
Faculdade de Tecnologia Nilo De Stéfani
Trabalho de Graduação

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA “PAULA SOUZA”

FACULDADE NILO DE STÉFANI DE JABOTICABAL - SP (Fatec-JB)

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM MARKETING

**DA DEMOCRACIA CORINTHIANA AO BANDO DE LOUCOS – A
EVOLUÇÃO DAS CAMPANHAS DE MARKETING DO CORINTHIANS**

BRENO EDUARDO PETROVICH FACCO

**PROF. ORIENTADOR: TÍTULO (DR./MS./ESP.) RENATO LEANDRO
TAGUCHI**

JABOTICABAL, S.P.

2023

BRENO EDUARDO PETROVICH FACCO

**DA DEMOCRACIA CORINTHIANA AO BANDO DE LOUCOS – A
EVOLUÇÃO DAS CAMPANHAS DE MARKETING DO CORINTHIANS**

Trabalho de graduação (TG) apresentado à Faculdade de Tecnologia Nilo De Stéfani de Jaboticabal (Fatec-JB), como parte dos requisitos para a obtenção do título de Tecnólogo em **Marketing**.

Orientador: Prof. **Ms Renato Leandro Taguchi**

JABOTICABAL, S.P.

2023

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Facco, Breno

Da Democracia Corinthiana Ao Bando De Loucos – A Evolução Das Campanhas De Marketing Do Corinthians/ Breno Eduardo Petrovich Facco.— Jaboticabal: Fatec Nilo de Stéfani, 2023.

xvp.

Orientador: Renato Leandro Taguchi

Trabalho (graduação) – Apresentado ao Curso de Tecnologia em 13/06/2023, Faculdade de Tecnologia Nilo de Stéfani – Jaboticabal, 2023.

1. Marketing Esportivo. 2. Corinthians. 3 Democracia Corinthiano. I. Taguchi, Renato. II. Ms.

BRENO EDUARDO PETROVICH FACCO

**DA DEMOCRACIA CORINTHIANA AO BANDO DE LOUCOS – A
EVOLUÇÃO DAS CAMPANHAS DE MARKETING DO CORINTHIANS**

Trabalho de Graduação (TG) apresentado à Faculdade de Tecnologia Nilo de Stéfani de Jaboticabal (Fatec-JB), como parte dos requisitos para a obtenção do título de Tecnólogo em **Marketing**.

Orientador:
Coorientador:
Coorientador:

Data da apresentação e aprovação: ____/____/____.

MEMBROS COMPONENTES DA BANCA EXAMINADORA

Presidente e Orientador: Prof. Ms Renato Leandro Taguchi
Faculdade de Tecnologia Nilo de Stéfani de Jaboticabal (Fatec-JB)

Segundo membro da banca examinadora: Prof. Dr. Luiz Rodrigo Bonette
Faculdade de Tecnologia Nilo de Stéfani de Jaboticabal (Fatec-JB)

Terceiro membro da banca examinadora: Profa. Dra. Patrícia Cristina de Lima
Faculdade de Tecnologia Nilo de Stéfani de Jaboticabal (Fatec-JB)

Local: Faculdade de Tecnologia Nilo de Stéfani de Jaboticabal (Fatec-JB)
Jaboticabal – SP – Brasil

AGRADECIMENTOS

À minha família, em especial à minha saudosa mãe pelo incentivo e meu pai pelo apoio e suporte durante o curso;

Ao meu orientador, Renato Leandro Taguchi;

À banca avaliadora, professores Luiz Rodrigo Bonette e Patrícia Cristina de Lima;

À Fatec-JB, aos gestores, professores, funcionários etc;

Aos colegas de sala, pelo companheirismo de ajuda ao longo do curso.

PETROVICH FACCO, BRENO EDUARDO. **Da Democracia Corinthiana ao Bando de Loucos – A Evolução das Campanhas de Marketing do Corinthians**. Trabalho de Graduação. Centro Estadual de Educação Tecnológica “Paula Souza”. Faculdade de Tecnologia de Jaboticabal. 63 p. 2023.

RESUMO

O Marketing Esportivo é uma área que envolve mais do que fatores racionais, lidando com a emoção do torcedor. Os clubes de futebol, em sua maioria, são associações esportivas, com sócios-torcedores e sócios das sedes sociais. Isso impacta na política dos clubes. Uma das fontes de receita dos times em todo o mundo é o Marketing. Embora as equipes brasileiras não divulgam o valor investido nessa área, o impacto nas finanças é alto, incluindo os patrocínios apresentados nos uniformes oficiais. O Sport Club Corinthians Paulista é um dos times mais populares do Brasil, com mais de 30 milhões de torcedores. Entre suas campanhas mais marcantes, a Democracia Corinthiana, que envolveu, além da parte esportiva, uma mudança na política do país, que passava por uma ditadura militar. Nesse trabalho foram analisadas algumas das campanhas de Marketing mais marcantes da história do Corinthians.

Palavras-chave: Marketing Esportivo. Corinthians. Democracia Corinthiana.

ABSTRACT

The Sports Marketing is an area that involves more than rational factors, dealing with the fans' emotions. Soccer clubs, for the most part, are sports associations, with supporter members and social club memberships. This impacts on club politics. One of the sources of income for teams all over the world is Marketing. Although the Brazilian teams do not disclose the amount invested in this area, the impact on finances is high, including the sponsorships displayed on the official uniforms. Sport Club Corinthians Paulista is one of the most popular teams in Brazil, with more than 30 million fans. Among its most remarkable campaigns is Corinthians Democracy, which involved, in addition to sports, a change in the country's politics, which was going through a military dictatorship. This work analyzed some of the most outstanding Marketing campaigns in the history of Corinthians.

Keywords: Sports Marketing. Corinthians. Corinthians' Democracy.

Sumário

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 Dados de Identificação	9
1.2 Justificativa.....	9
1.3 Pergunta da Pesquisa	10
1.4 Objetivos	10
1.5 Hipóteses	11
1.6 Metodologia	11
 2 REFERENCIAL TEÓRICO	 13
2.1 Origem e Princípios de Marketing	13
2.2 Marketing Esportivo.....	14
2.3 Origem do Futebol	17
2.3.1 O Futebol no Brasil	17
2.3.2 O Futebol Feminino no Brasil.....	18
2.3.3 FIFA e Confederações Continentais.....	18
2.3.4 CBF	19
2.4 Sport Club Corinthians Paulista	19
2.4.1 Escudos	20
2.4.2 Uniformes.....	21
2.4.3 Hino.....	21
2.4.4 O Primeiro Título	22
2.4.5 O Primeiro Estádio.....	22
2.4.6 O Segundo Estádio.....	23
2.4.7 Estádio Atual	24
2.4.8 Outros Estádios	25
2.4.9 Mascote	26
2.4.10 O Campeão dos Campeões.....	26
2.4.11 Principais Títulos.....	26
2.4.12 Principais Ídolos.....	27
2.4.13 Outras Curiosidades	29
2.5 Campanhas de Marketing do Corinthians	30
2.5.1 Democracia Corinthiana.....	30
2.5.2 Bando de Loucos.....	33
2.5.3 Eu Nunca Vou Te Abandonar	33
2.5.4 Corinthiano Roxo	34
2.5.5 Fiel Torcedor	35

2.5.6 Sangue Corinthiano	35
2.5.7 O Timão É A Sua Cara	36
2.5.8 Ronaldo Fenômeno	38
2.5.9 República Popular do Corinthians	39
2.5.10 Chip do Timão.....	40
2.5.11 Camisa Grená	40
2.5.12 Epidemia Corinthiana.....	41
2.5.13 Zizao.....	42
2.5.14 Corinthians x Corinthian-Casuals	42
2.5.15 Terrão	43
2.5.16 Respeita As Minas.....	44
2.5.17 Camisa Senna	45
2.5.18 Corinthianismo/DNA Corinthiano	46
2.5.19 Meu Corinthians BMG.....	46
2.5.20 Fan Token.....	47
2.5.21 Universo SCCP	47
2.5.22 Camisa Ano Dourado	48
2.5.23 Outros Esportes	50
2.5.24 Negócios.....	52
2.5.25 Redes Sociais	52
2.6 Análise Financeira	53
3 REFERÊNCIAS	55

1 – INTRODUÇÃO

1.1. Dados de Identificação

Título: Da Democracia Corinthiana ao Bando de Loucos – A Evolução das Campanhas de Marketing do Corinthians

Autor: Breno Eduardo Petrovich Facco

Curso: Superior de Tecnologia em Marketing

Polo: Fatec Nilo de Stéfani – Jaboticabal/SP

Linha de Pesquisa: Marketing Esportivo

1.2. Justificativa

O marketing esportivo diferencia-se dos outros modelos de marketing por, além das estratégias racionais normalmente usadas, ele envolve o fator sentimental. Alguns autores dizem que o mix de marketing quando se fala de esportes deve conter cinco P's e não os quatro convencionais. Além de produto, preço, praça e promoção, no marketing esportivo deve se adicionar a paixão. Isso faz com que o marketing esportivo utilize estratégias próprias de atuação e negociação. Existem, também, variações de acordo com o esporte praticado, a região em que a negociação é feita, e, também, uma gama enorme de possibilidades. Pode ser feito o marketing nos uniformes de times, em placas de publicidades dos jogos, nos backdrops de entrevistas, em competições como um todo, além dos próprios atletas.

