



IMAGENS, DISCURSOS E MEMÓRIAS PERTENCENTES AO UNIVERSO ESPORTIVO

Eliana Cristina Pereira Santos (FAFIG)¹
eliana.foz@gmail.com

RESUMO: O trabalho parte do pressuposto de que o futebol é uma prática cultural. Como tal, mobiliza milhares de pessoas há mais de séculos e envolve a mídia de forma intensa. Tomando como referência o time paulista Corinthians, encontramos uma enorme quantidade de revistas, jornais, reportagens, músicas, literatura, filmes e outras produções que envolvem o “Timão” e sua torcida. Os torcedores do time de um jeito fanático parecem ter verdadeira adoração pelo “Coringão”. Sendo assim, a mídia, a cada momento, busca oferecer novos artefatos para serem consumidos pelos seus milhares de fanáticos e neste contexto produz e reproduz representações, discursos e saberes, e, portanto, exerce a função de compositora de um mundo significativo. Diante disso, buscamos neste trabalho tecer considerações analíticas a respeito da linguagem e sua relação com a memória do futebol corinthiano encontrados nos seguintes materiais: revista *O mundo do Futebol – Edição Especial- Corinthians 1954*, da On Line Editora; Hino do Corinthians e no grito de guerra mais recente “*Sou louco por ti Corinthians*”. Também, buscaremos investigar alguns dos valores, das crenças e dos mitos que o futebol e a mídia produzem a respeito desses materiais, ou seja, do valor representacional e discursivo. Para tal, buscamos embasamento teórico nos seguintes autores Foucault (1987); Daólio (1997); Davallon (1999), entre outros.

PALAVRAS-CHAVE: cultura, identidade, memória, futebol.

ABSTRACT: This work is based on the assumption that soccer is a cultural practice. As such, mobilizes thousands of people over centuries and involves the media in a so intense way. Taking as reference the Sao Paulo’s team Corinthians, we found an enormous amount of magazines, newspapers, news articles, music, literature, films and other productions involving the “Timão” and its fans. Fans from the team, in a fanatic way, seem to adore the “Coringão.” So, the media, every time, offering new search artifacts to be consumed by its thousands of fanatics and in this context produces and reproduces representations, speeches and knowledge, and therefore carries the function of a composer of significant world. Thus, we sought to make in this work analytical considerations regarding the language and its relation to the memory of soccer catty found in the following materials: *O mundo do futebol - Edição Especial – Corinthians – 1954* (Portugês), the Online Publisher; Anthem of Corinthians and the cry of war later “*Sou louco por ti Corinthians*” (Português). We also investigate some of the values, beliefs and myths of the soccer and the media have on these materials, ie, the value representational and discursive. To do this, we sought theoretical basis in the following authors: Foucault (1987), Daólio (1997); Davallon (1999), among others.

KEYWORDS: culture, identity, memory, soccer.

¹ Mestre em Letras - Linguagem e Sociedade pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (2013).
Graduação em Letras - Espanhol pela Universidade Federal de Santa Catarina (2015), graduação em PEDAGOGIA pela UNESP-Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (1996).
Coordenadora e Professora da Graduação em Pedagogia na FAFIG (Faculdades de Foz do Iguaçu).
eliana.foz@gmail.com



1. INTRODUÇÃO

No Brasil, o esporte conhecido como a paixão nacional é o futebol. O futebol é um evento que reúne em todos os finais de semana milhões de brasileiros diante a TV ou nos diversos estádios, com o objetivo de acompanhar seu time em partidas, campeonatos e decisões que são compensadas com títulos, troféus. Dentre os inúmeros times que temos, trataremos neste trabalho do Sport Club Corinthians Paulista. A escolha do corpus se deu por vários motivos: trata-se de um clube conhecido pela sua torcida, considerada fanática e apaixonada por futebol; uma enorme quantidade de revistas, jornais, reportagens, músicas, literatura, filmes e outras produções que envolvem o “Timão” e sua torcida; nacionalmente reconhecida como a segunda maior torcida brasileira, entre outros.

