere Cassirer (1977) não se trata de um processo físico, mas sim da restauração de significado e de identificação. Admitindo-se examinar as construções simbólicas em torno do Sport Club Corinthians Paulista sob este viés, é possível observar, por parte do clube, a restauração e também renovação desses simbolismos. Como mostra o produto editorial de produção própria, a instituição

revitaliza os conceitos simbólicos de ‘Time de Povo’ e ‘Fiel Torcida’, destacando as dificuldades superadas ao longo dos anos e referenciando o torcedor corinthiano.

Novamente com base em Cassirer (1977), podemos afirmar que as construções de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’ possuem uma realidade simbólica, e não física; que sempre requer interpretação e reinterpretação. E enquanto bens imateriais, precisam ser interpretados como símbolos. É a sua capacidade de identificação que dará sentido ao grupo com o qual se relaciona, no caso, a torcida corinthiana. A partir da análise dos produtos editoriais evidenciou-se que o torcedor corinthiano é afetado ideologicamente pelas construções simbólicas em torno do clube; e conseqüentemente afeta o sistema onde vive ao reagir às ações e cobrar posicionamentos da instituição, baseados na interpretação que fazem das construções simbólicas de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’.

Ao analisarem a formação da identidade das organizações, Gioia, Schultz e Corley (2000) defendem que a identidade organizacional é socialmente construída pelos membros dessas instituições através do tempo. E o trabalho com elementos do passado tem grande impacto nesta construção. Foi possível observar que tanto os produtos midiáticos - representados aqui pelos livros licenciado e não licenciado -; quanto o produto institucional, atestam a afirmação de Gioia, Schultz e Corley (2000), recorrendo a acontecimentos da trajetória da agremiação para constitui-la enquanto ‘Time do Povo’, bem como a sua torcida como a ‘Fiel’.

Em consonância, Schultz e Hernes (2012) destacam a importância da história para a reconstrução contínua da identidade organizacional, apontando que o passado influencia a explícita expressão dos ideais de identidade de uma organização. Assim, comprovou-se que os livros acerca da história do Sport Club Corinthians Paulista reedificam a identidade do clube e do seu torcedor investindo no recurso intangível das construções simbólicas por meio da repetição de elementos do passado. Adotando uma linguagem poética ou mesmo a simples exposição direta dos fatos, os produtos editoriais aqui analisados apresentam informações que buscam mostrar a identificação do Corinthians com as camadas populares, tal qual a fidelidade do seu torcedor.

Constata-se no livro *Coração Corinthiano*, o produto não-licenciado pelo clube, o emprego do romantismo na narração dos acontecimentos, fato que pode encontrar justificativa em seu autor. Lourenço Diaféria foi jornalista e cronista, e este gênero tem como característica ir além da mera informação, ultrapassando a exposição direta dos episódios, como ocorre na matéria jornalística. Conforme ressalta Marques (2011a),

o cronista pretende-se não o repórter, mas o poeta ou o ficcionista do cotidiano, desentranhar do acontecimento sua porção imanente de fantasia. [...] A crônica oscila, pois, entre a reportagem e a Literatura, entre o relato impessoal, frio e descolorido de um acontecimento trivial, e a recriação do cotidiano por meio da fantasia (MARQUES, 2011a, p. 188).

Tais características ficam claras em *Coração Corinthiano*, onde se nota mais ufanismos e menor preocupação com os dados. Em sua pesquisa, Plínio Labriola Negreiros (1992), define as fontes patrocinadas pela direção dos clubes de futebol como uma literatura apaixonada e afirma que “independentemente de uma verificação acerca da veracidade dos fatos narrados e das análises apresentadas, observa-se uma construção que identifica o clube com alguns valores, que foram sedimentados com o passar dos anos” (p. 64). Pode-se efetivamente constatar tais estratégias no livro licenciado pelo Corinthians, bem como na sua produção própria. No entanto, a literatura apaixonada se identifica em maior grau na obra de Lourenço Diaféria (1992).

Outro ponto que chama atenção decorre da frase proferida pelo primeiro presidente do clube, Miguel Bataglia, que teria afirmado: “O Corinthians vai ser o time do povo e o povo é quem vai fazer o time”. Conforme explícito pela unitarização do corpus, apenas o livro *Nação Corinthians* dá destaque à declaração. Em conformidade, a afirmativa é apresentada no site oficial do clube como mito fundador dos seus valores. Contudo, o próprio *collectors book* indica um distanciamento da construção simbólica de ‘Time do Povo’, como discutido precedentemente. Desse modo, podemos afirmar que há por parte dos gestores do Corinthians uma atualização do referido conceito simbólico, buscando ressaltar a presença de torcedores do clube também nas classes sociais mais altas.

Constata-se portanto, a mediatização das construções simbólicas de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’, bem como a importância da mídia na disseminação destes simbolismos. Verifica-se por parte da produção própria do clube uma maior preocupação em destacar a superação das dificuldades e a grandeza da agremiação; o que Negreiros (1992) já defendia em seu trabalho. Para este autor, se tornou inevitável ligar o Corinthians à ideia de uma agremiação que sempre obtém conquistas em meio a dificuldades. “Faz-se do resgate do passado um espaço para enfatizar todas as dificuldades que foram surgindo e como cada uma foi suplantada” (1992, p. 64).

Nos demais produtos editoriais, porém, frisa-se a sacralização e a mística corinthiana, acionando o imaginário e o simbólico na Fiel Torcida. Nas obras *Coração*

Corinthiano e Bíblia do Corinthiano, observa-se um maior empenho em fomentar a origem humilde do clube. Novamente de acordo com Negreiros (1992), mais importante do que saber se o clube tem ou não origem popular seria se aprofundar na temática da apropriação da história por parte da imprensa e dos dirigentes do clube. Propósito que buscamos alcançar na presente pesquisa.

Foge do escopo deste estudo investigar se o Corinthians é ou não Time do Povo, tal qual se a sua torcida ainda é a Fiel, o que dificilmente poderá ser corroborado empiricamente. O que nos interessa na concepção empírica são os traços constantes do processo significante-simbólico na composição das construções simbólicas de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’. A ideia foi compreender melhor a disseminação e o uso de tais simbolismos, bem como de suas características, observando a sua utilização na formação de ativos sociais identitários e na diferenciação do clube.

Fundado por integrantes da classe operária, o Corinthians rompeu as barreiras do preconceito e passou a ocupar espaços, até aquele momento, exclusivos à elite esportiva paulistana. O êxito dentro dos gramados, triunfando sob os times da classe alta, tal como o ideal democrático, acolhendo indivíduos de todas as raças, classes e crenças, transformou o clube do Bom Retiro em um fenômeno social de grande identificação popular.

Com essa popularidade alcançada desde os primórdios, o Corinthians converteu-se em um motivador de histórias e lendas, e conseqüentemente, tornou-se um receptor de epítetos e alcunhas, o que oportuniza uma vasta produção de sentidos. Assim, originadas em fatos reais ou imaginários, as especificidades do universo corinthiano - designado por muitos como corinthianismo -, passaram a ser reproduzidas pela mídia, difundindo uma profusão de representações e simbolismos que instituíram um conjunto de tradições próprias.

Nesse campo, a veracidade ou não dos dados converte-se em uma questão menor. Torna-se indiferente se a informação narrada a respeito de um determinado episódio foi ou não real. O primordial é compreender os valores que permeiam o Sport Club Corinthians Paulista e o processo de apropriação da sua história, vislumbrando a razão de tal narrativa, bem como as suas múltiplas funções.

PÓS-JOGO: CONSIDERAÇÕES FINAIS

Falar a respeito do futebol no Brasil é falar da sociedade brasileira, tanto sob um viés lúdico, como no tocante a uma formação social. E, pesquisas mais recentes tem se preocupado em abranger a importância que os processos editoriais e os livros portaram no percurso histórico do futebol brasileiro. À vista disso, o presente estudo buscou mapear as construções simbólicas existentes em produtos editoriais acerca da história do Sport Club Corinthians Paulista, visando aferir a forma como estas obras compuseram a ideia de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’, além de problematizar os significados produzidos em torno de tais simbolismos.

A partir da metodologia da Análise Textual Discursiva (MORAES, 2003), identificou-se no corpus da pesquisa um total de 45 unidades de análise integrantes da categoria ‘Time do Povo’, e 31 da categoria ‘Fiel Torcida’. Faz-se importante reiterar que duas unidades foram incluídas em ambas as categorias, e apenas a *Revista Corinthians – fac-símile da Bíblia do Coríntio* -, não abordou uma das referidas construções simbólicas. Não detectou-se no produto qualquer menção à Fiel Torcida, ou ainda referência à fidelidade do torcedor corinthiano. No mais, tanto a produção licenciada, quanto a não-licenciada e a própria do clube, apresentam as mesmas construções simbólicas em torno da equipe do Parque São Jorge.

Conforme evidenciou o referencial teórico da presente pesquisa, a produção de sentido por parte da audiência está sujeita à combinação de mediações em seu processo de recepção, o que, por sua vez, submete-se aos componentes e recursos de legitimação empregados pelos mediadores. Foi possível observar que as três obras analisadas fazem uso de episódios da história do clube como método de validação das construções simbólicas. Portanto, o investimento neste recurso intangível ocasionou a repetição de elementos da história do passado que, conduzidos ao presente, atestam o Corinthians como ‘Time do Povo’, e o seu torcedor como a ‘Fiel Torcida’.