As negociações dependem da categoria do esporte. As empresas fornecedoras de material esportivo seguem uma linha similar, variando apenas com o esporte a ser fornecido. No futebol, por exemplo, a negociação é a mesma em todos os diversos países e continentes ao redor do mundo. Essas negociações são individuais com cada time, levando sempre em consideração as variáveis econômicas de cada região. Um mesmo fornecedor de material esportivo pagará valores diferentes para cada time, de acordo com o local e o mercado em que ele se situa. O mesmo vale para o patrocinador principal dos times de futebol. Nesse ponto, existem variações, muito também por questões regionais.

A Fifa (Federação Internacional de Futebol Associado), instituição que organiza e gere o futebol pelo mundo, e a Uefa (Union Européenne de Football

Association – Associação de Futebol da União Europeia, em tradução livre), padronizam os tamanhos e locais que os patrocínios devem ser exibidos nos uniformes dos times que participam dos campeonatos organizados por eles. Já no Brasil, não existe essa padronização, o que faz com que cada time opte pela quantidade de patrocínios que “encaixam” no uniforme. Em alguns casos, o próprio escudo do time desaparece, devido à quantidade exorbitante de patrocínios exibidos. Além do futebol, existem outros modelos de negociação, como no padrão estadunidense, onde as próprias ligas negociam com fornecedores de material esportivo e, depois, é repassado para os times as cotas de acordo com um critério de divisão. Nesse caso, todos os times usam o mesmo fornecedor de material esportivo.

Além dessas negociações de fornecedores de material esportivo e patrocínios, outra fonte de renda das equipes esportivas são as campanhas de marketing. Essas campanhas têm como objetivo, além da arrecadação com venda de produtos, conquistar novos torcedores. Em relação ao futebol, esporte mais praticado no mundo, os times buscam estreitar os laços com os torcedores através dessas campanhas. Uma das mais famosas campanhas de marketing de um clube no Brasil foi quando, em plena ditadura militar, o Corinthians criou a Democracia Corinthiana, onde todos os jogadores davam suas opiniões sobre todas as questões envolvendo o clube, desde a contratação ou não de algum determinado jogador até se haveria concentração para os jogos. Mensagens de incentivo à votação foram usadas nas camisas, assim como faixas levadas por jogadores em jogos específicos também foram usadas. Sendo assim, além da parte comercial, as campanhas de marketing dos times podem ser usadas para mudar a sociedade em si.

1.3. Pergunta de Pesquisa

Levando em consideração todos os esportes e, mais especificamente, os times de futebol, quais os diferenciais mercadológicos utilizados pelo Corinthians em suas campanhas de Marketing e quais seus resultados atingidos, seja no âmbito esportivo ou na sociedade em geral?

1.4. Objetivo (s)

Geral:

Pesquisar e enumerar as campanhas de Marketing que o Corinthians utilizou em sua história, assim como quais eram os objetivos dessas campanhas e, se possível, apresentar os resultados alcançados.

Específico(s):

Detalhar como o Marketing se desenvolveu no mundo dos esportes, desde sua criação até os dias atuais, passando por detalhes de alguns esportes específicos, diferenciando as estratégias utilizadas nesses referidos esportes.

1.5. Hipóteses

Esse trabalho irá detalhar as estratégias de Marketing utilizadas pelo Sport Club Corinthians Paulista, time de futebol fundado em 01 de Setembro de 1910, na cidade de São Paulo, capital. Sendo o segundo time de maior torcida no Brasil, com mais de 30 milhões de torcedores, é um time de massa, com importância histórica não apenas dentro de campo, assim como fora dele. Segundo dados de Agosto de 2022, o Corinthians é o time brasileiro com mais participantes do programa de sócio-torcedores, com 154.194. Criado por um grupo de operários, é conhecido como o Time do Povo e sua torcida é conhecida como Fiel, por não abandonar o time. Bicampeão mundial de clubes, heptacampeão brasileiro e tricampeão da Copa do Brasil, o Corinthians teve campanhas como a Democracia Corinthiana, que lutava por direitos durante a Ditadura Militar no Brasil (1964-1985); Sangue Corinthiano, que promove campanhas de doação de sangue; entre outras no âmbito esportivo. O Corinthians, vale ressaltar Também serão apresentados números que mostrem quais campanhas apresentaram melhores resultados e a comparação entre elas.

1.6. Metodologia

O método de pesquisa desse trabalho foi feita uma revisão bibliográfica com coleta de material audiovisual. Foram pesquisados autores que falam sobre marketing esportivo no desenvolvimento específico do trabalho. Para o objetivo geral, foram utilizadas notícias, reportagens especiais e documentários sobre as campanhas de marketing do Corinthians. Também foi utilizado o “Almanaque do Timão”, que, segundo Celso Unzelte (2023), jornalista, pesquisador, comentarista esportivo, professor universitário e escritor, criador do Almanaque, trata-se de um “App com todos os

confrontos, jogadores e técnicos do Timão registrados desde 1910. Conteúdo referência histórica do S. C. Corinthians Paulista”. A pesquisa desse trabalho foi qualitativa.

2 – REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Origem e Princípios de Marketing

Desde os primórdios, a humanidade busca negociar produtos e serviços em troca por outras mercadorias ou serviços. No início, a produção agrícola era apenas para a sobrevivência dos moradores da localidade. Porém, com o avanço de tecnologias e novos produtos, surge o escambo, que se trata de uma troca de mercadorias e/ou serviços por outros de valores próximos. Com o tempo, essa prática foi se tornando obsoleta e as negociações passaram a ser feitas através de valores pré-definidos pelo produtor desses produtos, usando uma moeda específica para tal. Segundo a Casa da Moeda do Brasil (2023), as primeiras moedas surgiram no século VII a.C., no território onde hoje está situada a Turquia. Nessa primeira criação, as moedas eram feitas de ouro e prata.

Porém, com o passar dos anos, mais produtores começaram a comercializar os mesmos produtos, o que fez com que esses produtores buscassem meios de se destacarem. É aí que entra o Marketing, que, segundo Philip Kotler¹ (2014), trata-se da “gestão lucrativa do relacionamento com os clientes”. Diz ele:

Mais do que qualquer outra função empresarial, o marketing lida com clientes. (...) marketing é a gestão de relacionamentos lucrativos com o cliente. Os dois principais objetivos do marketing são: atrair novos clientes, prometendo valor superior, e manter e cultivar os clientes atuais, entregando satisfação. (KOTLER; ARMSTRONG; 2014, p.25)

Ainda segundo Kotler (2014), o Marketing, diferentemente do senso comum, não se refere apenas a vendas e propagandas. Esses dois itens são apenas parte da quantidade de funções que o Marketing utiliza. O autor enfatiza que o Marketing deve ser entendido não como algo que serve apenas para realizar uma venda, e sim no sentido de satisfazer as necessidades do cliente. Segundo Peter Drucker² (2014), “o objetivo do

¹ Philip Kotler, conhecido como o Pai do Marketing, difundiu as principais teorias sobre o Marketing; professor, teve formação nas faculdades de Harvard, MIT, Universidade de Chicago, entre outras.

² Peter Ferdinand Drucker, escritor e professor austríaco, é conhecido como o Pai da

marketing é tornar a venda desnecessária”. Isso significa dizer que, com uma campanha de Marketing bem sucedida, os produtos se vendem sozinhos. O Marketing é capaz de criar desejos nos consumidores.

Um dos pontos mais importantes da área é o Composto ou Mix de Marketing, também conhecido como “os 4 P’s de Marketing”, que são: Produto; Preço; Praça; e Promoção. Segundo Kotler e Keller (2019), no livro Administração de Marketing, os 4P’s podem ser exemplificados como na figura abaixo:

Figura 01: Mix de Marketing



Fonte: Philip Kotler, Kevin Lane Keller; Administração de Marketing, p. 28, 2019.

2.2 – Marketing Esportivo

O Marketing envolve diversas áreas diferentes de atuação, cada uma delas com características específicas. Quando se fala Marketing Esportivo, uma peculiaridade envolve o Mix de Marketing: além dos 4 P’s, há mais um, a Paixão. Fazendo uma análise, os primeiros P’s são levados em conta fatores racionais, enquanto a Paixão envolva algo irracional nos torcedores. Como pensar no racional quando são divulgadas

Administração, publicou dezenas de livros sobre o tema.

histórias de pessoas que vendem seus bens (casas, carros, etc.) para atravessar o mundo para ver o time do coração disputando uma competição, como, por exemplo, durante o Mundial de Clubes da Fifa em 2012, que o Sport Club Corinthians Paulista se tornou campeão mundial, em Yokohama, no Japão, onde mais de 30 mil corinthianos viajaram para o país, alguns deles vendendo seus bens, outros contraindo dívidas por meses ou anos para pagarem a viagem.

Segundo Hatzidakis³ e Barros⁴ (2019), as ações dos clubes deveriam ser focadas nas buscas dos fãs, sendo o ponto principal na obtenção de renda para o sucesso de sua operação, renda essa advinda de ingressos, venda de produtos oficiais, patrocínios, verbas governamentais e apelo da mídia. Os autores seguem dizendo que tudo que envolve o clube deve ser explorado pelo Marketing, desde eventos esportivos até os próprios atletas, que são partes de uma grande indústria do Entretenimento.