O Corinthians desde a sua formação no Brasil, em 1910, foi um espaço social de encontro de seus iguais. Os trabalhadores e familiares se reuniam na busca de uma identificação cultural e social. O local de origem foi Bom Retiro, área operária, onde milhares de imigrantes moravam e trabalhavam, era na grande São Paulo industrial do começo do século XX. Local hoje considerado a capital do time de milhões de torcedores em todo Brasil. O clube sempre se ofereceu como uma forma de lazer aos seus torcedores, possibilitando uma identidade pessoal do trabalhador/cidadão/torcedor, uma identidade com seu igual; com seus objetivos e sonhos tão arraigados pelo trabalho árduo nas fábricas, que tornou-se uma identificação para as massas trabalhadoras. Assim formavam-se os torcedores, conhecidos como fiéis ao seu clube de coração. Mas, quais os valores, mitos, as crenças que fazem desse time uma “paixão”? Quais são os materiais produzidos pela mídia responsáveis pelo valor representacional e discursivo? Ao longo do texto procuraremos tecer considerações para responder essas questões.

O futebol apresenta várias linguagens específicas criadas pela mídia e essas, por sua vez, são encarregadas da transmissão dos jogos, dos campeonatos, das decisões. Linguagens que, enquanto prática cultural, são reproduzidas em conversas de bar, encontro de amigos, escola, materializadas em discursos. Os discursos são materializados nas páginas dos jornais, na transmissão pelo rádio, nos noticiários



televisivos, nas inúmeras canções e livros de literatura. Também pode ser encontrados em uma gama enorme de produtos que são oferecidos aos inúmeros consumidores: bonés, camisas, abrigos, chaveiros, colchas, toalhas, etc., enfim, diversos artefatos culturais que a mídia não cansa de produzir para os fanáticos torcedores. Entre estes artefatos escolhemos três para a análise: a revista, o hino e o grito de guerra.

2. A REVISTA DO CORINTHIANS

O trabalho parte da pressuposição de que a produção da revista *On line*, bem como o hino e o grito de guerra - a partir do qual pretendemos tecer considerações - são espaços que, juntamente com os enunciados, tornam possível observar o processo de (re) construção discursiva de uma organização futebolística e de sua comunidade de torcedores, além da formação de uma identidade.

De modo preliminar, podemos dizer que alguns dos principais significados gerados pelos discursos em torno do Corinthians são responsáveis pela exacerbação da paixão por parte dos seus torcedores, além da mística e da exaltação. Os discursos são responsáveis pela constante produção de novos mitos, novos artefatos culturais e novos heróis. A cada competição futebolística, uma reunião de diversos times, ressurgem o sentimento de identificação. Em nosso objeto de estudo: o corinthianismo. Esses discursos são produzidos pela mídia. Essa mídia e toda produção midiática, enquanto objeto de estudo, segundo Gregolin (2003) produz sentidos de um insistente retorno de imagens, de figuras, de sínteses – narrativas e de representações que fazem parte do imaginário social. Ela se encarrega de pôr esses discursos em circulação, fomentando-os e recriando-os, num processo contínuo. De maneira que os artefatos culturais produzidos sobre o time do Corinthians expressam a sua própria sociedade em sua forma de manifestação cultural construída historicamente.

Em se tratando mais especificamente do esporte abordado neste estudo, Daólio (1997), na produção de seu livro sobre “*Cultura*”, realiza estudos relevantes na área da educação física e, principalmente sobre futebol. Neste encontramos a seguinte afirmação:



O futebol brasileiro observado como prática social, [...] os indivíduos expressam determinados sentimentos [...] o fato de torcer por um time mesmo quando ele não ganha títulos durante muitos anos pode ser vivido como um teste de fidelidade. (DAÓLIO, 1997, p. 122).

É o caso da torcida corinthiana, ao conquistar o título de 1954 ficou 22 anos sem conquistar mais nenhum. Somente em 1977, embora tivessem no decorrer deste período cinco oportunidades quando conquistaram o vice-campeonato, sendo a última delas em 1974, perdendo para a equipe do Palmeiras no Estádio do Morumbi por 1 x 0, o resultado contrário do IV Centenário.