Constatou-se ainda que, diversamente ao produto não-licenciado – o livro *Coração Coríntio* -; as obras licenciada e produzida pelo próprio clube – a *Bíblia do Coríntio* e o *Nação Corinthians*, respectivamente -, detém-se mais aos dados, abordando as informações de maneira direta; ao passo que o livro de Lourenço Diaféria dedica-se à poeticidade e romantismo por trás dos acontecimentos. Nota-se no produto licenciado pelo clube, e sobretudo em sua produção própria, a preocupação em frisar a grandeza do Sport Club Corinthians Paulista; posicionando a origem humilde, as

dificuldades financeiras e o preconceito enfrentado nos anos iniciais como obstáculos superados na trajetória de crescimento da agremiação.

As três obras estudadas abordam os cinco episódios selecionados como balizadores no intuito de refletir a respeito da intensificação das construções simbólicas, a saber: a fundação em 1910; a conquista do título do IV Centenário em 1954; a Invasão de 1976; o fim do tabu em 1977 com o título do campeonato paulista; e a conquista do primeiro campeonato brasileiro em 1990. Ressalta-se ainda, a representação dos cinco momentos nos fac-símiles da *Bíblia do Corinthians*. Com a análise dos respectivos produtos, verificou-se que a construção simbólica de ‘Time do Povo’ manifesta-se de modo mais explícito nas narrativas acerca da fundação do Corinthians e dos eventos ocorridos nos primeiros anos do clube. No que tange o simbolismo de ‘Fiel Torcida’, por sua vez, o uso mais evidente efetua-se no relato a respeito da Invasão Corinthiana em 1976, bem como da quebra do jejum em 1977.

Ademais, conclui-se que a seleção e repetição de determinados elementos do passado histórico do Corinthians contribuem para a elaboração e continuidade da identidade tanto do clube, quanto da sua torcida. Os fundadores operários, o lampião a gás, o desbotar da primeira camisa; bem como os mutirões, as invasões a gramados de outrem e o crescimento em momentos de dificuldade, constituem-se como signos transmissores da identidade de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’. Recontar estas histórias aciona a memória simbólica do torcedor corinthiano, e mediados pelo imaginário, reconstrói-se continuamente a identidade do clube e da sua torcida.

O tempo mítico pode ser apontado como um ‘tempo eterno’. Sob o prisma da consciência mítica, o passado nunca terminou, está sempre aqui e agora; estando o passado, o presente e o futuro ligados entre si, formando uma unidade. Assim, o clube paulista emprega episódios de sua história a fim de atestar a identidade da agremiação. No entanto, como evidenciou o presente estudo, por diversas vezes o Corinthians não justifica os seus atos teóricos na prática. Um exemplo é o proveito, já mencionado, da Democracia Corinthiana. Apesar de pretender constituir-se enquanto um clube democrático, o movimento representa uma exceção na própria trajetória histórica do Corinthians. Ao longo dos 114 anos de vida política do clube, nomes como Alfredo Trindade, Vicente Matheus, Wadih Helu e, há pouco, Andrés Sanchez, presidiram o clube durante mais da metade de sua história.

Torna-se premente redizer a provável impossibilidade de se comprovar de maneira empírica se o Corinthians é ou não ‘Time do Povo’, o que não consistia em um objetivo

da presente pesquisa. Buscou-se aqui compreender a forma como os produtos editoriais acerca da história do clube compõem as construções simbólicas em torno da agremiação, constatando-se uma retroalimentação. Tanto o Corinthians, quanto os objetos midiáticos aqui examinados, produzem uma mística corinthiana, porém, a partir de fatos que justificam e corroboram essa mística. Desse modo, tem-se a instituição como produtora de uma realidade, e ao mesmo tempo, produto de novas realidades.

Ainda que, em decorrência das transformações ocorridas no futebol, seja possível observar uma mudança no comportamento da torcida corinthiana, as médias de público dos campeonatos permitem afirmar que o corinthiano segue sendo um torcedor ‘Fiel’. Apesar de não conquistar títulos no futebol masculino desde 2019, o time do Parque São Jorge ocupou a segunda colocação no ranking das médias de público em 2021 e 2022³³. Mesmo não realizando uma grande temporada em 2023, sendo eliminado nas quartas-de-final do Campeonato Paulista e terminando o Campeonato Brasileiro na 13ª colocação; o Corinthians conquistou o terceiro lugar no ranking, com uma média de mais de 38 mil pagantes por jogo³⁴.

Assim, as reflexões que apresentamos comprova a tese proposta de que as construções simbólicas de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’ se projetam como figuras de valor que constituem o Corinthians como algo além da simples modalidade esportiva, transfigurando-se enquanto expressão de sentimentos e adesão únicos. Conclui-se, portanto, que, por meio da manipulação dos símbolos, o Sport Club Corinthians Paulista potencializa as construções simbólicas de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’ como estratégia de diferenciação das demais equipes e torcedores. Assim, o Corinthians ordena a sua trajetória histórica a partir da construção de um contexto de valores, cujos símbolos adquirem um sentido de superação e heroísmo. Foi possível observar que o clube revitaliza estes simbolismos, apropriando-se do genoma da instituição - legitimado por episódios de sua história -, a fim de capitalizar a ideia de ‘Time do Povo’ e ‘Fiel Torcida’.

Delineamos, pois, um ponto de contato entre as construções simbólicas edificadas em torno do Sport Club Corinthians Paulista e o papel ocupado por produtos midiáticos e pelos gestores da agremiação em sua legitimação. Por fim, constatou-se a midiaticização

33 Clubes brasileiros com maiores médias de público em 2022: veja top 20 (<https://www.lance.com.br/lancebiz/clubes-com-maiores-medias-de-publico-em-2022-veja-top-20.html>). Acesso em: 17 jan. 2024.

34 Ranking de público no Brasil em 2023: veja os clubes com as maiores médias. (<https://www.lance.com.br/lancebiz/torcidas/ranking-de-publico-no-brasil-em-2023-veja-os-clubes-com-as-maiores-medias.html>). Acesso em: 17 jan. 2024.

e apropriação desse passado histórico em uma escrita que não consiste em uma atitude desinteressada, mas sim dirigida ao futuro. Por meio de conexões com os passados vivos, produtores e produtos da memória, busca-se a diferenciação do clube a fim de se obter vantagens competitivas.

Para além da importância do futebol em si, esperamos que a relevância da função do livro e da leitura intrínseca a este cenário adquira cada vez mais espaço nas pesquisas acadêmicas. Ademais, desejamos que os livros esportivos conquistem os torcedores para o hábito da leitura a respeito destes assuntos que tanto lhes agradam, para quem sabe um dia produzirmos para mais pessoas, que podem pagar menos.

Desenvolver uma leitura aprofundada é explorar uma variedade de significados, construídos a partir de um conjunto de significantes. Tais significados podem ser investigados em diversas perspectivas, a partir de diferentes focos de análise, o que oportuniza uma diversidade de sentidos, estreitamente ligados às teorias nas quais o leitor do texto se baseia em sua interpretação. Destarte, por mais sentidos que se consiga elucidar, sempre haverá mais a se revelar. Isso posto, estamos cientes de que a temática abordada não se encerra com as questões introdutórias aqui pontuadas.

A investigação efetuou-se dentro do seu alcance, expondo as suas limitações. Faz-se preciso enfatizar a necessidade de se realizar, minuciosamente, análises mais aprofundadas e documentais para responder as indagações relativas ao proveito das construções simbólicas em torno do Corinthians. Pesquisas futuras podem examinar demais meios de comunicação e produtos editoriais da instituição, bem como incluir livros publicados em décadas anteriores, a fim de elucidar a composição dos referidos conceitos simbólicos desde os primórdios.

Referências Bibliográficas

ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1990.

Aidar, Ricardo. **1976: o ano da invasão corinthiana**. 1ª Ed. Santos, SP: Editora Brasileira de Arte e Cultura; São Paulo: Canal Azul, 2016.

ALAMI, Sophie; DESJEUX, Dominique; GARABUAU-MOUSSAOUI, Isabelle. **Os métodos qualitativos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. 147 p.

ANTUNES, Fatima Martins Rodrigues Ferreira. **“Com brasileiro não há quem possa!”: Futebol e identidade nacional em José Lins do Rego, Mário Filho e Nelson Rodrigues**. São Paulo: Editora UNESP, 2004.

AZEVEDO, Núbia; MARQUES, J.C. . Matchday na Neo Química Arena ressignificação e redimensionamento dos jogos do Corinthians. **Fulia**, v. 6, p. 47-69, 2022.

_____. Paixão e clubismo no rádio hipermediático: uma análise das transmissões esportivas da Rádio Craque Neto no YouTube. **Revista Alterjor**, v. 28, p. 490-508, 2023.

AZEVEDO, Núbia; MARQUES, J.C. ; TSUTSUI, Ana . Time do povo, de luta e liberdade: as construções simbólicas do Sport Club Corinthians Paulista potencializadas pela Democracia Corinthiana. **Eptic On-Line** (UFS), v. 25, p. 165-182, 2023.

BARBOSA, Isadora Rabello; BATISTA, Ana Luiza da Silva Oliveira. **As crises nos times de futebol: Estratégias das assessorias de imprensa do Clube Atlético Mineiro e do Cruzeiro Esporte Clube**. 2014. 92 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação)-Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2014.

BASTOS, Marco Toledo. Medium, media, mediação e midiatização: a perspectiva germânica. In: MATTOS, Maria Ângela; JANOTTI JUNIOR, Jeder; JACKS, Nilda, orgs. **Mediação & midiatização** [online]. Salvador: EDUFBA, 2012, 328p.