Porém, há algumas peculiaridades nas negociações em cada esporte diferente. Nas Grandes Ligas Americanas (NBA – National Basketball Association –; NFL – National Football League –; MLB – Major League Baseball –; e NHL – National Hockey League – basquete, futebol americano, beisebol e hóquei, respectivamente), a própria Liga negocia com fornecedores de material esportivo e todas as equipes utilizam a mesma marca. A divisão dos valores para os clubes segue alguns critérios, como venda de merchandising, desempenho esportivo, além de uma parte dividida igualitariamente. Já no futebol, cada time negocia separadamente com os fornecedores de material esportivo. No campeonato brasileiro de futebol de 2022, 12 empresas diferentes forneciam material para os 20 participantes. Além de seis empresas (Umbro, adidas, New Balance, Nike, Puma e Volt) divididos entre 14 clubes, outros seis apostaram em fabricação própria: Fortaleza, Ceará, Atlético-GO, Coritiba, Goiás e Juventude. A Umbro é a empresa com mais clubes no campeonato brasileiro de 2022, fornecendo material para Athletico-PR, Avaí, Cuiabá, Fluminense e Santos, seguido da Adidas, com Atlético-MG, Flamengo, Internacional e São Paulo. (SHOW DE CAMISAS, 2018; TERRA, 2022)

Já com relação aos patrocinadores espalhados pelos uniformes, as negociações são feitas individualmente por cada clube. Os valores, claro, dependem do retorno que essa equipe vai trazer para os investidores. Um ponto de destaque é que, voltando às 4

³ Georgios Stylianos Hatzidakis, Mestre em Educação Física, especialização em Administração do Esporte, Gestão Esportiva e Administração Mercadológica.

⁴ José Arthur Fernandes Barros, Mestre em Gestão do Esporte, especialista em Marketing do Esporte.

Grandes Ligas Americanas, a NBA liberou apenas a partir da temporada 2017/18 o patrocínio nos uniformes das equipes, algo, até então, proibido por regulamento. Os clubes, no início, buscaram patrocinadores locais para estamparem suas marcas nos uniformes, como, por exemplo, Orlando Magic, que estampou a logo da Disney, Milwaukee Bucks, com Harley Davison, Cleveland Cavaliers, com Goodyear, entre outros. Esses patrocinadores deveriam seguir regras específicas com relação à dimensão dos mesmos. Os clubes brasileiros de futebol buscaram diversos patrocinadores para conseguirem um valor satisfatório. Em alguns casos, a quantidade de patrocínios é tão grande que o próprio escudo do time acaba ficando escondido. (UOL, 2016)

Em fins de comparação, o maior valor de patrocínio do mundo é do Real Madri, time da capital espanhola, que disputa a La Liga (campeonato nacional) e maior campeão da UEFA Champions League (competição continental), com 13 títulos. Os Merengues, apelido do time, faturam 70 milhões de euros anuais (cerca de 383 milhões na conversão do dia 09 de maio de 2023) da Emirates, companhia aérea. Em segundo na lista, aparece o Manchester United, que disputa a Premier League (campeonato inglês), que recebe 55 milhões de euros (cerca de 300 milhões de reais) por ano da TeamViewer. A seguir na lista aparece outro time inglês, o Chelsea, que recebe 47 milhões de euros anuais (cerca de 257 milhões de reais) da companhia de telefonia britânica Three. Para efeito de comparação, a equipe brasileira que mais fatura com patrocinadores, o Palmeiras, recebe 80 milhões de reais anuais das empresas Crefisa e Faculdade das Américas (ambas as empresas possuem a mesma proprietária), cerca de 20% do que recebe o Real Madri, líder do ranking mundial. (90 MIN, 2022; FUTEBOL INTERIOR, 2022)

Ainda falando sobre patrocínios esportivos, os times da Premier League, em reunião realizada em abril de 2023, optaram por vetar patrocínios de casa de apostas no espaço máster, que fica no peito do uniforme. A regra passará a valer a partir da temporada 2026/27, para que os times possam se adequar à essa nova exigência. Algumas equipes do país, como Bournemouth, Brentford, Everton, Fulham, Leeds, Newcastle, Southampton e West Ham, possuem contratos em vigor com empresas do ramo de jogos de azar. O intuito da regra é minimizar o risco de manipulação de resultados. (GLOBO ESPORTE, 2023)

2.3 – Origem do Futebol

Apesar de não haver uma data exata da criação do esporte, historiadores relatam que o futebol começou a ser praticado na Inglaterra por volta do século X, onde os ingleses começaram a chutar uma bola de couro como uma comemoração sobre a expulsão da Dinamarca do país. A bola seria uma analogia às cabeças dos soldados dinamarqueses. A comemoração acontecia anualmente, mas, com o tempo, foi acontecendo também em maiores frequências. Entre proibições e liberações, o futebol começou a crescer no país entre os anos de 1810 e 1840, em escolas públicas da Inglaterra. Por não haver regras e ser considerado um esporte violento, não era apropriado aos alunos dos colégios de elite do país. Por volta de 1830, surgiram as primeiras regras do esporte, a The Football Rules, criadas pelo colégio Harrow. Nessas primeiras regras foram estabelecidos o número de jogadores (11 de cada time) e as traves, por onde a bola deveria passar para se fazer o gol. As regras do futebol são atualizadas anualmente pelo IFAB (Internacional Football Association Board), sempre entrando em vigor em 01 de junho, data de término da temporada de competições europeias. Como não poderia deixar de ser, os primeiros times do mundo nasceram no Reino Unido, mais especificamente na Inglaterra. Entre o Top-10 de times mais velhos do mundo, apenas o décimo, Wrexham AFC, não inglês (porém, é do País de Gales, sendo, portanto, um time britânico – disputa, inclusive, as ligas inglesas). (BRASIL ESCOLA, 2023)

Os dez times mais antigos são: Sheffield FC (1857); Wanderers FC (1859); Hallam FC (1860); Crystal Palace FC (1861); Notts County (1862); Barnes FC (1862); Stoke City FC (1863); Royal Engineers AFC (1863); Brigg Town (1864); Wrexham AFC (1864). (90 MIN, 2022)

2.3.1 – O Futebol no Brasil

O futebol veio trazido ao Brasil pelo inglês Charles Muller, em 1894. O jovem trouxe consigo algumas bolas quando, após terminar seus estudos, se mudou para a cidade de São Paulo. Apesar de o esporte ser praticado no São Paulo Athletic Club, clube formado por colonos ingleses, o primeiro time do país foi a Associação Atlética Mackenzie College, em 1898. Com o crescimento no país, equipes de remo, que era o esporte mais praticado na época, acabaram migrando para o futebol. Clubes como Flamengo, Vasco e Botafogo, do Rio de Janeiro, começaram a prática do novo esporte e, com o tempo, abandonaram o remo. A primeira equipe criada exclusivamente para a

prática do futebol foi o Fluminense Football Club, também do Rio de Janeiro, em 1902, sendo, inclusive, o primeiro time a cobrar ingressos para uma partida, num confronto contra o Paulistano, time da capital paulista. (BRASIL ESCOLA, 2023)

2.3.2 – O Futebol Feminino no Brasil

Historiadores apontam a primeira partida de futebol feminino no Brasil acontecendo em 1921, entre os times dos bairros Tremembé e Cantareira, da Zona Norte de São Paulo. Os primeiros times femininos surgiram no país na década de 1930, mas sem grande destaque. No primeiro ano da Ditadura Militar (1964-1985), o Conselho Nacional de Desportos (CND) proibiu a prática do esporte por mulheres. O veto durou por 15 anos, até 1979. Atualmente, o Campeonato Brasileiro Feminino de Futebol tem três divisões (séries A1, A2 e A3), com diversos times tradicionais do masculino competindo (uma regra da CBF – Confederação Brasileira de Futebol –, obrigou os times masculinos da Série A a criar um time feminino). Também existem no Brasil, atualmente, campeonatos de base (sub-20 e sub-17) no futebol feminino. A primeira convocação da história de uma Seleção Brasileiro Feminina de futebol aconteceu em 1986. Dez anos depois, em 1996, o futebol feminino entrou no calendário de competições dos Jogos Olímpicos. A Copa do Mundo Feminina, organizada pela FIFA, começou a ser disputada em 1991 (o Brasil participou de todas as edições). Um dos principais nomes do futebol feminino é a brasileira Marta, ganhadora de seis prêmios de Melhor Jogadora do Mundo. (BRASIL ESCOLA, 2023)

2.3.3 – FIFA e Confederações Continentais

A Federação Internacional de Futebol Associado – FIFA (Fédération Internationale de Football Association, nome original, em francês), é a responsável por gerir futebol masculino, futebol feminino, futsal e futebol de areia. Foi fundada em Paris, em 21 de maio de 1904 e tem sua sede em Zurique, na Suíça. A Federação tem 208 filiados, número superior ao de países membros da ONU – Organização das Nações Unidas. A FIFA possui seis confederações associadas (MUSEU DO FUTEBOL, 2023):

- AFC – Asian Football Confederation (Ásia);
- CAF – Confederation of African Football (África);
- CONCACAF – Confederation of North, Central America and Caribbean Association Football (América do Norte, América Central e Caribe);