Outro aspecto que nos impulsionou a esse *corpus* é que, mesmo na situação atual, o “*Coringão*” na segunda divisão, a “*Fiel*”, como é conhecida sua torcida, sempre esteve presente. Em Daólio (1997) é possível encontrar certa explicação para este sentimento: “suportar as gozações de torcedores contrários [...] põe em prova a paixão pelo time, mesmo nos momentos mais difíceis, mas quando vence um jogo, reaviva a crença em um ser superior que realiza milagres.” (DAÓLIO, 1997, p. 122). O Corinthians é, portanto um espaço no qual a sociedade simbolicamente se expressa, manifesta-se, deixando descobrir-se.

Para Hall (2000), que desenvolveu um estudo sociológico sobre identidade, podemos concordar que, as identidades dos corinthianos são produzidas no interior de formações discursivas, revelando muito pouco as razões pelas quais seus indivíduos ocupam determinadas “posições-sujeito” e não outras. Por outro lado, o antropólogo Da Matta (1982), assevera que independente de ser Corinthians, o futebol enquanto esporte expressa a sociedade brasileira, devendo, portanto, ter seu espaço assegurado. Pelos diversos artefatos construídos e pela própria mídia.

A partir desse contexto, este artigo pretende analisar parte do discurso da torcida corinthiana, uma vez que, após o rebaixamento do Timão, o excesso de materiais midiáticos, inclusive o número de pessoas a assistir os jogos aumentou consideravelmente. Acreditamos como resposta a isso, além dos 25 milhões da “*Fiel*”,

os demais torcedores de outros times, como um “*anti – corinthianismo*”, os levaram a dispensar atenção a todas as partidas do “*Poderoso Timão.*” Por conseguinte, o Corinthians “praticado, vivido, discutido e teorizado no Brasil seria um modo específico, entre tantos outros, pelo qual a sociedade brasileira fala, apresenta-se, revela-se, deixando-se, portanto descobrir”(DA MATTA, 1982, p. 21).

Iniciamos pela capa da Revista *O mundo do Futebol, On Line: 1954 IV Campeão do Centenário*, uma produção comemorativa de 50 anos do “*Timão*”. São 84 páginas com fotos registros históricos sobre os jogos realizados pelo time na conquista do título, de natureza documental. Recheado de depoimentos e entrevistas exclusivas e inéditas, jogadores e comissão técnica, histórias jamais editadas e imagens para jamais serem esquecidas. Fatos importantes que aconteceram em São Paulo, no Brasil e no Mundo. No topo da capa, a imagem da taça conquistada, em amarelo o ano da conquista: 1954. Abaixo, o enunciado “*IV Campeão do Centenário*”; ao lado a data 1954, ano mais difícil e mais maravilhoso para esse time.





Revista O mundo do futebol,
Edição especial. Ano 3-nº3
Editora OnLine.

A capa dessa revista é apresentada numa mistura de ícones que são referentes ao Corinthians, especificamente. Signos icônicos que reavivam na memória do torcedor os símbolos pertencentes ao seu time. Toda composição, é uma narrativa que, na voz da editoração da revista, pretende deixar para as gerações futuras, os símbolos, as histórias, narrativas dos desafios, da bravura de seus jogadores, ou seja, um produto cultural, pertencente à memória do time. No canto esquerdo, uma tarja preta na vertical, destaca em branco a palavra CORINTHIANS, acompanhada do grande e inconfundível leme: o símbolo do time. Sobre o símbolo, Laplantine & Trindade (1996) consideram que esse se constitui ligando aspectos formais: significante e significado, que, por sua vez, são instituídos histórico-culturalmente.