BOURDIEU, Pierre. **Economia das trocas simbólicas**. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1987.

_____. **Coisas ditas**. São Paulo: Perspectiva, 1989.

BRAGA, J. L. Sobre midiatização como processo interacional de referência. In: Encontro Anual da Compós, 15, 2006. Bauru. **Anais...** Bauru: Compós, 2006.

BRASIL. Constituição Federal de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: 18 ago. 2022.

CAMPBELL, Joseph. **Isto é tu: redimensionando a metáfora religiosa**. São Paulo: Landy Editora, 2002.

CAMPOS, A. Q.; DIAS, Álvaro R.; PERASSI, R. Identidade, marca e consumo: construções simbólicas na tessitura da cultura. **DAPesquisa**, Florianópolis, v. 7, n. 9, pp. 464-473, 2018. Disponível em: <<https://www.revistas.udesc.br/index.php/dapesquisa/article/view/13975>>. Acesso em: 27 jun. 2022.

CAPES. **Banco de teses**: CAPES. 2022. Disponível em: <<http://bancodeteses.capes.gov.br/>>. Acesso em: 15 dez. 2022.

CARDOSO, Régis. **No princípio era o som – a minha grande novela**. São Paulo: Madras, 1999.

CASSIRER, Ernst. **Antropologia filosófica**: ensaio sobre o homem – introdução a uma filosofia da cultura humana. Tradução Vicente Felix de Queiroz. São Paulo: Editora Mestre Jou, 1977.

_____. **Ensaio sobre o homem**: introdução a uma filosofia da cultura humana. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

Castelo, Jorge. **Futebol** – Organização dinâmica do jogo. Lisboa: Edições Lusófonas, 2009.

CASTORIADIS, C. **A instituição imaginária da sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

CORINTHIANS. **Nação Corinthians**. São Paulo: Toriba, 2011.

CORINTHIANS. [2023]. Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/clube-historia/>>. Acesso em: 26 jun. 2023.

CORINTHIANS. **Corinthians e Nike apresentam camisa 3 inspirada em momento histórico do Anhangabaú**. 2023b. Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/noticias/corinthians-e-nike-apresentam-terceira-camisa-inspirada-em-momento-historico-do-vale>>. Acesso em: 28 set. 2023.

COSTA, Hilton. **De torcedor a espectador**: a “modernização” do futebol brasileiro e a criminalização da pobreza. 2010, São Paulo. I Simpósio Internacional de estudos sobre futebol. Simpósio 2010.

D’ANGELO, Domingos Antonio; TAKARA, Ademir. **Bibliofut**: a literatura do futebol brasileiro. Jundiaí, SP: Editora In House, 2019.

DAMATTA, R. Antropologia do óbvio: notas em torno do significado social do futebol brasileiro. *Revista USP: Dossiê Futebol*, São Paulo, v. 22, p. 10-17, 1994. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/26954/28732>>. Acesso em: 13 jun. 2022.

DIAFÉRIA, Lourenço. **Coração Corinthiano**. São Paulo: Fundação Nestle, 1992.

DIEHL, Danielle. **Relacionamento com o torcedor**: As estratégias comunicativas do XV de Piracicaba no Facebook. 2014. 77 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2014.

DUARTE, Orlando; TURETA, João Bosco. **Corinthians**: O time da Fiel. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2008.

DUARND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**. 4ª ed. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.

EY. **Levantamento Financeiro dos Clubes Brasileiros 2022**. Disponível em: <https://www.ey.com/pt_br/media-entertainment/levantamento-financeiro-dos-clubes-brasileiros-2022>. Acesso em: 21 mai. 2023.

FARIA, Charles. **Portfólio**. [2021]. Disponível em: <<https://www.charlesfaria.com/corinthians-corinthianism-1>>. Acesso em: 01 jul. 2021.

FRANCO JR., Hilário – **A Dança dos Deuses**: futebol, cultura, sociedade. São Paulo: Cia das Letras, 2007.

FENSTERSEIFER, Alex Christiano Barreto. **Produção científica sobre futebol: uma investigação do estado do conhecimento das dissertações e teses produzidas no Brasil**. 281 f. Tese (Doutorado). Programa de Pós-graduação em Educação Física, UFSC, Florianópolis, 2016.

GASTALDO, Édison Luis. Comunicação e esporte: explorando encruzilhadas, saltando cercas. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 8, n. 21, p. 39-51, mar. 2011. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/209/206>>. Acesso em: 18 jun. 2022.

GIGLIO, Sérgio Settani; SPAGGIARI, Enrico. A produção das ciências humanas sobre futebol no Brasil: um panorama (1990-2009). **Revista História**, São Paulo, n. 163, p. 293-350, jul./dez. 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2009.

GIOIA, D.; SCHULTZ, M.; CORLEY, K. Organizational Identity, Image, and Adaptive Instability. **The Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 63-81, 2000. ESTUDIOS HISTÓRICOS – CDHRPyB- Año IX – Julio – Diciembre, 2017 - Nº 18 – ISSN: 1688 – 5317.

GLOBO ESPORTE. '**Olha o que ele fez!**' **Em 1999, o mundo conheceu Ronaldinho Gaúcho**. jul. 2011. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-america/noticia/2011/07/olha-o-que-ele-fez-em-1999-o-mundo-conheceu-ronaldinho-gaucho.html>>. Acesso em: 12 fev. 2023.

GODOY, Arilda Schmidt. **Pesquisa qualitativa**: Tipos fundamentais. In: Revista de Administração de Empresas. Fundação Getúlio Vargas, v.35, nº3 (mai/jun 1995), pp.20-29. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v35n3/a04v35n3.pdf>>. Acesso em: 21 jun. 2022.

GOMES, Érica; MARTINS, Daniela. **Gaviões da Fiel - 45 anos**: A história da maior torcida organizada do país. São Paulo: Produção independente, 2014.

GUEDES, Simoni. **O Brasil no campo de futebol**. Niterói: Editora da UFF, 1998.

GUERRA, Márcio. **Você, ouvinte, é a nossa meta** – A importância do rádio no imaginário do torcedor de futebol. Rio de Janeiro: Etc, 2000.

_____. **Rádio x TV**: o jogo da narração – A imaginação entra em campo e seduz o torcedor. Juiz de Fora: Juizforana Gráfica e Editora, 2012.

GUTERMAN, Marcos. **O futebol explica o Brasil**: uma história da maior expressão popular do país. São Paulo: Editora Contexto, 2010.

HELAL, Ronaldo. Futebol: Mitos e Verdades (que nos ajudam a entender quem somos). In: **Insight Inteligência**, v. 52 (2011), pp. 68-81. Disponível em: <<https://comunicacaoesporte.files.wordpress.com/2010/10/futebol-mitos-e-verdades.pdf>>. Acesso em: 19 set. 2022.

_____. Pátria de chuteiras? Como os brasileiros pensam a seleção. In: **Ciência Hoje**, v. 53 (maio 2014), pp. 16-21. Disponível em: <<https://comunicacaoesporte.files.wordpress.com/2018/03/artigo-como-os-brasileiros-pensam-a-selec3a7c3a3o.pdf>>. Acesso em: 19 set. 2022.

HJARVARD, Stig. Miatização: conceituando a mudança social e cultural. In: **Matrizes**, São Paulo, v. 8, nº 1, pp. 21-44, jan./jun. 2014. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/82929>>. Acesso em: 12 fev. 2023.

_____. Miatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. In: **Matrizes**, São Paulo, v. 5, nº 2, pp. 53-91. jan./jun. 2012. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38327>>. Acesso em: 13 fev. 2023.

HOBSBAWM, Eric J; RANGER, Terence. **A invenção das tradições**. Tradução de Celina Cardim Cavalcante. – 15ª ed. – São Paulo: Paz e Terra, 2022.

IBOPE Repucom. **DNA Torcedor**: Corinthians. Ibope Repucom. Ago. 2020. Disponível em: <http://mktdia.ibope.com.br/repucom/IBOPE_REPUCOM-CLUBE_DNA_2020_CORINTHIANS.pdf>. Acesso em: 30 set. 2023.

LIMA, M. A. de. **As origens do futebol na Inglaterra e no Brasil**. São Paulo. 2002. Disponível em: <<http://www.klepsidra.net/klepsidra14/futebol.html>>. Acesso em: 26 ago. 2022.

MACHADO. Rosely Diniz da Silva. **O estudo do gênero pelo viés discursivo**: refletindo sobre a dualidade masculino/feminino e sua relação com a escrita. 354 f. 2006. Tese (Doutorado em Teorias do Texto e do Discurso) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/7120#>>. Acesso em: 24 jun. 2022.

MARQUES, L. A. M. **Mídia e Futebol: A paixão de explica?**. Monografia (Bacharel em Comunicação Social) Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, 2003. Disponível em: <<https://ufr.br/comunicacao/index.php/televisao-pdf?download=345:marques-luiz-americo-magalhaes>>. Acesso em: 15 set. 2022.

MARQUES, José Carlos. A “criança difícil do século” – algumas configurações do esporte no velho e no novo milênio. In: **Comunicação, Mídia e Consumo** (São Paulo. Impresso). V. 8, (2011) pp. 93-112. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/about/index>>. Acesso em: 21 nov. 2022.