- CONMEBOL – Confederacion Sudamericana de Fútbol (América do Sul);
- OFC – Oceania Football Confederation (Oceania);
- UEFA – Union of European Football Associations (Europa). (FIFA, 2023)

2.3.4 – CBF

A Confederação Brasileira de Futebol é a entidade que comanda o futebol no Brasil. Ela é responsável por organizar os campeonatos nacionais (Campeonato Brasileiro séries A, B, C e D; Copa do Brasil; Copa do Nordeste; e Copa Verde), assim como a escala de arbitragem nesses jogos. A CBF oferece cursos para formação de treinadores e gestores de futebol, assim como treinamentos constantes para arbitragem. Também é responsável por gerir a Seleção Brasileira de Futebol masculina, feminina e de base. A primeira organização nacional sobre futebol foi a Federação Brasileira de Sports, criada em 08 de junho de 1914. Pouco mais de dois anos depois, em 05 de dezembro de 1916, a entidade alterou seu nome para Confederação Brasileira de Desportos (CBD). Esse nome foi mantido até setembro de 1979, quando se tornou a atual CBF. (COB, 2023)

2.4 – Sport Club Corinthians Paulista

Em 01 de setembro de 1910, era fundado, por quatro operários, o Sport Club Corinthians Paulista. Sob a luz de um lampião no bairro Bom Retiro, em São Paulo, Anselmo Corrêa, Antônio Pereira, Carlos Silva, Joaquim Ambrósio e Rafael Perrone, inspirados pelo clube inglês Corinthian-Casuals Football Club, que fazia uma excursão pelo Brasil, criaram o nome do time. Os quatro fundadores, junto com mais oito pessoas, realizaram a primeira reunião dos primeiros integrantes e sócio fundadores da equipe. Miguel Battaglia, um alfaiate, foi escolhido como o primeiro presidente do clube e disse a frase, entoada até os dias de hoje, que “O Corinthians vai ser o time do povo e o povo é quem vai fazer o time”. O primeiro jogo do time, ainda na várzea, aconteceu no dia 10 de setembro de 1910, numa derrota, como visitante, por 1x0 para o União Lapa⁵. A escalação do Corinthians nesse jogo, segundo o Almanaque do Timão, foi: Valente (GOL); Police (LD), Perrone (ZAG), Atílio (ZAG), Lepre (LE); Alfredo (VOL), Jorge Campbell (MEI), César Nunes (LE); João da Silva (PD), Joaquim

⁵ Dados segundo o Almanaque do Timão, do jornalista Celso Unzelte.

Ambrósio (PE) e Fabbi (CA)⁶; Rafael Perrone foi o técnico. Quatro dias depois, no dia 14 de setembro, em um terreno alugado aconteceu o primeiro jogo da equipe como mandante e, também, a primeira vitória: 2x0 sobre o Estrela Polar. Jorge Campbell e Fabbi fizeram os primeiros gols da centenária história do Corinthians. A escalação foi a mesma do primeiro jogo. No ano de sua fundação, ainda segundo o Almanaque do Timão, aconteceram mais dois jogos: vitória por 5x0 sobre o A.A. Da Lapa, em casa, e resultado desconhecido contra o Morgan, como visitante. (CORINTHIANS, 2023; ALMANAQUE DO TIMÃO, 2023)

O primeiro jogo fora da cidade de São Paulo aconteceu mais de um ano após a fundação do clube, em 17 de setembro de 1911, na cidade de Campinas. Jogando contra a Ponte Preta, o Corinthians saiu vencedor por 1x0, com gol marcado por César Nunes. De 1910 até 1912, o clube disputava apenas jogos na várzea. Apenas em 1913 o Corinthians disputou seu primeiro torneio, o campeonato da Liga Paulista de Futebol. A equipe ficou na quarta posição, entre seis times participantes do torneio. (CORINTHIANS, 2023)

2.4.1 – Escudos

O primeiro escudo do Corinthians surgiu apenas três anos após sua fundação, em 1913. O primeiro símbolo trazia apenas as letras C e P, em referência à Corinthians Paulista. Esse escudo foi criado para a disputa da Liga Paulista daquele ano. Esse escudo foi utilizado apenas naquele ano. A seguir, em 1914, o mesmo CP foi usado sobre uma base bege, cor do uniforme da época. No ano seguinte, em 1915, as letras S e C foram adicionadas ao escudo. No mesmo ano, a moldura do escudo sofreu alteração. Em 1916, foi adotado o formato redondo, que segue sendo usado até hoje. A maior alteração aconteceu em 1919, onde foram adicionados o nome do time, o ano de fundação e a bandeira do estado de São Paulo. A próxima mudança aconteceu em 1939, com a adição do timão, boia e remos. Em 1980, a troca de boia por corda marítima, além de uma ondulação na bandeira, para transmitir ideia de dinamismo e movimento. A partir de 1990, com o primeiro título de campeonato brasileiro, uma estrela passou a fazer parte do escudo. A cada nova conquista importante (brasileiros e mundiais), novas estrelas foram adicionadas. A partir de 2011, foram retiradas as estrelas e uma

⁶ GOL – Goleiro; LD – Lateral Direito; ZAG – Zagueiro; LE – Lateral Esquerdo; VOL – Volante; MEI – Meio-campista; PD – Ponta Direita; PE – Ponta Esquerda; CA – Centroavante.

repaginada de design no escudo, que segue até os dias de hoje. (CORINTHIANS, 2023)

Figura 02: Escudos do Corinthians



Fonte: https://cdn.meutimao.com.br/_upload/noticia/2022/01/26/a-historia-do-corinthians-pode-ser-facilmente-ri941w.jpg

2.4.2 – Uniformes

Apesar de torcedores mais conservadores criticarem as escolhas de cores diferentes nos terceiros uniformes feitos pelo Corinthians, dizendo que “preto e branco é tradição”, o primeiro uniforme não foi nessas cores. Os primeiros uniformes eram creme, com detalhes em preto nos punhos e golas. Porém, com as seguidas lavadas, o tom creme ia desbotando e o uniforme acabava ficando branco. Nos anos 1920, como a diretoria da época não tinha dinheiro para comprar novos jogos de uniforme a cada jogo, foi adotada a camisa branca e o calção preto. O segundo uniforme, preto com listras finas brancas e calções pretos, foi usado pela primeira vez em 1954. (CORINTHIANS, 2023)

2.4.3 – Hino

O primeiro hino do Corinthians foi criado em 1930, em ritmo de marchinha. Escrita por La Rosa e Eduardo Dohmen, foi gravado pela dupla Guarani e Pirajá. Já o hino atual foi criado em 1953, composto pelo radialista Lauro D’Ávila. Diferentemente do primeiro, que, aos poucos, ficou esquecido, esse novo hino caiu no gosto da torcida. “O Campeão dos Campeões” foi gravado nos estúdios da Rádio Bandeirantes por Osny Silva, e lançado pela gravadora Continental, e segue sendo usado e cantado até hoje.

(CORINTHIANS, 2023)

2.4.4 – O Primeiro Título

O primeiro título do Corinthians saiu logo em seu segundo campeonato disputado. Com 100% de aproveitamento, dez vitórias em dez jogos, a equipe faturou seu primeiro título do Campeonato Paulista de Futebol em 1914. O jogo do título aconteceu no Parque Antártica, contra o Lusitano: 3x0. Neco, atacante do Corinthians, foi artilheiro da competição, com 12 gols marcados. O Corinthians é, atualmente, o maior campeão paulista, com 30 títulos conquistados, seguido por Palmeiras (25), São Paulo (22), Santos (22) e Paulistano (11). (CORINTHIANS, 2023)

2.4.5 – O Primeiro Estádio

Em 1918 foi inaugurado o primeiro estádio oficial do Sport Club Corinthians Paulista. Construído pelos próprios jogadores e torcedores do time, o Estádio da Ponte Grande, como ficou conhecido, teve como primeiro jogo um empate em 3x3 com o Palestra Itália (atual Palmeiras), em uma partida amistosa. Os gols do Corinthians foram marcados por Neco (2 vezes) e Bororó. Heitor fez os três do Palestra Itália. Apenas no quarto jogo no estádio veio a primeira vitória na nova casa: 2x1 sobre o Mackenzie, pelo campeonato paulista. Tinha capacidade para 10.000 torcedores. O Corinthians mandou seus jogos na Ponte Grande até 1927. No total, foram 102 jogos no estádio, com 80 vitórias, 11 empates e 11 derrotas, com 386 gols marcados e 115 gols sofridos. (CORINTHIANS, 2023; MEU TIMÃO, 2023; ALMANAQUE DO TIMÃO, 2023)

Figura 03: Estádio da Ponte Grande



Fonte: https://cdn.meutimao.com.br/_upload/ckeditor/2022/01/27/oip_1_yj.jpg

2.4.6 – O Segundo Estádio

No ano de 1926, o Corinthians comprou o terreno do Parque São Jorge, sede administrativa do clube até hoje, e passou a usar o campo do local para alguns de seus jogos. O estádio recebeu o nome de Alfredo Schürig, nome do presidente na época. O gramado foi reformado e a estreia na Fazendinha (apelido do estádio) aconteceu dois anos depois, em 22 de julho de 1928, em amistoso contra o América-RJ, jogo que terminou empatado em 2x2. O primeiro gol do estádio foi de De Maria, ponta-esquerda da equipe paulista. Após várias reformas, atualmente o estádio do Parque São Jorge é usado pelas equipes de base e feminina do Corinthians. A capacidade atual da Fazendinha é de 16.000 torcedores. O último jogo do time profissional no estádio foi em agosto de 2002, uma vitória por 1x0 em amistoso contra o Brasiense-DF. (CORINTHIANS, 2023; MEU TIMÃO, 2023; ALMANAQUE DO TIMÃO, 2023)