Todos esses caracteres presentes na capa contribuem para significação da revista, não ser somente sobre esporte, ou sobre futebol, mas sobre o “*Timão*” e a “*Fiel*”, a “*Nação Corinthiana*”, nomes pelos quais é conhecida sua torcida. Vitoriosos e fiéis, capazes de suportar sacrifícios incomuns em nome de uma “*paixão*”. Assim apresentada, a capa, é, pois, um registro do evento imortalizado no periódico e nas mentes dos torcedores. Uma história vivida e contada, que precisa ser registrada, marcada, endereçada a outrem, às novas gerações. Há uma necessidade de ser eternizado, ser perpetuada, uma vez que, somente assim, tal discurso atravessará o tempo e deixará a sua marca. A seguinte citação de Foucault (2006) nos permite compreender melhor esse discurso, isto é, a função discursiva desse tipo de narrativa:

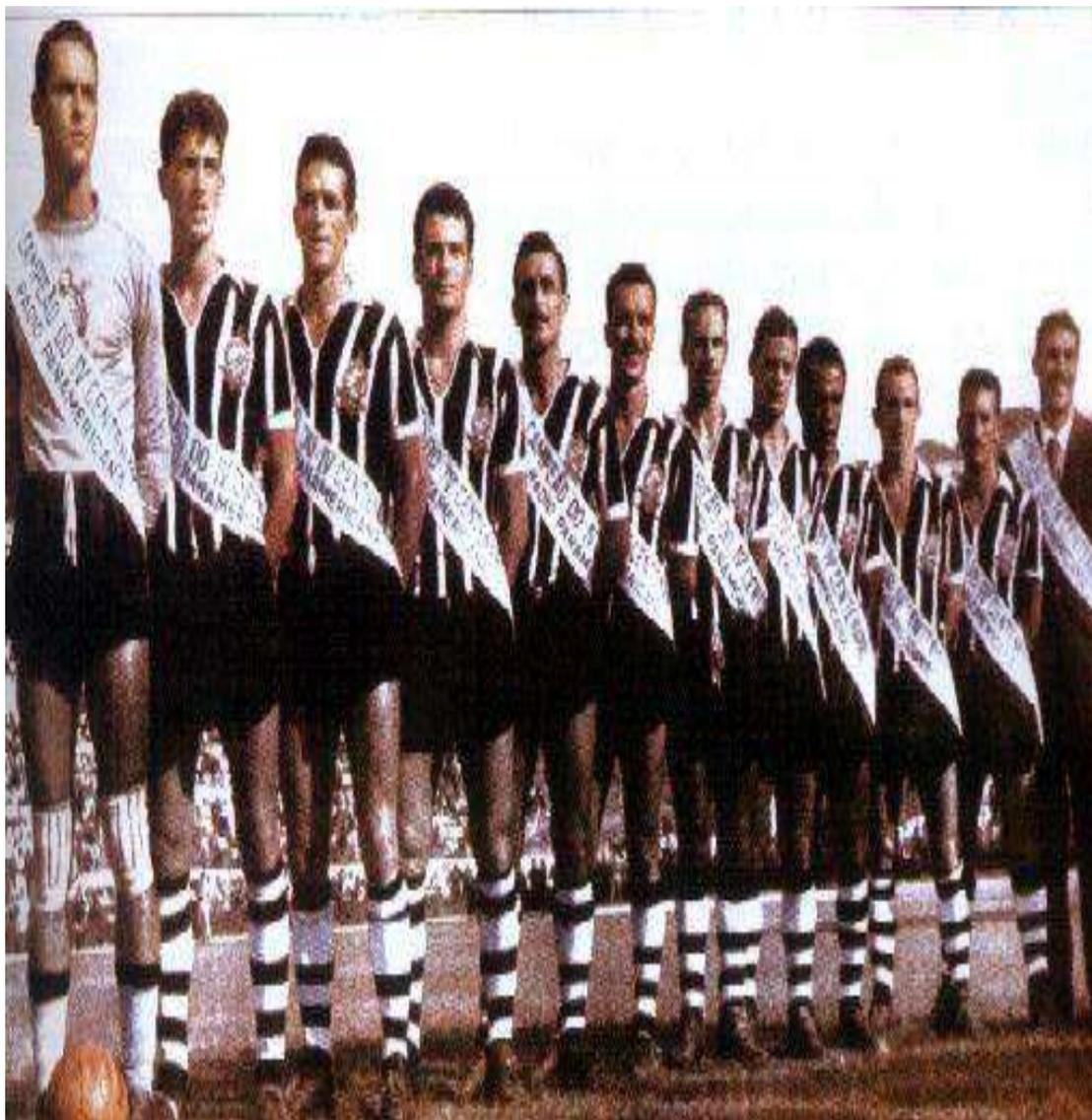
Suponho que não há sociedade onde não existam narrativas maiores que contam, se repetem e se fazem variar; fórmulas, textos, conjuntos ritualizados de discursos que se narram, conforme circunstâncias bem determinadas; coisas ditas uma vez e que se conservam, porque nelas se imagina haver algo como um segredo uma riqueza. Em suma, pode-se supor que há, muito regularmente nas sociedades, uma espécie de desnivelamento entre os discursos: os discursos que “se dizem” no decorrer dos dias e das trocas, e que passam com o ato mesmo que os pronunciou; e os discursos que estão na origem de certo número de