_____. A crônica de esportes no Brasil: algumas reflexões. In: **Imprensa e Sociedade Brasileira**. Losnak, Célio J.; Vicente, Maximiliano M. (orgs.). São Paulo: Cultura Acadêmica, 2011a, pp. 85-102.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

_____, Jesús. **Ofício de cartógrafo**. São Paulo: Loyola, 2004

MARTINEZ, André. **Centenário do Corinthians**. São Paulo: Larrousse Brasil, 2010.

MORAES, R. Uma tempestade de luz: a compreensão possibilitada pela análise textual discursiva. **Ciência & Educação**, Bauru, v. 9, n. 2, p. 191-211, 2003. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1516-73132003000200004&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 30 jun. 2022.

MOSTARO, Filipe F. Ribeiro; HELAL, Ronaldo George; AMARO, Fausto. Futebol, nação e representações: a importância do estilo “futebol-arte” na construção da identidade nacional. In: **História Unisinos**, v.19, n. 3 (set/dez 2015), pp. 272-282.

NEGREIROS, Plínio José Labriola de Campos. **Resistência e rendição – a gênese do Sport Club Corinthians Paulista e o futebol oficial em São Paulo – 1910-1916**. São Paulo: PUC, 1992 – Dissertação de Mestrado.

OLIVEIRA, Fábio Camargo Fleury de. **Jornal ‘Coração’, o porta-voz da torcida corintiana: uma aventura no jornalismo esportivo paulista (1976/1977)**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). 297 folhas. UNESP, Bauru, 2014.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. **Televisión, audiencias y educación**. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2001.

PADEIRO, Carlos Henrique de Souza. **O predomínio do entretenimento no jornalismo esportivo brasileiro**. 2015. 126 f. Dissertação (Mestrado) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

PAZ, Sérgio Miranda. **O Futebol como Patrimônio Cultural do Brasil: estudo exploratório sobre possibilidades de incentivo ao Turismo e ao Lazer**. 2009. Disponível em: <[http://www.ludopedio.com.br/v2/content/uploads/170543_Paz%20\(D\)%20-](http://www.ludopedio.com.br/v2/content/uploads/170543_Paz%20(D)%20-)

%20O%20futebol%20como%20patrimonio%20cultural%20do%20Brasil.pdf>. Acesso em: 15 set. 2022.

PEDROSA, Milton. **Gol de letra**. O futebol na literatura brasileira. Rio de Janeiro: Editora Gol, 1967.

PEREIRA, Jovino Alberto Oliveira. **Futebol de esporte amador a negócio de entretenimento e lazer em uma sociedade midiaticizada**. Trabalho de conclusão de curso (Dissertação) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

PIAZZI, Giulia Sampaio. **Esporte de massa como objeto de nicho: uma análise editorial do mercado de livros de futebol**. 92 f. Monografia (Graduação em Letras – Tecnologias de Edição), Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2015.

_____. **Bolas de papel e jogadas editoriais: os livros de futebol publicados no Brasil entre 1903 e 1930**. 148 f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens, Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais (CEFET-MG), Belo Horizonte, 2018.

PIMENTEL JUNIOR, Sergio Casaes. **Futebol: Uma análise do futebol brasileiro e os seus resultados como modelo de negócio**. Trabalho de conclusão de curso (Graduação) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016.

PIOVAN, Marco; CESAR, Newton. **Corinthians Eterna Paixão**. São Paulo: Magma, 2012.

PORTAL do Brasil. **Conheça a história das Copas do Mundo**. Nov. 2009. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/editoria/esporte/2009/11/conheca-a-historia-das-copas-do-mundo>>. Acesso em: 15 set. 2022.

PRONI, Marcelo. **A Metamorfose do Futebol**. Campinas: Unicamp, 2000.

RIAL, C. Televisão, futebol e novos ícones planetários: aliança consagrada nas copas do mundo. In: **Motrivivência**, Florianópolis, n. 18 (jan. 2002), pp. 15-32. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/view/21103/19729>>. Acesso em: 13 fev. 2023.

RIBEIRO, André. **Os donos do espetáculo: história da imprensa esportiva no Brasil**. São Paulo: Terceiro Nome, 2007.

RIBEIRO, Luiz Carlos. **Brasil: futebol e identidade nacional**. 2016. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd56/futebol.htm>>. Acesso em: 15 set. 2022.

SÁ MARTINO, Luis Mauro. **Mídia e poder simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religiosos**. 3ª edição. São Paulo: Paulus, 2011.

SANCHEZ, Andrés; OLLER, Tadeo Sanchez. **O Mais Louco do Bando**. São Paulo: G7 Books, 2012.

SANTI, Vilso Jr. C. **Mediação e Mdiatização**. Jundiaí: Paco Editorial, 2017.

SANTOS, Ediorgenes C. S. Marketing Esportivo: Repensando a gestão de um clube de futebol no Brasil. In: **Revista de Administração**, São Paulo, v.4, n.6, 2014.

SANTOS, J. M. C. M.; ROCCO JÚNIOR, Ary José. O ‘time do povo’: vantagem competitiva na construção e manutenção da identidade de uma organização esportiva. **Estudios Históricos**, v. 1, p. 45-60, 2017.

SANTOS NETO, Antônio. **A estrutura organizacional do futebol profissional no brasil e o clube dos 13**: análise comparativa entre os modelos de organização do futebol brasileiro, europeu e das ligas nos EUA. 2009. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Economia) - Faculdade de Ciências Econômicas, UFBA, Salvador, 2009; Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/9380/1/Santos%20Neto%2c%20Ant%C3%B4nio%20Alberto%20Matheus%20dosx.pdf>>. Acesso em: 13 ago. 2022.

SCHATZ, Patrícia V. O espetáculo dos gramados: discursos pela financeirização do futebol brasileiro e a transformação da prática esportiva em mercadoria. **Anais do XI Encontro Nacional da ANPEGE**. Presidente Prudente: UFGD Editora, 2015, p. 6294-6302.

SIMÕES, Antonio Carlos. CONCEIÇÃO, Felix Marcelino. Gestos e expressões faciais de árbitro, atletas e torcedores em um estádio de futebol: uma análise das imagens transmitidas pela televisão. In: **Revista Brasileira de Educação Física**. Esp. v.18, n.4. São Paulo. Dez/2004.

SOUZA, Denaldo Achorne de. **O Brasil entra em campo!**: Construções e reconstruções da identidade nacional (1930-1947). São Paulo: Editora Annablume, 2008.

STEIN, L. **A criação das regras e a expansão do futebol pelo mundo**. 23 de outubro de 2013. Trivela. Disponível em: <<http://trivela.uol.com.br/150-anos-de-futebol-a-criacao-e-a-expansao-das-regras/>>. Acesso em: 14 ago. 2022.

STEIN, Leandro. **Como o futebol moldou a identidade cultural do brasileiro**. 15 de abril de 2015. Trivela. Disponível em: <<https://trivela.com.br/sem-categoria/arquivo-padrin-como-o-futebol-moldou-a-identidade-cultural-do-brasileiro/>> Acesso: 14 ago. 2022.

STRÖMBÄCK, Jesper. Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. **The International Journal of Press/Politics**, v. 13, n. 3, pp. 228-246, Jul. 2008.

TAKARA, Ademir Massayoshi. **Livros sobre futebol publicados no Brasil (1903-2013)**. In: II Simpósio Internacional de Estudos sobre Futebol: expressões, memórias, resistências e rivalidades, 2014, São Paulo. 11 f.

TAVARES JR., Carlos Augusto. Jornalismo Esportivo: o que é. In: **Revista Pauta Geral**, v. 4, n. 2, pp. 38-59, jul/dez. 2017. Disponível em: <<https://revistas.uepg.br/index.php/pauta/article/view/9998>>. Acesso em: 26 mai. 2023.

TELLES, Marcio; SILVEIRA, Fabrício. **O espetáculo do futebol: experiência estética e experiência midiática**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 34, Recife. Anais... Recife: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2011. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2123-1.pdf>>. Acesso em: 29 mai. 2023.

UNZELTE, Celso. **O Livro de Ouro do Futebol**. São Paulo: Ediouro, 2002.

_____. **Bíblia do Corintiano**: livro e documentos históricos de um centenário de conquistas. São Paulo: Panda Books, 2010.

_____. Entrevista concedida à autora. São Paulo, 04 jan. 2024. [A entrevista encontra-se transcrita nos Anexos da presente tese].

VASCONCELOS, Pedro; RIOS, Riverson. **Esporte e midiatização: um panorama da trajetória do futebol a partir do programa Bate-Bola**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 35, Fortaleza. Anais... Fortaleza: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1022-1.pdf>>. Acesso em: 28 mai. 2023.

VIEIRA, Larissa Mariano. **Futebol**: Do sonho do jogo ao jogo do mercado. Trabalho de conclusão de curso (Graduação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

WISNIK, José Miguel. **Veneno Remédio**. O futebol e o Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 2008.

ANEXOS

1- Entrevista com Celso Unzelte, jornalista, pesquisador e escritor – Realizada em 04 de janeiro de 2024, de forma remota via Google Meet

1º - Celso, como surgiu a ideia da *Bíblia do Corintiano*?