Figura 04: Estádio Alfredo Schürig (Parque São Jorge/Fazendinha)



Fonte:

https://cdn.meutimao.com.br/_upload/ckeditor/2022/01/27/b5378a030995_1532197024_3x2_md_2s.jpg

2.4.7 – Estádio Atual

Em 2014 foi inaugurada a Neo Química Arena, atual estádio do Corinthians. Inaugurado inicialmente como Arena Corinthians, o estádio mudou seu nome em 01 de setembro de 2020, aniversário de 110 anos do clube, quando foi anunciada a venda dos *Naming Rights* para a Hypera Farma, empresa do ramo de medicamentos. O primeiro jogo no local foi um amistoso entre jogadores históricos do Corinthians; Rivelino marcou o primeiro gol. Já a primeira partida oficial aconteceu em 18 de maio de 2014, em derrota para o Figueirense por 1x0, pelo campeonato brasileiro daquele ano. Curiosamente, Giovanni Augusto, autor do primeiro gol em jogos oficiais do estádio, viria a jogar no Corinthians alguns anos depois. Com capacidade para 49.205, a arena foi palco da abertura da Copa do Mundo daquele ano, na partida entre Brasil 3x1 Croácia. Para a Copa do Mundo o estádio contou com estruturas móveis, o que fez com que sua capacidade aumentasse para 65.000 torcedores. Sendo assim, o recorde de público do estádio não pertence ao Corinthians, e, sim, ao jogo entre Holanda x Argentina, quando a seleção sul-americana se classificou nos pênaltis para a decisão contra a Alemanha (que seria a campeã daquela edição da Copa do Mundo), com 63 267. (CORINTHIANS, 2023; MEU TIMÃO, 2023; ALMANAQUE DO TIMÃO, 2023)

Figura 05: Neo Química Arena



Fonte:

<https://static.corinthians.com.br/uploads/1679670019e698959e9b93e4de823526327ffed84a.jpg>

2.4.8 – Outros Estádios

O Corinthians também utilizou, ao longo do tempo, outros estádios, em especial Morumbi e Pacaembu. No campo do São Paulo Futebol Clube, o time mandou 340 jogos, com 144 vitórias, 110 empates e 86 derrotas, tendo marcado 485 gols e sofrido 350, de acordo com dados do Almanaque do Timão. Entre os títulos de expressão no estádio estão os brasileiros de 1990, 1998 e 1999, além de diversos paulistas, com destaque para 1977, onde, com gol de Basílio, o Corinthians quebrou uma sequência de quase 23 anos sem conquistas. Já o Pacaembu foi considerado a casa do Corinthians por vários anos. No total, o clube mandou no estádio municipal 1425 jogos, sendo 866 vitórias, 331 empates e 228 derrotas, com 2847 gols marcados e 1495 sofridos. Entre os diversos títulos conquistados no local, o destaque fica para o brasileiro de 2011, no dia da morte de Sócrates, um dos grandes ídolos do clube, além da Libertadores do ano seguinte. (MEU TIMÃO, 2023; ALMANAQUE DO TIMÃO, 2023)

Figura 06: Pacaembu



Fonte: https://cdn.meutimao.com.br/_upload/ckeditor/2022/01/27/agenciakorinthians-foto-62718_vx.jpg

2.4.9 – Mascote

Em 1929 surgiu a mascote do Corinthians. O time conquistou o bicampeonato paulista, com 100% de aproveitamento (sete jogos e sete vitórias). Além do campeonato, o clube fez sua primeira partida internacional, ganhando do Barracas (ARG), por 3x1, no Parque São Jorge. Segundo o site oficial do clube, no dia seguinte um jornalista do jornal A Gazeta usou a expressão “fibra de mosqueteiro” atribuída aos jogadores. No mesmo ano, com a criação, do mesmo jornal, de mascotes dos times, ao Corinthians foi utilizado o Mosqueteiro. (CORINTHIANS, 2023)

2.4.10 – O Campeão dos Campeões

Com o tricampeonato paulista em 1930 (sendo seis conquistas em dez anos), o clube paulista disputou com o Vasco, campeão carioca, o Torneio Nacional (Taça Apea). Na ida, no Parque São Jorge, vitória corinthiana por 4x2. No jogo de volta, em São Januário, outra vitória dos paulistas, dessa vez por 3x2. Com isso, o Corinthians passou a ser chamado de “Campeão dos Campeões”, trecho imortalizado no hino do clube. (CORINTHIANS, 2023)

2.4.11 – Principais Títulos

Entre os títulos de destaque do Corinthians, estão as duas Copas do Mundo de Clubes da FIFA, conquistados em 2000, no Brasil (disputou o torneio como representante do país-sede, por ser o atual campeão nacional), e 2012, no Japão (representante da América do Sul, pelo título da Libertadores daquele ano); a Libertadores de 2012, conquistada, de maneira invicta, contra o argentino Boca Juniors; a Recopa Sul-Americana em 2013; sete campeonatos brasileiros (1990, 1998, 1999, 2005, 2011, 2015 e 2017); três Copas do Brasil (1995, 2002 e 2009); uma Recopa do Brasil, em 1991; cinco Torneio Rio-SP (1950, 1953, 1954, 1966 e 2002); 30 campeonatos paulistas (1914, 1916, 1922, 1923, 1924, 1928, 1929, 1930, 1937, 1938, 1939, 1941, 1951, 1952, 1954, 1977, 1979, 1982, 1983, 1988, 1995, 1997, 1999, 2001, 2003, 2009, 2013, 2017, 2018 e 2019). (CORINTHIANS, 2023)

2.4.12 – Principais Ídolos

Entre os ídolos do Corinthians, destaque para os seguintes nomes (em ordem alfabética):

- Ado, goleiro (1969-1974): 206 jogos, 170 gols sofridos;
- Alessandro, lateral direito (2008-2013): 258 jogos, 4 gols;
- Ataliba, ponta direita (1982-1984): 136 jogos, 25 gols;
- Baltazar, centroavante (1945-1957): 404 jogos, 269 gols;
- Basílio, meio-campista (1975-1981): 253 jogos, 29 gols;
- Biro-Biro, volante (1978-1988): 590 jogos, 75 gols;
- Cabeção, goleiro (1949-1966): 326 jogos, 419 gols sofridos;
- Carbone, meio-campista (1951-1957): 231 jogos, 135 gols;
- Casagrande, centroavante (1982-1986/1994): 256 jogos, 103 gols;
- Cássio, goleiro (2012-atual): 650 jogos, 534 gols sofridos;*
- Chicão, zagueiro (2008-2013): 247 jogos, 42 gols;
- Cláudio, ponta direita (1945-1957): 550 jogos, 305 gols;
- Danilo, meio-campista (2010-2018): 359 jogos, 35 gols;
- De Maria, ponta esquerda (1927-1931/1935-1936): 115 jogos, 95 gols;
- Del Debbio, zagueiro (1922-1931/1937-1938/1939): 214 jogos, 2 gols;
- Dida, goleiro (1990-2000/2001-2002): 94 jogos, 122 gols sofridos;
- Dinei, atacante (1990-1992/1998-2000): 194 jogos, 34 gols;
- Dino Sani, volante (1965-1968): 117 jogos, 32 gols;

- Ditão, zagueiro (1966-1971): 282 jogos, 4 gols;
- Domingos da Guia, zagueiro (1944-1948): 117 jogos, 0 gols;
- Edílson, atacante (1997-2000): 164 jogos, 55 gols;
- Elias, volante (2008-2010/2014-2016): 253 jogos, 41 gols;
- Emerson Sheik, atacante (2011-2014/2015/2018): 196 jogos, 28 gols;
- Ezequiel, volante (1990-1995): 254 jogos, 11 gols;
- Flávio, centroavante (1964-1969): 228 jogos, 172 gols;
- Gamarra, zagueiro (1998-1999): 80 jogos, 7 gols;
- Geraldão, centroavante (1975-1981): 280 jogos, 91 gols;
- Gilmar, goleiro (1951-1961): 395 jogos, 527 gols sofridos;
- Guerrero, centroavante (2012-2015): 130 jogos, 54 gols;
- Idário, lateral direito (1949-1959): 469 jogos, 6 gols;
- Liedson, centroavante (2003/2011-2012): 111 jogos, 50 gols;
- Luizão, centroavante (1999-2002): 109 jogos, 76 gols;
- Luizinho, meio-campista (1948-1960/1964-1967/1996): 606 jogos, 175 gols;
- Marcelinho, meio-campista (1994-1997/1998-2001/2006/2010): 433 jogos, 206 gols;
- Neco, meio-campista (1913-1930): 296 jogos, 243 gols;
- Neto, meio-campista (1989-1993/1996-1997): 228 jogos, 80 gols;
- Olavo, zagueiro (1952-1961): 506 jogos, 18 gols;
- Oswaldo Brandão, técnico (1954-1958/1964-1966/1968/1977-1978/1980-1981): 435 jogos;
- Palhinha, meio-campista (1977-1980): 148 jogos, 44 gols;
- Paulinho, volante (2010-2013/2021-atual): 167 jogos, 34 gols;*
- Ralf, volante (2010-2015/2018-2020): 422 jogos, 9 gols;
- Ricardinho, meio-campista (1998-2002/2006): 277 jogos, 66 gols;
- Rincón, volante (1997-2000/2004): 158 jogos, 11 gols;
- Rivellino, meio-campista (1965-1974): 474 jogos, 144 gols;
- Roberto, volante (1947-1960): 451 jogos, 22 gols;
- Ronaldo, atacante (2009-2011): 69 jogos, 35 gols;
- Ronaldo Giovanelli, goleiro (1988-1998): 602 jogos, 571 gols sofridos;
- Ruço, volante (1975-1978): 201 jogos, 22 gols;
- Sócrates, meio-campista (1978-1984): 298 jogos, 172 gols;