atos novos de fala que os retomam, os transformam ou falam deles, ou seja, os discursos, que indefinidamente, para além de sua formulação, são ditos, permanecem ditos e estão ainda por dizer. (FOUCAULT, 2006, p.22).

O Corinthians desde a sua formação, caracterizou-se como um time das massas trabalhadoras. No século XVIII, São Paulo, como o resto do mundo, passava pelo processo de industrialização. Isso atraiu, tanto os imigrantes como as pessoas trabalhadoras do campo, para a cidade. Essas pessoas se instalaram nas várzeas, enquanto a elite paulista habitava os grandes centros e freqüentavam clubes da sociedade paulistana. Com o objetivo de fundar um clube, os operários - através de lutas e resistências - aos poucos, conquistaram seu espaço junto aos outros clubes. Espaço muito similar ao conquistado na Inglaterra, pelo futebol, no século XIX.

No centro da capa há uma fotografia em preto-e-branco, na qual é apresentada a equipe vencedora de 1954. Todos os jogadores uniformizados e posicionados, com faixa de campeão no peito, shorts preto, camiseta com listas verticais e meiões na horizontal: preta e branca; as cores do Time “*Alvinegro*”. Em posição militar, as mãos para trás, peito estufado em uma atitude de reverência, lembrando a prática de uma prece, o respeito a uma bandeira (apesar de não tê-la presente). A imagem monocromática ressalta o valor documental de se representar uma realidade “*nua e crua*”, que, para Barthes (1984) é o efeito da veracidade original do Preto-e-Branco, que corrobora o resultado documental e verdadeiro dessa história.



Os Campeões do Centenário

Da esquerda para a direita:
Gilmar, Rafael, Goiano, Homero, Idário, Alan,
Nonô, Roberto, Simão, Luizinho, Cláudio
E o técnico Oswaldo Brandão.

Buscamos também, fazer um exame a partir da descrição dos enunciados que integram os discursos do hino, do grito de guerra. Vale lembrar, que os artefatos analisados estão fortemente impregnados de um tom épico - triunfalista, colocando em circulação, portanto, saberes tradicionalmente ligados à forma narrativa da epopéia, isto



é, a poética dos versos que compõem esses cânticos. É em decorrência desse olhar, desse construto, dessa metáfora, que procuraremos analisar os discursos e a memória presentes.

3. SALVE OS LOUCOS PELO CORINTHIANS

*Salve o Corinthians
O campeão dos campeões
Eternamente
Dentro dos nossos corações.*

*Salve o Corinthians
De tradições e glórias mil;
Tu és o orgulho
Dos esportistas do Brasil.*

*Teu passado é uma bandeira,
Teu presente, uma lição.
Figuras entre os primeiros
Do nosso esporte bretão.*

*Corinthians grande,
Sempre Altaneiro
És do Brasil
O clube mais brasileiro.*

O GRITO DE GUERRA

*Aqui tem um bando de louco
Louco por ti Corinthians!
Para aqueles que acham que é pouco
Eu vivo por ti Corinthians!
Eu canto até ficar rouco
Eu canto pra te empurrar!
Vamos, vamos meu timão.
Vamos meu timão
Não para de lutar!!*