A *Bíblia do Corintiano* é uma exceção no meu trabalho. A base do meu trabalho é o *Almanaque do Timão*, que é a análise fria de resultados e biografias de jogadores e técnicos; talvez nem tão frias a partir dos comentários que eu faço, mas eu te garanto que são comentários muito menos apaixonados do que eram os do seu Antoninho de Almeida e dos que são atualmente, eu não sei se você acompanha nas redes sociais o Fernando Wanner. Wanner é quase messiânico né?! Acho legal ele fazer isso, mas eu sou jornalista, não me coloco em um papel assim. Por mim, eu colocaria 10 a 0 para o Corinthians em todos os jogos. O que eu quero dizer é o seguinte, que essa primeira literatura mais apaixonada, como diz o Plínio Labriola, ela se ocupava menos de dados e mais de ufanismo. Então eu lembro que por exemplo, seu Antoninho; agora recentemente lançaram um pequeno livrinho com anotações do seu Antoninho lá no Corinthians, uma coisa só para sócios, o pessoal, o Raul Correia, que era lá do financeiro do Andrés, ele tem uma chapa né, uma chapa 83 de valores, uma das chapinhas do Corinthians e ele produziu esse material sobre o seu Antoninho. O seu Antoninho de Almeida passou a vida inteira querendo escrever um livro que ele chamaria ‘História de um grande clube escrita pelo próprio povo’, que ele nunca infelizmente conseguiu fazer esse livro da maneira como ele queria. E a própria história do seu Antoninho é comovente, ele não tinha os dois braços. Ele perdeu os dois braços quando era criança numa moenda de cana. Ele foi funcionário, não por 70 anos, mas ligado ao Corinthians de 1930 até o dia que morreu, em 2000. E ele respondeu sobre o Corinthians em um antigo programa ‘O céu é o Limite’ nos anos 1960. O próprio Lourenço no *Coração Corintiano* fala: “Sem esse homem a história do Corinthians seria folhas ao vento”. E seriam mesmo porque era ele quem colhia. Ele passou a vida inteira por exemplo, falando da saga dos dois jogos contra Minas Gerais e São Paulo do Bixiga. Dois jogos que deram vaga no Campeonato Paulista, e ele vivia falando “time dos operários, o time dos operários, o time dos operários”, mas a data do jogo ele não dava. Precisei eu folhear o jornal todo do ano de 1912, e também até março de 1913, para descobrir que o jogo tinha sido em março de 1913.

Então eu acho que essa é uma primeira diferença assim do meu trabalho em relação aos outros. Você citou a *Bíblia do Corintiano*, aquilo é uma ideia mais editorial do Marcelo Duarte que era o dono da Panda Books. A ideia da *Bíblia do Corintiano* surge porque eu ganhei uma caixa de uma amiga minha que foi à Inglaterra, ela me deu uma caixa com um memorabíblia da história do Chelsea, ela torce para o Chelsea. E eu mostrei essa caixa para o Marcelo e o Marcelo falou: “vamos fazer uma dessa para o Corinthians?”, que estava se aproximando o centenário do Corinthians. Aí eu falei, vamos, podemos fazer. Aí eu juntei basicamente a memorabíblia que tem lá, reprodução de jornal, Campeão de 54, reprodução do ingresso de 77, aquela história toda; e junto veio o livrinho que o Marcelo chamou de *Bíblia do Corintiano*, que ele brinca, fala que o Corinthians tem seus santos, São Neco, São Wladimir, mas eu não tive uma participação tão direta nesta ideia. Tanto que depois a mesma editora publica a *Bíblia do São Paulino* e a *Bíblia do Palmeirense*. Então, no fim, acabou não sendo propriamente uma ideia só do Corinthians. A gente sabe dessa devoção quase religiosa do corintiano, mas não é uma obra assim tão diferente porque os outros dois também tem. E eu lembro que na

época eu encontrei numa festa, num evento, um rapaz que era lá do departamento jurídico do Corinthians e ele contava que foi meio polêmico ali liberar *Bíblia do Corinthiano*, porque estavam com medo de ofender religiões. Religiões constituídas, mas ele me disse que liberou. Mas enfim, o bastidor da tal da Bíblia do Corinthiano é mais ou menos esse que eu te passei.

2º - Algumas pesquisas mostram uma “preterição” dos torcedores pelos livros de seus clubes, o que pode justificar o fato destes produtos dificilmente serem disponibilizados em número grandioso. Com relação à Bíblia, qual foi a tiragem? Como chegaram a este número?

Olha, mais do que a tiragem, o que me assustou foi o preço na época. Eu lembro que, bom é uma caixa né?! Uma caixa enorme, não sei se você tem a caixa. A produção teve custos altos. E eu lembro que ela estava sendo vendida por R\$ 160,00. O que é muito mais, a média dos meus livros sobre o Corinthians é de R\$ 30,00. Em média, uns mais baratos, uns mais caros, mas em média são R\$ 30,00. *Os 20 maiores jogos, Os 10 maiores ídolos*, tudo isso aí era na casa dos R\$ 30,00, quando muito R\$ 40,00. E o Marcelo falou em R\$ 160,00, e eu falei: “Marcelo, não vai vender”. Nós lançamos inclusive no dia do centenário, na noite do centenário, 1º de setembro de 2010, ali na Avenida Paulista; e pra minha surpresa é um livro sobre o qual eu recebo royalties até hoje. Eu não sei te dizer o número de vendas, mas é muito significativo porque 10% de R\$ 160,00 são R\$ 16,00. Eu, pra ganhar 10% em cima daqueles livrinhos, pra ganhar R\$ 160,00 em cima daqueles livrinhos de R\$ 30,00, eu tenho que vender cinco livros. Então, tenho pra mim; eu também desenvolvo há 10 anos o aplicativo Almanaque do Timão, que nada mais é do que o almanaque em forma de aplicativo de celular. E a gente tem tocado o aplicativo nesses nove anos com muita dificuldade, um número muito baixo de pessoas. Nós cobramos R\$ 5,00 por mês e R\$ 70,00 por ano. Não, R\$ 70,00 nada, R\$ 35,00 por ano e mesmo assim nós estamos encerrando as atividades porque realmente o público é muito baixo. O público não enxerga. Eu acho que a gente tem um problema com a questão do público leitor no Brasil antes de tudo. Nesses projetos todo mundo se empolga, fala: “ah são 20 milhões de loucos, se 10% comprarem”, não chega. Não chega a 1% nunca, então temos muitas barreiras nisso. Eu não sei te dizer em termos de números de venda mas eu sei te dizer que me parece que é um público, e aí eu já amplio o público do futebol em geral. Eu produzo muita coisa para o público do futebol em geral. Eu estou me convencendo cada vez mais que a gente faz coisas para menos pessoas que não se importariam em pagar mais. A *Bíblia do Corinthiano* é um exemplo disso.

3º - Como foi o processo de licenciamento do livro? Foi necessário solicitar uma autorização? O clube realiza um revisão da obra?

Bom, eu sempre faço questão de tentar fazer os produtos licenciados, porque eu como jornalista defendo a ideia de que o clube de futebol precisa enxergar todas essas coisas como fontes de renda. Então, até para ser coerente com o meu discurso, eu gostaria que todos os meus produtos fossem licenciados. A questão é que os clubes infelizmente, aí não só o Corinthians, mas os clubes nos tratam como se nós fizessemos bonés, chaveiro, caneta. Eles não entendem o valor cultural disso. Eu já tive sérios problemas inclusive, em outras administrações, isso varia muito de administração para administração, mas já chegaram a ligar na minha casa querendo rever contrato do aplicativo porque o dinheiro não entrava. Então, segundo eles, não seria um produto interessante. Aí eu falei pelo telefone: “Olha ainda bem que vocês me ligaram mesmo porque isso aí só me dá prejuízo. Eu mantenho esse aplicativo porque gosto e porque sou corinthiano. Se vocês quiserem me liberar disso, estejam a vontade”. Aí num segundo momento alguém percebeu que era

importante pro marketing, para eles chuparem meu números, enfim e aí a coisa ficou até hoje mal parada. O clube em alguns momentos até, em administrações anteriores chegaram a colocar *Almanaque do Timão* na própria camisa do Corinthians. Mas a gente tem muito problema com rede social, com site. Os clubes terceirizam isso, é uma questão muito política. Eles realmente não nos enxergam como parceiros no sentido deles. Eles querem só ceder a marca e colher frutos, e não é assim que a coisa funciona. Por lei, toda vez que você trabalha com informação, você não precisa pagar royalties. Você precisa pagar royalties em cima do uso do escudo, em cima do direito de imagem de jogadores, técnicos, aí entra toda uma questão jurídica que dificulta essa situação. Muitas vezes já falei, em diversos momentos: “Se vocês pagassem um mês de salário desses jogadores que não dão certo para montar um departamento histórico decente vocês não precisariam de mais nada”. Mas isso não é uma prioridade, infelizmente, porque não dá dinheiro né?! Não dá dinheiro no volume que eles querem. Não se vende tanto. Aí entra naquilo que você falou, o torcedor não enxerga o livro como um bem, como ele enxerga uma camisa ou até mesmo um chaveiro, enfim, coisas menos culturais.

4º - Em uma das matérias que li sobre a Bíblia, vi que a pesquisa para a sua produção durou 15 anos. Como foi o processo de seleção dos fac-símiles que entrariam na caixa? Existiu um critério para seleção destes documentos?