- Teleco, centroavante (1934-1944): 249 jogos, 256 gols;
- Tevez, atacante (2005-2006): 78 jogos, 46 gols;
- Tite, técnico (2004-2005/2010-2013/2015-2016): 378 jogos;
- Tobias, goleiro (1975-1978): 125 jogos, 95 gols sofridos;
- Tupãzinho, meio-campista (1990-1996): 341 jogos, 52 gols;
- Vaguinho, ponta-direita (1971-1981): 551 jogos, 110 gols;
- Vampeta, volante (1998-2000/2002-2003-2007): 268 jogos, 17 gols;
- Viola, centroavante (1988-1995): 283 jogos, 105 gols;
- Wilson Mano, volante (1986-1992/1994): 405 jogos, 34 gols;
- Wladimir, lateral esquerdo (1972-1985/1987): 805 jogos, 32 gols;
- Zé Maria, lateral direito (1970-1983): 598 jogos, 17 gols;
- Zenon, meio-campista (1981-1986): 304 jogos, 60 gols.

*Atualizado até dia 16/05/2023 (MEU TIMÃO, 2023; ALMANAQUE DO TIMÃO, 2023)

2.4.13 – Outras Curiosidades

- O primeiro técnico estrangeiro a comandar o clube foi o uruguaio Pedro Mazzulo. Ele foi, também, o primeiro treinador remunerado pelo time;
- Em 1936 o Corinthians ficou invicto durante todo o ano. Foram 28 vitórias e três empates. Uma derrota, no jogo da final do retorno do estadual, aconteceu apenas no ano seguinte;
- No título paulista de 1951, o time da temporada ficou conhecido como o ataque dos 100 gols, com 103 gols marcados em 30 jogos;
- Em 1954, na edição comemorativa do IV Centenário da cidade de São Paulo, o Corinthians levou o título estadual;
- No primeiro título mundial da seleção brasileira, em 1958, o Corinthians teve o goleiro Gilmar e o lateral esquerdo Oreco entre os convocados;
- No tricampeonato da seleção, em 1970, três jogadores do Corinthians faziam parte do elenco canarinho: o goleiro Ado, o lateral direito Zé Maria e o meio-campista Rivellino;
- Em 1976, durante a semifinal do campeonato brasileiro, a torcida corinthiana invadiu o Rio de Janeiro, em evento conhecido como a Invasão Corinthiana. Cerca de 80 mil torcedores do Corinthians foram para o Maracanã. O time paulista venceu nos

pênaltis, mas perdeu a final da competição nacional para o Internacional-RS;

- Após quase 23 anos de jejum de títulos importantes, o Corinthians levou o paulista de 1977, ganhando a série de três jogos da Ponte Preta. Basílio, apelidado de Pé de Anjo, fez o gol do título estadual;

- Em 1982 aconteceu a Democracia Corinthiana, onde todas as decisões do clube eram decididas em comum acordo entre todos, jogadores e funcionários;

- 2007 marcou o ano do rebaixamento do Corinthians para a série B do campeonato brasileiro. Com uma campanha ruim, o time ficou na 17ª posição e caiu para a segunda divisão. (CORINTHIANS, 2023)

2.5 – Campanhas de Marketing do Corinthians

Os patrocínios nas camisas dos times brasileiros só foram permitidos pelo Conselho Nacional dos Desportos no ano de 1982. A princípio, as marcas podiam ficar estampadas apenas nas costas dos uniformes. O primeiro patrocínio do Corinthians foi a Bombril, empresa de produtos de higiene e limpeza. Esse patrocínio foi apenas para a final do paulista de 1982, contra o São Paulo, onde o Corinthians se sagrou campeão estadual. No ano seguinte, em 1983, foram liberados os patrocínios na parte frontal do uniforme e a Cofap, empresa do setor de peças automotivas, foi a primeira marca estampada nos uniformes do Corinthians. Atualmente, em maio de 2023, os patrocinadores do clube são: Nike (fornecedora de material esportivo); Vitaminas Neo Química (patrocinador máster – peito do uniforme); Pixbet (omoplata); Banco BMG (mangas); Spani Atacadista (barra traseira); Ale (peito – entre escudo e Nike). (CORINTHIANS, 2023)

2.5.1 – Democracia Corinthiana

Na década de 1980, o Brasil vivia sob a sombra da Ditadura Militar, onde vários direitos dos cidadãos foram cerceados. O golpe dos militares aconteceu no ano de 1964. A partir daquele ano, as pessoas não podiam mais escolher o presidente, vários opositores foram torturados, mortos ou exilados. Eis que surge, no Corinthians, em 1982, um movimento que visava acabar com esse regime, que foi intitulado de Democracia Corinthiana. A gestão do clube era feita através de votos, todos eles iguais, do presidente ao roupeiro, passando, claro, pelos jogadores. O movimento foi encabeçado pelos jogadores Sócrates, Casagrande, Wladimir e Zenon. A votação ia de

possíveis contratações de jogadores a escalação da equipe. Todas as decisões importantes do dia a dia do Corinthians passavam por votação. Além da parte esportiva, os jogadores idealizadores do projeto participavam com frequência de atos que visavam o fim da Ditadura Militar. O termo Democracia Corinthiana foi criado pelo publicitário Washington Olivetto. (GLOBO ESPORTE, 2020)

Figura 07: Camisa Democracia Corinthiana



Fonte:

[https://s2-ge.glbimg.com/jq_K01hURj-wmRZBsxFQaxT1Fgw=/0x0:750x500/924x0/smart/filters:strip_icc\(\)/i.s3.glbimg.com/v1/AUTH_bc8228b6673f488aa253bbcb03c80ec5/internal_photos/bs/2019/R/a/inOf1ASWSg4RVQod0DQA/corinthians.jpg](https://s2-ge.glbimg.com/jq_K01hURj-wmRZBsxFQaxT1Fgw=/0x0:750x500/924x0/smart/filters:strip_icc()/i.s3.glbimg.com/v1/AUTH_bc8228b6673f488aa253bbcb03c80ec5/internal_photos/bs/2019/R/a/inOf1ASWSg4RVQod0DQA/corinthians.jpg)

Ainda em 1982, no dia 15 de novembro, aconteceu a primeira eleição direta para o governo do Estado de São Paulo em mais de 17 anos. Buscando conscientizar a população, o Corinthians entrou em campo com uma mensagem no uniforme escrita “Dia 15 Vote”. A ação foi feita nas cinco partidas anteriores ao dia de votação, que elegeu Governador, Senadores e Deputados. (SALGADO, FRANCESCHINI, 2015)

Figura 08: Mensagem de Incentivo à Votação



Fonte:

[https://2.bp.blogspot.com/-](https://2.bp.blogspot.com/-ObLxk8Atu0A/VeeAuSENQsI/AAAAAAAAAsI/Ck8nv3Xln0E/s1600/dia-15-vote.jpg)

[ObLxk8Atu0A/VeeAuSENQsI/AAAAAAAAAsI/Ck8nv3Xln0E/s1600/dia-15-vote.jpg](https://2.bp.blogspot.com/-ObLxk8Atu0A/VeeAuSENQsI/AAAAAAAAAsI/Ck8nv3Xln0E/s1600/dia-15-vote.jpg)

Na final do paulista do ano seguinte, em 1983, também contra o São Paulo, o time entrou em campo com uma faixa escrita “Ganhar ou Perder, mas sempre com Democracia. (GLOBO ESPORTE, 2020)

Figura 09: Faixa levada pelo time antes da final do campeonato estadual



Fonte: <https://twitter.com/Corinthians/status/1435396220508323842/photo/1>

Em 1984, com a ida de Sócrates para o futebol italiano, o movimento perdeu força. Outras mudanças de elenco, resultados abaixo do esperado e a mudança na presidência do clube fizeram com que, em 1985, a Democracia Corinthiana acabasse definitivamente. Em abril de 2023 foram lançados os uniformes do time para a temporada, que fazem referência ao movimento. (GLOBO ESPORTE, 2020)