Esses enunciados pertencentes ao hino oficial do time e de seu grito de guerra, podem ser localizados a partir da repetição, de uma regularidade. No entanto tem significado para sua torcida, num determinado acontecimento, num determinado ato de elocução. É possível dizer que os enunciados, são fragmentos de um discurso designado a uma comunidade identificada com o Corinthians. Em *Arqueologia do Saber*, Foucault (1987) descreve a seguinte definição:

um conjunto de enunciados, na medida em que se apóiem na mesma formação discursiva, ele não forma uma unidade retórica ou formal, indefinidamente repetível e cujo aparecimento ou utilização poderíamos assinalar na história; é constituído de um número limitado de enunciados para os quais podemos definir um conjunto de condições de existência. (FOUCAULT 1987, p.135)

Nesse caso, os enunciados “*Salve o Corinthians, O campeão dos campeões*” e “*Sou louco por ti Corinthians*” expressam detalhes da história, das conquistas, qualificam uma história que já está incorporada pelo imaginário do torcedor corinthiano. Os enunciados jazem como expressão de suas conquistas, naquelas em que o time foi campeão; também enaltecem de forma imponente, simulando o Corinthians como o mais campeão, superior a qualquer outro time. Ao mesmo tempo, faz circular um significado já conhecido do grupo que compõe a torcida corinthiana, pois está no dia a dia desses torcedores.

Os enunciados produzem significado apenas porque os acontecimentos, os jogos, as competições, as partidas e os campeonatos permitiram que esses fizessem sentido para a comunidade corinthiana. Consiste em que, os enunciados ganham vida e se reconstroem a partir da história do próprio clube. Os enunciados do hino oficial retomam o significado, entrando na ordem discursiva da comunidade dos “*Gaviões da Fiel*”. Eles podem deixar de ser ditos ou lembrados de acordo com os acontecimentos, mas permanecerão latentes, vivos, prontos para aparecer na medida em que as condições e possibilidades o permitam. Daí a importância do acontecimento para o enunciado reaparecer e aflorar seu significado.

Esse reaparecimento, esse “novo” acontecimento, não vem contando uma nova história, mas repetindo um enunciado já pré-existente, colocando e circulando um discurso já existente. O novo acontecimento permite que o enunciado retorne. Não o mesmo enunciado, mas sua outra forma, com mesmo significado. É possível dizer que nesse processo se estabelece uma transação com o receptor, colocando em jogo representações que são próprias e conhecidas dos corinthianos.

Também sugerem os enunciados “*Teu passado é uma bandeira, teu presente uma lição*” que o passado do *Timão* está representado na bandeira do estado de São Paulo, o qual consta em seu símbolo, afinal sua origem foi na metrópole paulistana. Através da bandeira, o torcedor, consegue lembrar jogos e partidas importantes para ele e, às vezes, para a própria torcida. O segundo verso adverte que, os fatos que acontecem com o *Timão* e com toda sua torcida, a quem interessar: esse *presente é uma lição*, serve como aprendizado, por isso, preste maior atenção, pois tem muito a ensinar.

Quando afirma “*um bando de louco*”, faz alusão ao fascínio, a paixão que cada um dos torcedores apresenta na hora dos jogos ou na própria vida particular. É uma demonstração de alucinação, frenesi, insensatez, demonstrada quando estão diante de qualquer representação do *Timão*. Ainda adverte: “*Para aqueles que acham que é pouco.*” Assim ser corinthiano é dedicar completamente sua vida ao time, sem reservas, pois eles afirmam: “*Eu vivo por ti Corinthians*”. Sem o “*Coringão*” a vida desse torcedor não tem valor, ou qualquer significado.

Neste ponto de análise ressalta-se ainda que, num gesto de ânimo, a torcida estimula os jogadores com: “*Vamos, vamos meu timão. Vamos meu timão/ Não para de lutar!*”. O verbo na primeira pessoa do plural utilizado no enunciado engloba o torcedor e os jogadores, o que os torna um só, caso contrário poderia ser dito “vai timão.” A frase “*Não pare de lutar*”, além de ser uma frase de estímulo, de apoio, a palavra lutar dá a dimensão do acontecimento de luta, qualificando o jogo como uma batalha. Dentro do gramado são 90 minutos de luta, uma guerra feita para aqueles que podem suportar os mais difíceis suplícios, momentos de agonia, aflição, recompensados com “*tradições e glórias mil*”. As recordações dos triunfos, dos louros e das vitórias infindáveis são



momentos de prestígio, de glórias que estão eternizados na memória. São esses períodos, que para os torcedores são suficientes para manter viva a paixão nos momentos difíceis.