É, eu acho que assim, toda a minha produção em relação ao Corinthians é em cima de uma base de dados que é o *Almanaque do Timão*. Quando eu falo que a produção para Bíblia durou 15 anos, não era propriamente para a Bíblia, era em cima do trabalho *Almanaque do Timão* e de onde eu tiro subprodutos, no melhor sentido da palavra subprodutos. A Bíblia é um deles. Para transformar em Bíblia, aí a gente tinha que ter um apelo bastante visual e iconográfico. Coisas que as pessoas pudessem pegar, mexer, então nós trabalhamos em dois sentidos. Um dos sentidos era cobrir os grandes momentos da história do clube. Tinha que ter alguma coisa sobre o campeonato de 54, do IV Centenário, e aí a gente reproduziu a primeira página do jornal *A Gazeta Esportiva*; que aliás eu tenho original aqui, guardado pelo meu velho tio Túlio, meu falecido tio Túlio. Quando estava doente fez questão de me dar e falou: “ó, você vai guardar”. Aí, por uma questão também comercial, resolvemos substituir por uma reprodução da página de jornal lá do arquivo da Gazeta que estava mais bem conservada. Tinha que ter alguma coisa de 77 e aí nós reproduzimos os ingressos da final de 77; tinha que ter alguma coisa do Mundial de 2000, e nós reproduzimos o ingresso também de 2000. Tinha que ter alguma do Brasileiro de 90, também tem reprodução do ingresso. E um outro caminho era coisa que eu já tinha a mão. Eu tinha uma xerox de uma foto assinada do time bicampeão paulista de 1951-52, assinada por todos os jogadores. Quem me deu essa xerox foi um senhor que eu conheci no estádio, numa noite em 1992, que o Corinthians perdeu do Inter de Porto Alegre de 4 a 0. O senhor chamado Sr. Daniel era professor de português e assessor de imprensa do Rui Falcão, jornalista e político. Aí conheci o Sr. Daniel lá no estádio, dei carona pra ele até a casa dele e ele me fez entrar, me deu um vinho do Kibutz e aquela xerox do time campeão de 52. Então eu utilizei aquela xerox. Então trabalhamos em duas mãos. O memorabíblia que eu tinha e o memorabíblia que a gente precisava correr atrás, em função do título, em função daquele marco na história do Corinthians. Foi um trabalho bem gostoso de fazer.

5º - Você também contribuiu com o livro *Nação Corinthians*. Esse *collectors book* foi lançado em edição limitada, para colecionadores, comercializado a um alto valor. Assim, podemos concluir que ele é destinado a uma parcela da torcida do Corinthians que possui alto valor aquisitivo. Pensando na *Bíblia do Corintiano*, o

público-alvo foi também definido de forma restrita ou consistia no corinthiano de modo geral?

Não, é claro que a gente sabia que a produção de uma Bíblia como aquela ia custar caro. Inclusive a própria negociação com o Corinthians. O Corinthians para oficializar mordeu um pedaço dos royalties. O Marcelo conversou comigo para eu abrir mão também de um pedaço do meu, dos meus direitos e eu cedi. Mas ali houve um problema mais de custo mesmo, de se fazer. É difícil fazer uma Bíblia a um preço mais baixo, a caixa demanda custo, o corte, são papéis diferentes, a própria inserção daqueles papéis, ela é manual, você tem que pagar alguém pra botar um daquele em cada uma, sem erro. Então tudo isso tem custo a parte. Ali foi mais uma questão de custo. O da editora Toriba que eu também acompanhei bem de perto, o Nação, está inserido - e eu não sei se você sabe, mas depois ele fizeram uma versão menor do Nação -, que eu também tenho aqui, aquilo está inserido em um contexto maior. Eles não fizeram só livro do Corinthians, eles fizeram livro sobre a Ferrari, eles fizeram livro sobre o Roberto Carlos, cantor. Fizeram livro, ou se inspiraram, se não me engano, se não foram eles que fizeram, eles se inspiraram num livro sobre o Muhammad Ali. Acho que fizeram um livro sobre charutos, whiskys. Enfim, aquela ideia é dar um presente diferenciado, isso quem me falou foi o pessoal nas reuniões. Dar um presente diferenciado para quem já tem tudo. Então usaram o Corinthians como paixão, como são outras paixões aí, a Ferrari, o Roberto Carlos, qualquer outra. Outro tipo de paixão de pessoas de um poder aquisitivo mais alto. A gente não pode esquecer, tem o estereótipo do corinthiano pobre, mas o Corinthians é maioria em todas as classes. O Corinthiano é maioria entre os ricos, inclusive o corinthiano é maioria entre as minorias. Um dia nós vamos viver em um mundo suficientemente civilizado em que o marketing do Corinthians vai brigar com o São Paulo. Essa coisa do estereótipo, que o São Paulo até não gosta dos homossexuais ligados ao São Paulo. O Corinthians tinha que puxar isso pra si. Falar assim: “Nós somos maioria também entre as minorias”, ou as chamadas minorias né?! Então, essa é uma outra questão, talvez em um mundo mais civilizado do que o que a gente vive hoje. Mas o fato é que também tem essa coisa do corinthiano, as pesquisas mostram muito corinthiano nas classes altas. Esse era um livro na faixa acho que de R\$ 5.000. Quando me chamaram para fazer os textos eles falaram: “Ah quanto você quer ganhar para escrever os textos?”. Eu falei: Eu quero um livro porque acho que vocês não vão me pagar R\$ 5.000 para fazer. No fim me pagaram o freelancer e ainda me deram o livro, felizmente eu tenho o livro aqui, o Nação. Eu tinha muito medo de não ter esse livro. Mas é uma outra concepção. Ali sim muito mais ligada a uma ideia ali da editora Toriba de fazer esses chamados livros de luxo. Até para chamar atenção pelo tamanho, pelo peso, foi uma marco na época. Mas é, sem dúvida, uma ideia comercial bem diferente da *Bíblia do Corinthiano*.

6º - Direcionar um produto como este, especial, ligado ao Centenário, para esta parcela de torcedores do Corinthians, não representa uma ruptura com o ideal de Time do Povo, com essa ideia da origem humilde, de torcedores humildes?

É, sem dúvida não é a cara do Corinthians. A cara do Corinthians é outra, é mais popular. Eu, particularmente, não sou contra. É mais ou menos como a questão da elitização dos estádios. O problema da elitização dos estádios não é ter ingressos caros, é ter menos ingresso barato. É tomar o espaço dos ingressos mais baratos. Então eu sou corinthiano desde sempre, desde os nove anos de idade, desde que foi campeão em 1977. Mas quando eu comecei a acompanhar assim no estádio eu era um office boy e eu gastava quase todo o meu dinheiro nos ingressos pro Corinthians. Hoje um office boy não tem condições de ser um Fiel Torcedor. “Ah, mas na média é mais barato”, mas não importa, o cara não tem aquele dinheiro. Eu tive prova disso em 2000 quando lancei o *Almanaque*

do *Timão* por R\$ 12,00, R\$ 12,90 nas bancas. Em 2000, achamos que estávamos fazendo um grande negócio. Naquela semana fui em um treino do Corinthians, fui abordado por um menino de chuteirinha debaixo do braço, que era lá das categorias de base. Ele tinha me visto no programa Cartão Verde, falar do livro, e ele me perguntou se eu não tinha um livro, porque ele tinha visto na banca que era R\$ 12,90, mas R\$ 12,90 significava 10% de tudo que entrava na casa dele. Era um salário mínimo, R\$ 120,00. Eu então fui no meu carro e dei um livro pro menino. Você percebe como a gente se engana. Fica nesse nosso mundinho e não percebe. Agora, eu não sou contra ampliar. Como eu te falei, o Corinthians também tem uma parcela significativa entre os mais ricos. Só não pode esquecer dos mais pobres. Tem que ser para todo mundo.

Eu acho que o problema está na exclusão. É o caso das camisas um pouco mais baratas. Que todo mundo reclama da pirataria, mas é porque é o que as pessoas tem acesso. Então, que tivesse um livro Nação no centenário, ótimo. Mas desde que acompanhado de outros tantos, que até teve. Eu mesmo vi ali uns mais baratos, tinha outras opções de acesso né?! Essa é uma velha discussão, por isso que eu te falei que a tese do Plínio Labriola lá chama Resistência e Rendição: os primeiros anos do Sport Club Corinthians Paulista. O que que ele quer dizer com resistência e rendição? Ele quer dizer que o Corinthians foi fundado como um time de bairro, no Bom Retiro, para jogar futebol da várzea, por gente muito humilde. Os primeiros jogadores, o Neco, o velho Neco, ensinou o zagueiro Fúlvio, Fúlvio Benti, a assinar o nome dele para pelo menos preencher a súmula, porque nem assinar o nome eles sabiam. Era um time de operários. E aí há um momento em que o Corinthians tem que se render ou resistir. Aí vem algumas ideias do tipo: “Vamos mudar a sede para o centro da cidade?”, “Vamos jogar futebol oficial ao invés de jogar só na várzea?”, “Vamos sair do Bom Retiro para a Praça da Sé?”, “Vamos dar títulos de sócios para gente como o dentista João Batista Maurício lá do Bom Retiro?”, ou como o Antônio Alcântara Machado, vereador que ajudou muito a arrendar o terreno para o primeiro campo na Ponte Grande. “Vamos dar o salto?”. Essa era a questão do Corinthians. E aí as pessoas se dividiram. Algumas queriam resistir, “não, vamos ser fiéis às nossas raízes”. E outras resolveram se render, “não, traz os pistolões”. Que na época chamavam pistolão né?! O cara com diploma, o dentista, o engenheiro, o vereador. Vamos mudar a sede para o centro. A gente viu um exemplo disso agora a pouco. Tinha quem resistisse querendo ficar no Pacaembu, e tinha quem se rendeu aos encantos de uma Arena moderna onde teve jogo de Copa do Mundo. Então a história do Corinthians é toda essa, de resistência ou rendição. Essa história é contada, essa história volta toda hora. Essa questão que você propôs, “ah mas ter um livro de R\$ 5.000 não está na contramão do que é o Time do Povo?” Está, mas é uma rendição, ou pode ser também um complemento, depende da ala que você estiver ouvindo.