2.5.2 – Bando de Loucos

No sofrido ano de 2007, surgiu uma das músicas cantadas até hoje nos estádios em jogos do Corinthians. Mais do que isso, o “Bando de Loucos” criou até mesmo um novo “apelido” para os torcedores do time. Ainda no estádio do Pacaembu, o grito de que “canto até ficar rouco” ecoou em todos os jogos. Com a campanha fraca no campeonato brasileiro daquele ano (que resultaria no rebaixamento da equipe para a segunda divisão do nacional), a letra da música visava apoiar os jogadores em busca de recuperação e melhores resultados. A cada nova “loucura” dos torcedores, o “título” de Bando de Loucos foi se tornando parte da essência da torcida corinthiana. (SANDRE, 2022)

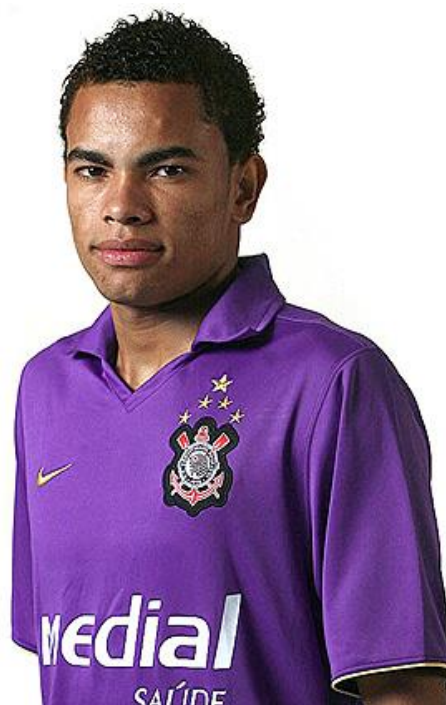
2.5.3 – Eu Nunca Vou Te Abandonar

No dia 02 de dezembro de 2007 aconteceu o rebaixamento do Corinthians à segunda divisão do campeonato brasileiro. Após um empate em 1x1 contra o Grêmio-RS, em Porto Alegre, o time acabou o nacional na 17ª posição e disputaria a série B pela primeira vez na sua, até então, quase centenária história. Porém, para demonstrar apoio ao time, a diretoria da época criou a campanha “Eu Nunca Vou Te Abandonar”. A inspiração do nome da foi em um canto da torcida. Na parte frontal da camisa, a frase-título da campanha e, nas costas, o resto da canção, “Porque eu te Amo. Eu Sou Corinthians”. Logo na primeira semana, 30 mil kits foram vendidos. (UOL, 2007)

2.5.4 – Corinthiano Roxo

Inspirado na expressão “Corinthiano Roxo”, o Corinthians lançou, em 2008, ano que disputou a segunda divisão do campeonato nacional, um uniforme roxo. Apesar de a recepção inicial ser cercada de algumas críticas, a camisa quebrou recorde de vendas na época de seu lançamento. Apenas na loja oficial do clube, foram vendidas mais de três mil unidades no primeiro final de semana, mesmo antes do time fazer a estreia com ela. Na ocasião, os jogadores entraram em campo com a camisa roxa, mas trocaram pela branca antes do início do jogo. Essa camisa marcou uma tradição que seria adotada a partir dali. Todos os anos, o Corinthians lança um terceiro uniforme, geralmente com cores diferentes do tradicional preto e branco. O Corinthians utilizou essa camisa quatro vezes, com 2 vitórias, um empate e uma derrota. (SÍMON, 2008; ALMANAQUE DO TIMÃO, 2023)

Figura 10: Terceira Camisa Roxa do Corinthians



Fonte: <https://globoesporte.globo.com/ESP/Home/foto/0,,12841992-EX,00.jpg>

2.5.5 – Fiel Torcedor

Durante o ano de 2008, o Corinthians lançou seu plano de sócio torcedor, intitulado Fiel Torcedor. A partir de um valor anual, o torcedor que se associasse ao clube teria descontos em produtos e em ingressos para os jogos. Ao longo do tempo, várias mudanças foram sendo implantadas, como a prioridade de compra dos ingressos (torcedores com mais pontos – adquiridos com a quantidade de ingressos comprados – teriam prioridade na compra dos ingressos dos jogos). O valor pago pelo sócio torcedor depende do plano escolhido. A última atualização do programa aconteceu em maio de 2023, com a criação de um plano que não inclui a venda de ingressos, para torcedores que moram em cidades longe de São Paulo e não vão aos jogos, além de atualização nos valores dos planos antigos. Os descontos são relativos aos planos e aos setores do estádio. (MEU TIMÃO, 2023; CORINTHIANS, 2023; CANHEDO, 2023)

2.5.6 – Sangue Corinthiano

Em setembro de 2008, idealizado por torcedores, teve a primeira edição da campanha Sangue Corinthiano, que incentivava a torcida para fazer doação de sangue. A primeira edição do projeto aconteceu na Fundação Pró-Sangue, no Hospital das

Clínicas, em São Paulo. A partir de 2014, a campanha de doação passou a ser feita na Neo Química Arena, com o apoio do Departamento de Responsabilidade Social e Cidadania do Corinthians. A 39ª edição da Sangue Corinthiano aconteceu nos dias 28 e 29 de abril, na Neo Química Arena, onde foram arrecadadas 793 Bolsas de Sangue e 52 Cadastro para o Banco de Medula Óssea. No total, a campanha já passou por 17 cidades e arrecadou mais de 110 mil bolsas de sangue. (SANGUE CORINTHIANO, 2023; CORINTHIANS, 2023)

2.5.7 – O Timão É A Sua Cara

Na reta final da série B de 2008, o Corinthians criou uma campanha que torcedores poderiam colocar suas fotos no uniforme do time. Chamada de “O Timão É A Sua Cara”, a ideia era que 4 mil espaços fossem vendidos, ao valor de R\$ 1 mil cada, o que renderia R\$ 4 milhões ao clube. Porém, apenas mil lugares foram vendidos. Cada espaço da camisa representava um jogador, sendo dez homenageados: Ronaldo, Neto, Zé Maria, Wladimir, Rincón, Biro-Biro, Rivellino, Basílio, Marcelinho Carioca e Tevez. A camisa foi usada na penúltima rodada do campeonato, no último jogo do Corinthians em casa na competição. O time paulista venceu o Avaí-SC por 3x2. (ESPN, 2008)

Figura 11: Camisa com Fotos de Torcedores – 2008



Fonte: <https://www.esm.com.br/assets/img/case-suacara/case-timao-08.jpg>

A campanha foi retomada outras duas vezes. Em 2009, em jogo contra o Flamengo, pelo campeonato brasileiro, foi usado o mesmo formato, mas com valor menor. Cada torcedor que quisesse colocar sua foto no uniforme, teve que pagar R\$ 800,00. A última vez que a campanha foi utilizada foi em 2012, durante a campanha do time no título da Copa Libertadores. Nessa campanha, as fotos preencheram os números das camisas. (THADEU, 2009; ESPN, 2012)

Figura 12: Camisa com Fotos de Torcedores – 2012



Fonte: <https://www.esm.com.br/assets/img/case-suacara/case-timao-03.jpg>

2.5.8 – Ronaldo Fenômeno

Poucos dias após o fim da série B de 2008, com o acesso à primeira divisão e o título conquistados, o Corinthians anunciou a contratação de Ronaldo Nazário, o Ronaldo Fenômeno. O jogador, principal destaque do pentacampeonato da seleção brasileira, em 2002, duas vezes eleito o Melhor Jogador do Mundo (1997 e 2002), com passagens de sucesso por clubes como PSV (Holanda), Real Madrid (Espanha), Barcelona (Espanha), Internazionale (Itália) e Milan (Itália), foi apresentado no Parque São Jorge no dia 12 de dezembro de 2008. Pelo clube, ele ganhou os títulos do campeonato paulista e Copa do Brasil de 2009, sendo protagonista em ambos. Para conseguir contratar Ronaldo, o Corinthians, que vivia uma realidade financeira ruim, já que acabava de disputar a segunda divisão nacional, usou o Marketing para convencer o jogador. O salário do jogador era de R\$ 400 mil mensais, o que, para a época, era um valor bem elevado. Porém, o time contou com um aumento de receita de patrocínios que chegaram ao Corinthians graças ao jogador. Como tinha uma comissão desses patrocínios, o Fenômeno ainda ganhou cerca de 9 milhões de reais em cotas das empresas. Ronaldo aposentou no Corinthians, após fracassar na Libertadores de 2011 (o time foi o primeiro brasileiro eliminado na fase prévia da competição continental, pelo modesto Tolima, da Colômbia). Segundo dados do Almanaque do Timão, Ronaldo

disputou 69 jogos pelo clube e marcou 35 gols. (SINATO E PRATES, 2008; CAMARGO, 2021; ALMANAQUE DO TIMÃO, 2023)