Para melhor compreensão desses enunciados buscamos, conceituar a memória. Para Pêcheux (1999), a memória não deve ser apreendida no sentido inteiramente psicológico da recordação individual, mas entrecruzada nos sentidos da memória mítica e social, que são inscritas em práticas e na memória construída por um historiador.

Nesses termos, a questão da memória funciona como estruturação das materialidades discursivas que se estende em uma lógica de repetição e de regularização. Para o autor, nos discursos há uma regularidade na qual possivelmente encontraríamos os implícitos, porém sob a forma de remissões, retomadas e de efeitos de sentido. Portanto a memória não seria concebida como uma esfera integral, mas de margens transcendentais históricas. Somente sendo necessário a perspectiva de que nenhuma memória pode ser um frasco sem exterior. Esse exterior é espaço móvel de divisões, de disjunções, de deslocamentos e de retomadas, de conflitos de regularizações.

No nosso trabalho procuramos analisar a memória dos enunciados cantados. Por exemplo, uma memória discursiva, como: “homem adora futebol”, “todo homem deve gostar de futebol”. Além de gostar deve sempre estar sempre preocupado e assistindo aos jogos de seu time. Também deve praticar esse esporte, por isso as famosas “*peladas*” nos fins de semana. Pode estar atentamente, assistindo, lendo sobre futebol, comprando artefatos de seu time/futebol, ouvindo e, talvez, até imaginando o que está acontecendo no jogo, quando não pode estar vendo. Embora, a maior preocupação do homem seja acompanhar sempre, mesmo que de um celular, de um rádio, pela internet, o jogo de futebol do seu time.

Parte dessa memória e práticas sociais pode ser encontrada materializada no hino, no grito de guerra e nos enunciados (e imagens) em que o time do Corinthians está “*Eternamente/ dentro dos nossos corações/ EU VIVO POR TI CORINTHIANS!*”.



A identidade do corinthiano e a formação da sua cultura são representadas através das memórias, ou seja, introduz-nos no universo das lembranças. Buscamos em Le Goff (1990) a definição de memória: esta “é um elemento essencial do que se costuma chamar identidade, individual ou coletiva, cuja busca é uma das atividades fundamentais dos indivíduos e das sociedades de hoje, na febre e na angústia”. (LE GOFF 1996,p. 470). Por essa razão foram escolhidos esses artefatos culturais do Corinthians, acreditando serem estes formadores um dos componentes da uma memória coletiva do povo brasileiro, pela sua capacidade de dirigir-se a um público amplo e fiel, que se envolve, se emociona, se identifica e é identificado por eles.

Para Davallon (1999), primeiramente é necessário um acontecimento para que depois haja memória e, diante deste, ela, a memória pode ser caracterizada como:

o que ainda é vivo na consciência do grupo para o indivíduo e para a comunidade [...] há a necessidade de que o acontecimento lembrado reencontre sua vivacidade; e, sobretudo, é preciso que seja reconstruído a partir de dados e de noções comuns aos diferentes membros de uma comunidade social.(DAVALLON, 1999, p. 25)

Exatamente, esse exercício de se manter vivo, deixar o domínio da insignificância, é que a revista on line foi lançada, revigorando o que chamamos de memória. O autor ainda assegura que a imagem é uma operadora de memória. Ela conserva “a força das relações sociais” e proporciona a possibilidade a quem a observa de abrolhar significados. Pelas imagens, tem-se “liberdade de interpretação”. No entanto, há de se avaliar que “ela assinala um certo lugar ao espectador”. E mais, o autor desconfia que “a imagem define posições de leitor abstrato que o espectador concreto é convidado a vir ocupar, isso vai permitir criar, de certa maneira, uma comunidade – um acordo – de olhares”. Em resumo a imagem é capaz de atribuir à história, a força da lembrança, portanto, o registro da relação intersubjetiva e social. Por fim, cabe sopesar que “a imagem intervém concretamente no estabelecimento de uma forma de memória social própria à nossa época e à nossa sociedade”. (DAVALLON, 1999, p. 27-32).