7º - Uma das principais construções simbólicas em torno do Sport Club Corinthians Paulista é a de Time do Povo. Na sua visão este simbolismo se deu de forma natural ou foi uma estratégia consciente dos gestores para diferenciação do clube das demais agremiações?

Eu acho que a potencialização existiu, mas sempre teve um ‘quê’ diferente no Corinthians, o Corinthians sempre atraiu as minorias. O Corinthians sempre foi mais ao leste. O Corinthians sempre foi primeiro dos operários, depois dos negros, depois dos migrantes do interior de São Paulo, depois dos migrantes dos outros estados, dos nordestinos. Teve a questão dos 22 anos sem título, daquela valorização do sofrimento. Um fenômeno que na minha opinião não ocorreria nos dias atuais porque as pessoas hoje são muito mais voltadas para valorizar o ter do que o ser. As gerações atuais não acham nada bonito não ser campeão, ter time ruim. Tanto que elas acompanham o futebol

européu, porque elas estão atrás de qualidade, estão atrás de craque. O Corinthians de essência, ele não está preocupado com isso, ele torce pro Corinthians. O adversário, a divisão em que está, tudo isso. Eu acho que com o tempo, e é natural isso, as novas gerações estão perdendo um pouco disso. Você conversa com, meu pai tem 94 anos, ele é corinthiano desde os seis anos de idade. E agora na passagem do ano a gente estava conversando, ele falou: “Não sei porque eu sou corinthiano, eu sou porque sou”. Essa coisa independente de qualquer coisa. Eu acho que nos últimos tempos isso tem se perdido. Acho que se os 22 anos sem ganhar um campeonato fossem de 2000 a 2023, a gente não teria a bonita história que teve pra contar de 1954 a 1977. Aquilo foi um fenômeno que transcendeu o futebol, tinha peça de teatro sobre o Corinthians não campeão. Tinha filme, filme do Mazzaropi, *O Corinthiano*. Tinha música, tinha cartaz em bar, em boteco: “Fiado só quando o Corinthians for campeão”. Então se tornou um case social, você nem precisava acompanhar futebol para ouvir falar nisso, do time que não era campeão. E de uma torcida que só crescia atrás disso. Eu acho que as condições da sociedade hoje já não são as mesmas. Agora é muito, como você enxerga né?! Eu, ideologicamente, eu gostaria muito que o Corinthians fosse essa coisa pura, dos operários. Mas se você conversar por exemplo com Victor Birner, que é jornalista, e que é são-paulino, ele tem uma tese que é totalmente oposta. Ele garante que o Corinthians é o time do status quo, do governo, das empreiteiras, enfim, da própria mídia. Os outros torcedores são muito enciumados. Quando ganham um campeonato falam: “Ah se fosse o Corinthians saía livro, saía filme”. Por que não sai? Não sai porque não tem o mesmo apelo. Outro dia num grupo de Whatsapp tinha um pessoal, um até ficou bravo com o outro, porque a TV Cultura estava mostrando umas retrospectivas do programa Grandes Momentos do Esporte, e aí fez um Grandes Momentos do Esporte especial sobre o Corinthians Campeão Paulista de 1977. E aí um são-paulino despeitado no grupo colocou: “É, o São Paulo foi campeão brasileiro naquele ano, porque não tem um Grandes Momentos do Esporte sobre isso?”. Aí um corinthiano espirituoso respondeu: “Talvez por falta do adjetivo ‘grandes’”. [Risos] É isso, não dá pra medir, pra mensurar. Essa métrica burra de hoje em dia. Ah porque Paulista, Brasileiro é maior do que Paulista. O Corinthians foi campeão em 1977, São Paulo era o nosso mundo. Nós fomos campeões do mundo. Do nosso mundo, nosso mundo era aquele. Era um mundo sem internet, sem celular, que a gente namorava mais tarde do que essa molecada aí que já está namorando com 13, 14 anos. Eu com 13 anos estava empinando pipa. Era um outro mundo. Isso não pode deixar de ser contextualizado.

Agora eu acho que tem duas frentes. Você perguntou essa coisa, se é natural do Corinthians ou se é uma construção. Eu acho que as duas coisas se retroalimentam. Existe uma construção porque tinha uma brecha para isso. Claro que não é do nada. Você tem registros. A invasão do Maracanã, por mais que queiram alguns desvalorizar, dizer que era tudo flamenguista e vascaíno que estavam lá, o que é uma grande bobagem né?! É só ver o número de pessoas que se deslocaram na época. Que não tenham sido 70 mil, que tenham sido 50, 40, 30, fecha em 20. Ainda é grande coisa. Era uma época em que não tinham rede social, não tinha meio de comunicação, não tinha nada. A gente estava às portas de um racionamento de combustível, postos iriam logo fechar de fim de semana e queimou-se uma gasolina e um diesel danado para metade daquele Maracanã ser de gente que veio de São Paulo. Isso não é todo mundo, não é qualquer um que faz. A mesma coisa se repetiu no Japão. Então há evidências. Por mais que queiram discordar, desvalorizar. E eu falo como jornalista: só tem uma coisa pior que o corinthianismo cego, é o anti-corinthianismo, esse é uma coisa irritante. Tem gente com muito boa formação que insiste em ser anti-corinthiana por ser anti-corinthiana. Porque é aquela coisa do “ah, já que eu não sou eu vou negar”. Isso existe na política, nos gêneros musicais. A resistência a aquilo

que chama muita atenção. E o Corinthians, pode falar o que quiser, mas ele antes de tudo, ele chama atenção, de uma maneira diferente. Para o bem ou para o mal, inclusive em relação aos que torcem contra. Não se catalisa tanta gente contra assim a toa. Existe uma força em movimento aí, existe algo. Que em algum momento de fato, talvez tenha sido exagerado nessa literatura, nessa representação, mas tem um por quê por trás disso aí. Tem uma legião de pessoas que se orgulham disso. O sorriso que um corinthiano abre quando sabe que está encontrando outro corinthiano. O corinthiano tem orgulho, o olho brilha como dizem os meus filhos. Os meus filhos dizem que o meu olho brilha de uma maneira quando eu falo do Corinthians que não é com outra coisa. É uma coisa espontânea. Em contraposição até a outros torcedores, tem torcedor que adora falar que não acompanha, que acompanha de longe, que não está vendo, que acompanha golfe, vôlei, basquete. O corinthiano você não ouve falar disso, o corinthiano tem orgulho de ser corinthiano sempre. Corinthiano não praticante é uma exceção. Claro que existem, mas o corinthiano antes de tudo é muito envolvido. O Corinthians é uma parte cotidiana da vida das pessoas. As pessoas pensam no Corinthians de manhã, de tarde, de noite. Pessoas com formações, as mais diversas, eu acho uma coisa fantástica isso.

8º - Pensando na construção simbólica de Fiel Torcida. Podemos dizer que o período de jejum, de 1955 a 1977 foi um período de legitimação dessa construção? A partir dali é que se inicia o viés do corinthiano, maloqueiro, mas principalmente sofredor?

É, eu te confesso que eu ainda devo uma pesquisa mais apurada a respeito do termo 'Fiel'. Eu tenho impressão que o Thomaz Mazzoni, que era quem tornava esses termos mais conhecidos aqui em São Paulo pela *Gazeta Esportiva* né?! Mosqueteiro, Piriquito, o nome dos clássicos: Derby, Majestoso, Choque Rei. Eu tenho a impressão, mas ainda não fiz essa pesquisa, que o termo Fiel Torcida já era utilizado nos anos 40 no período do primeiro jejum. Que a gente não pode esquecer que o Corinthians fica sem ser campeão de 1941 a 1951 também, só vendo São Paulo e Palmeiras campeões. Então o 'Fiel', eu acho que vem de um pouco antes, porque sempre foi o clube que arrastou multidões nos seus jogos. O corinthiano sempre foi um frequentador de estádio muito mais praticante que os outros. Na época em que o Palmeiras do Ademir da Guia ganhava tudo, o Palmeiras chegou a fazer uma campanha. Tem até na Revista *Placar*, eu acho que tinha campanha na televisão também, o time posado do Palmeiras, aquele time clássico: Leão, Eurico, Luís Pereira, Alfredo e Zeca, Dudu e Ademir da Guia, Edu Bala, Madruga, Leivinha e Nei, e com a frase: "Estes homens precisam de você". Para o palmeirense ir ao campo e o palmeirense sofreu um fastio de títulos. Depois, de 1976 a 1993 sofreu, mas teve uma época que o palmeirense não ia. São-paulino então era conhecido por só ir na boa. Até a popularização do São Paulo, com o time do Telê nos anos 1990, o São Paulino era conhecido como a torcida que só ia na boa. A do Santos passou a existir a partir do Pelé, com o pessoal mais jovem. Antes não tinha a torcida do Santos, pelo menos não no nível das outras grandes torcidas. E o corinthiano não, o corinthiano ia sempre. Tem registro inclusive de cariocas que vieram para São Paulo, principalmente jornalistas a quem eu tive acesso, e eles contam que no Rio eles costumavam ir pro Maracanã, até porque o Maracanã era fácil né, central. Eles iam junto com amigos para ver jogo de todo mundo. Ver o Botafogo do Garrincha, ver o Flamengo, ver o Fluminense, independente do time que eles torciam. E aqui em São Paulo eles percebiam que o torcedor que mais tinha esse hábito era o torcedor corinthiano, então já tinha essa coisa do estádio.