Nesta perspectiva que entendemos que o Corinthians tem contribuído para a construção de uma memória histórica do futebol no Brasil. Ao contar a história do Timão ou ao contar a história das partidas de futebol da atualidade, os produtos midiáticos ajudam a construir a memória histórica, a memória coletiva, que irá se somar também à individual. Esses artefatos, essas lembranças, devido ao forte envolvimento emocional de seu público, misturam-se com os fatos da realidade.

Essa memória - individual e social - vai se fixando, pois é construída a partir das emoções, dos sentidos atribuídos a cada época pelos torcedores que sofreram e vibraram juntos com/pelos seus ídolos do futebol e mais ainda por seu time. O futebol do Corinthians é um referente. A partir desse time passa a circular discursos entre a população tornando-os familiares, favorecendo a sua retomada em outros universos discursivos, além do próprio jogo, o que ajuda na formação da memória. Vivendo com duas memórias, a individual e a coletiva, muitas vezes tendemos a confundi-las, como se tivéssemos testemunhado fatos do passado, fatos até anteriores ao nosso nascimento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No nosso corpus de análise, a memória é trazida à tona pela repetição, ora nas palavras do grito, ora na taça apresentada na revista como um símbolo da vitória. Em outros momentos, o símbolo do Corinthians faz todo sentido, mas por vezes é o hino que retoma discursivamente esse sentido. Contudo, vale lembrar que essa memória é evocada dentro de regras da ordem do discurso e é através dela que o sujeito constrói um sentido de pertencimento, uma identificação com o time - identidade corintiana - sem perder as demais identidades. A identidade é um processo de produção e também um efeito de discurso. Processo de produção por estar sempre em (re) construção, não ser única, nem acabada ou fixa. Um efeito por ser construída no discurso e por meio deste dentro de uma ordem.

Esse efeito é um verdadeiro artefato cultural que se transforma em conversa de bar, invade os encontros familiares e a escola. São imagens de gols, dribles, jogadas,



erros, contusões, brigas em campo, estádios lotados, lágrimas de torcedores - ora de tristeza, ora de felicidade - ou seja, imagens que reavivam constantemente a memória dos torcedores.

Os objetos materiais, apresentados neste artigo, são rastros da memória. Foram e são produzidos mediante discursos, organizados em torno das imagens que formam a unidade: o Corinthians. Esses materiais são responsáveis por guardar e materializar a memória. Sob esta luz, a memória do time do Corinthians estaria diretamente relacionada a suas inúmeras vitórias sobre qualquer outro time, cujas imagens constroem discursos e corroboram com a formação da identidade corinthiana.

REFERÊNCIAS

- BARTHES, Roland. **A câmara clara: nota sobre a fotografia**. Tradução de Julio C. Guimarães. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. 1984.
- DAÓLIO, Jocimar. **Cultura: Educação física e futebol**. Campinas: Ed. da UNICAMP, 1997.
- DA MATTA, Roberto et. al. **O universo do Futebol: esporte e sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.
- DAVALLON, J. **A imagem, uma arte de memória?** In: ACHARD, P. [et al]. *Papel Da memória*. Campinas: Pontes, 1999
- GREGOLIN, Maria do Rosário Valencise. **O acontecimento discursivo na mídia: uma breve metáfora do tempo**. In GREGOLIN, Maria do Rosário (org.). **Discurso e Mídia: a cultura do espetáculo**. São Paulo: Claraluz, 2003, 95-110;
- LAPLANTINE, François; TRINDADE, Liana. 1996. **O que é imaginário**. São Paulo: Brasiliense.
- LE GOFF, Jacques. Memória. In: **História e Memória**, São Paulo: Editora Unicamp, 1996, p. 419-476
- PÊCHEUX, Michel. **Papel da memória**. In: ACHARD, P. et. al. *Papel da memória*. Campinas: Pontes, 1999.

Recebido Para Publicação em 19 de outubro de 2018.

Aprovado Para Publicação em 30 de novembro de 2018.