É, quando é campeão em 1954, tem um discurso do Pedro Luiz, logo que acaba o jogo em que ele fala que o campo está sendo invadido por alguns representantes da maior torcida paulista. Então já era reconhecidamente a maior torcida de São Paulo. O sofredor

não, o sofredor é mais ligado àquele período. Sem título, sem vitórias sobre o Santos, sem vitória sobre o Pelé. Aí é uma outra saga. A saga que finalmente acaba em 1977. Era um tempo mais simples, as torcidas eram particulares, o torcedor era civil. Eu ia pro estádio, a gente fazia a nossa própria bandeira de pano, de cano de PVC. Não era torcida organizada. Tinha as torcidas organizadas, mas aquele espetáculo quem proporcionava era as pessoas, o torcedor civil. Era mais barato, o ingresso era acessível, era uma outra maneira de se viver. Mas o corinthiano sem dúvida era um frequentador assíduo de estádio, é por isso que essa questão da elitização bate muito forte na torcida do Corinthians. Porque sempre foi antes de tudo uma torcida popular, uma torcida das classes menos abastadas e que dava o seu dinheirinho lá pro jogo de futebol. Só você pegar as médias de público campeonato a campeonato, você vai perceber que o Corinthians sempre liderou, estando bem ou estando mal. E isso desde os tempos, vamos chamar menos, menos comerciais. Até esse horrível Campeonato Brasileiro que fez esse ano com média de 40 mil pessoas para não verem nada. As pessoas vão lá para ver a camisa do Corinthians. Então, não é uma campanha espetacular, não é um craque que é fora de série, não tinha nada disso. O corinthiano continua, pra usar essa expressão, que a gente ainda precisa de uma pesquisa mais apurada pra saber onde começou, continua Fiel. Essa coisa do Fiel, é um torcedor diferente nesse sentido. O corinthiano sempre teve essa cultura in loco né?! Estar no estádio. “Eu estava lá”, “eu fui”, “eu viajei”. Talvez até por não ter um estádio, agora tem um estádio, mas durante muito tempo se falou que o Corinthians não precisava de um estádio porque ele fazia a sua casa em todo lugar. A torcida ia e ocupava. Você tem registros de ocupações já nos anos 1930. Em 1931 quando se decidiu o campeonato de 30 houve uma grande invasão a Santos, de trens inteiros de corinthianos. Muitos morreram na volta porque comemoravam o título sem camisa em cima dos vagões, isso nos anos 30. Até nos anos 40. O Corinthians voltou a ser campeão na Vila Belmiro em 1941 e na volta o pai do Boni - que durante muitos anos foi o todo poderoso da Rede Globo -, o pai do Boni morreu numa dessas invasões. Morreu de pneumonia como consequência de uma dessas invasões. Então tem muita história do corinthiano como corpo. Antes mesmo da Gaviões, antes mesmo da torcida organizada. Essas manifestações ligadas ao Corinthians existiram desde sempre e também motivaram o tipo de produção que a gente falou aqui. Essa coisa, uma coisa retroalimentando a outra né?! Produção de toda uma mística a partir de fatos que justificavam essa mística.

9º - Em sua opinião, hoje como um dos principais pesquisadores da história do Corinthians, o clube se preocupa com a questão da identidade organizacional ou apenas retroalimenta estas construções simbólicas, de Time do Povo e de Fiel Torcida, com o objetivo de obter vantagem no mercado?

Eu acho isso tão difícil de definir. Porque isso vai tanto em função de quem está no poder né?! O poder acabou de mudar. Na administração anterior a gente via essas coisas muito mais da boca para fora do que na prática. Se dizia um time democrático, um time preocupado com questões sociais e ao mesmo tempo escolheram um técnico aí que tinha um problema que acabou resolvendo só depois. Se é que resolveu, mas enfim, sobre uma acusação de estupro, o técnico acabou ficando só duas partidas. Então, na prática, infelizmente o próprio futebol feminino do Corinthians, que foi o responsável por absolutamente todas as glórias do ano passado, você não via nenhuma manifestação por parte do futebol masculino em relação a isso. Então, internamente, me passa muito a impressão de que o Corinthians não justifica seus atos teóricos na prática. Eu queria ver mais coisas na prática. Uma coisa mais coerente no sentido do caminho que o Corinthians está trilhando. Talvez eles tenham algum tipo de medo, porque a torcida tem também

maioria entre os conservadores. Porque tem corinthiano conservador, claro que tem, e tem direito também de ser. Tem corinthiano reacionário, tem corinthiano terraplanista. E aí eu acho que é uma junção complicada. Acho que tem essa questão política, poucos clubes no Brasil tem coragem. De se posicionarem, de serem coerentes o tempo todo. Você vê muita manifestação no papel. Contra racismo, contra homofobia, eu queria ver mais atitudes na prática, inclusive do Corinthians. Do futebol em geral, que é um meio muito retrogrado, reacionário, conservador, mas o Corinthians dentro disso, ele tem uma história, ou pelo menos um pedaço de história a zelar. A própria Democracia Corinthiana, e eu falo muito isso, a Democracia Corinthiana é uma exceção na história do clube. O clube em 110 anos de história você pega de 10 a 20 anos para meia dúzia de caciques. Alfredo Trindade, Vicente Matheus, Wadih Helu, o Andrés mais recentemente, variando as nuances de quem estava no poder, mas era o “Andrésismo” ainda né?! Em 100 anos de Corinthians citei cinco nomes aqui que morderam 70% da vida política do clube. Então a Democracia Corinthiana foi uma exceção. Não é o clube da liberdade, da democracia, o tempo todo não.

10° - Para fazermos uma comparação com a literatura apaixonada do Plínio Labriola, citada por você. Em sua visão, a comunicação do clube, atualmente, busca se amparar mais nos dados e menos nos ufanismos? Procura uma linguagem mais direta e menos romântica? Para exemplificar, a gente observa tanto na *Revista Corinthians* de 1933, como no livro *Nação*, uma preocupação maior em ressaltar a grandeza do clube e não os simbolismos em torno da agremiação.

Aí tem duas coisas. Primeiro o tempo. A revista é de 1933, então era um momento de afirmação. Um clube de 23 anos que precisava se afirmar como grande. E era uma produção interna, do Corinthians para o Corinthians, pelo Corinthians. No caso do Diaféria, acho que tem uma característica aí, ele era antes de tudo um cronista. A escrita do Diaféria, independentemente do texto que ele escrevesse, e ele foi um grande cronista durante anos, da *Folha de São Paulo*, do Jornal das sete horas da Rede Globo, tinha crônica do Lourenço Diaféria toda noite. Ele era um cronista, ele não estava preocupado com dados. É uma romantização da história do Corinthians. Muito bem feita, por sinal. Acho que no momento o Corinthians não tem nem uma visão sobre isso, ou se tem essa visão nunca me passou. E também não tem obrigação de me passar porque eu não sou funcionário do Corinthians. Eu sou um jornalista que pesquisa a história do Corinthians. Tenho a impressão de que ultimamente, na medida em que tem legitimado o trabalho do Fernando Wanner, a tendência é ser mais apaixonado, porque o Wanner é apaixonado. O Wanner é o herdeiro de uma literatura apaixonada, como a do Seu Antoninho, quase místico em alguns momentos. Isso está em redes sociais, ele é apresentado como historiador do Sport Club Corinthians Paulista. Então, quero crer que no momento o Corinthians tenha feito uma opção em relação a isso, ou pelo menos uma concessão em relação a isso. Está assinando embaixo. Acho que é a política, mas sinceramente não acho que haja uma política, uma preocupação no Corinthians em relação a isso. Acho que isso vai muito ao sabor das necessidades de momento, de campanhas muito pontuais, específicas, de necessidades ali de rede social, do que dá mais clique. Estão mais preocupados com isso.

11° - Houve alguma consulta a você ou alguma relação com a Bíblia, o lançamento da campanha *Corinthianismo*?

Não, não. Aquilo foi por conta do marketing ali naquele momento e não me consultaram nada. A única coisa nesse sentido foi quando a gente quis registrar o nome *Bíblia do Corinthiano*. Dentro do clube houve uma certa resistência, mas aí eu acho que

acabou vencendo aquela ala que assume o corinthianismo como algo próximo de uma religião. Não precisa ser ofensivo a ninguém. Eu acho que o sentido disso, a gente não está querendo substituir a religião de ninguém. A gente está querendo definir um sentimento mais próximo do sagrado, como você colocou. Eu acho isso natural. Tem aí uma certa aproximação inclusive com outras coisas, como São Jorge como padroeiro do clube, o dia de São Jorge, a capela de São Jorge. O próprio Wanner lá nas aparições dele usa a capa de São Jorge, carrega um São Jorge para dentro do gramado. Eu acho tudo válido. As pessoas hoje em dia estão se ofendendo demais com tudo né?! Tudo é excludente. Ao falar que o corinthianismo é uma religião, não estou desmerecendo o catolicismo, o protestantismo, o budismo, o espiritismo, que nem se define como uma religião, mas como uma doutrina. Mas enfim, são crenças. Eu particularmente sou mais corinthiano do que qualquer outra coisa. Se eu for definir a minha religião, minha religião é o Corinthians.