Figura 13: Ronaldo Fenômeno no Corinthians

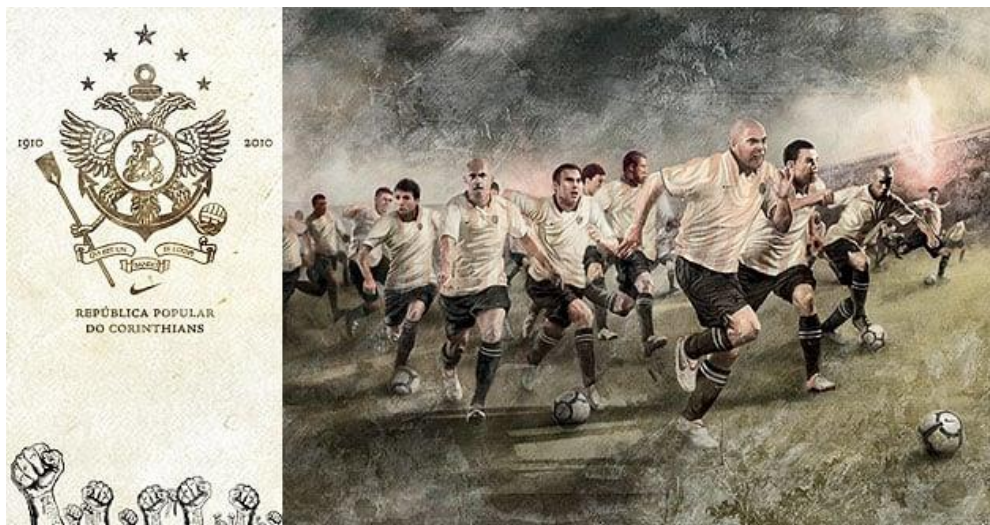


Fonte: <https://centraldotimao.com.br/wp-content/uploads/2020/06/agenciakorinthians-foto-10070-768x512.jpg>

2.5.9 – República Popular do Corinthians

No ano do centenário do clube, em 2010, o Corinthians lançou a campanha República Popular do Corinthians. Lançada no final de agosto, próximo ao aniversário do time, a ação destacava que a torcida do Corinthians era maior que a população de diversos países. A República Popular do Corinthians dava a possibilidade de os torcedores criarem diversos documentos, como Certidão de Nascimento, RG, passaporte, entre outros, além de ter sua própria moeda, Carta Magna e Embaixada. A campanha ganhou diversos prêmios, entre eles um Leão de Bronze, em Cannes, na categoria Mídia, Agency of The Year, no AdAge, da revista Advertising Age, que premia as melhores campanhas de todo o mundo, além de ser lembrada em outras premiações importantes da área, sendo dois Clio Awards e um Blue Wave. (MERIGO, 2010; MEU TIMÃO, 2011; CORINTHIANS, 2012)

Figura 14: República Popular do Corinthians



Fonte: <https://assets.b9.com.br/wp-content/uploads/2010/08/corin1.jpg>

2.5.10 – Chip do Timão

O Corinthians lançou, em março de 2011, o Chip do Timão, um chip de celular para torcedores do time. Quem adquirisse o produto, receberia notificações de gols, estatísticas, dados dos clássicos e lista de jogadores relacionados. Apesar de estar disponíveis para venda, diversos chips foram distribuídos gratuitamente. Com pacotes que variavam entre R\$ 0,10 por mensagem recebida e R\$ 3,00 por semana, o Chip do Timão não fez muito sucesso. Porém, em 2021, o produto foi relançado após passar por reformulações e com outro nome: Fala Timão. Com chip gratuito e planos que vão de R\$ 25,00 a R\$ 75,00 mensais, o serviço continua disponível atualmente. (EXAME, 2011;

2.5.11 – Camisa Grená

Em 2011, o Corinthians lançou como terceira camisa um modelo grená. O uniforme foi feito para relembrar uma homenagem feita pelo time ao Torino, da Itália. A equipe europeia sofreu, em 1949, um acidente aéreo quando voltava de Lisboa, em Portugal, após uma partida pela Uefa Champions League. Todo o elenco do time morreu no acidente. Em homenagem, o Corinthians entrou em campo contra a Portuguesa com um uniforme grená. No terceiro uniforme lançado em 2011 também havia uma imagem de São Jorge, padroeiro do Corinthians, estampada na parte frontal da camisa. Esse modelo foi eleito, em janeiro de 2012, a camisa mais bonita do mundo, pelo site inglês Subside Sports. A camisa grená do Corinthians recebeu 32% dos votos,

a frente do Borussia Dortmund, da Alemanha, em segundo, com 15%, e do River Plate, da Argentina, em terceiro, com 13%. A camisa foi usada cinco vezes, com 4 vitórias e 1 derrota. (GLOBO ESPORTE, 2011; VEJA, 2012; ALMANAQUE DO TIMÃO, 2023)

Figura 15: Camisa Grená Corinthians



Fonte:

https://thumbor.clickpb.com.br/XFr-wtSh_mbSfoAP4IVr_phW42Y=/876x585/top/smart/www.clickpb.com.br/media/filer_public/15/8d/158d5583-1f23-41ca-83db-417e5bfeed34/terceiro-uniforme-do-corinthians-e-grena-e-homenageia-o-torino.jpg

2.5.12 – Epidemia Corinthiana

Com o título da Libertadores em 2012, o Corinthians conquistou uma vaga para disputar o Mundial de Clubes da Fifa, que seria disputado no final daquele ano, no Japão, e que incluía todos os campeões continentais e o representante do país sede. Em busca de seu segundo título mundial, o Corinthians lançou a campanha Epidemia Corinthiana, em parceria com a Agência F/Nazca. A ideia da campanha era fortalecer a República Popular do Corinthians e internacionalizar a marca do clube. Um site, hoje desativado, foi criado para a divulgação da campanha. Imagens da “Locospirose” foram divulgadas em outdoors digitais em diversas partes do mundo, inclusive em Londres, cidade do Chelsea, adversário que seria derrotado pelo Corinthians na final daquela edição do Mundial. Alexandre Pato, contratado nos primeiros dias de 2013, foi anunciado com uma máscara da campanha. Em 2020, com a pandemia do Coronavírus, o Corinthians retomou a Locospirose, ressaltando a importância da máscara para a

prevenção da doença. (CORINTHIANS, 2012; LANCE, 2020)

Figura 16: Epidemia Corinthiana



Fonte: https://contenti1.espn.com.br/image/wide/622_e4b8a4f2-b205-32c7-aac3-17b33c06119b.jpg

2.5.13 – Zizao

Em fevereiro de 2012, o Corinthians anunciou a contratação do jogador Chen Zhi Zhao, que, para facilitar a pronúncia no Brasil, teve seu nome “adaptado” para Zizao. A ideia era que a contratação abrisse o mercado chinês e resultasse em possíveis parcerias de negócios. Sua apresentação foi com o número 200, em homenagem ao bicentenário da imigração chinesa para o Brasil. Mesmo sem entrar em campo, o jogador foi convocado duas vezes pela seleção da China. Apesar de ser anunciado em fevereiro, sua estreia só foi acontecer vários meses depois, em outubro, em derrota para o Cruzeiro-MG, na cidade de Varginha. Ao todo, entrou em campo pelo time apenas cinco vezes, com uma assistência e sem marcar gols. (GLOBO ESPORTE, 2012; ALMANAQUE DO TIMÃO, 2023)

2.5.14 – Corinthians x Corinthian-Casuals

No dia 24 de janeiro de 2015, em amistoso de pré-temporada, o Corinthians Paulista recebeu em sua Arena o time que inspirou seu nome, o inglês Corinthian-Casuals. O time da capital paulista ganhou o jogo por 3x0, dois gols de Luciano e um de Danilo. Mais de 25 mil pessoas compareceram ao estádio para assistir à partida. No fim

do jogo, Danilo e Jamie Byatt trocaram de uniforme e o ídolo brasileiro jogou pelo time londrino, enquanto o inglês atuou pelo irmão brasileiro. Esse jogo virou um documentário, *Brothers In Football* (Irmãos No Futebol – A História dos Dois Corinthians, no título em português), lançado em março de 2018. O filme narra a passagem do time inglês pelo Brasil, além de depoimentos de jogadores ingleses e brasileiros. Porém, esse não foi o único jogo entre os dois times. Em junho de 1988, em partida com duração mais curta (dois tempos de 25 minutos), Sócrates anotou o único gol do jogo. Faltando 15 minutos para o fim da partida, Sócrates vestiu a camisa do time inglês (fato que inspirou a troca de jogadores em 2015). Outros dois jogos aconteceram em 2001, mas sem contar com o time principal do Corinthians brasileiro. No dia 27 de maio, o sub-21 do Corinthians ganhou por 2x0, enquanto dois dias depois o time de veteranos do Corinthians goleou os veteranos da equipe inglesa por 9x0. (TODO PODEROSO TIMÃO, 2023; GLOBO ESPORTE, 2018; CORINTHIANS, 2020)

2.5.15 – Terrão

Em agosto de 2015, o Corinthians lançou um terceiro uniforme para homenagear as categorias de base do time, chamada de Terrão (pois, no Centro de Treinamentos da Base, onde hoje fica o atual estádio do Corinthians, havia apenas um campo de terra). O uniforme, na cor laranja, foi divulgado com jogadores da base do clube. A estreia foi no dia 02 de setembro de 2015, no jogo contra o Fluminense-RJ, em São Paulo. O Corinthians ganhou por 2x0 e, coincidentemente, o primeiro gol marcado com a nova camisa foi de um jogador da base, o volante Marciel (Ralf, também volante, marcou o segundo). Segundo o Almanaque do Timão, a equipe usou esse uniforme em apenas quatro jogos, com 2 vitórias, um empate e uma derrota. (GLOBO ESPORTE, 2015; ALMANAQUE DO TIMÃO, 2023)

Figura 17: Camisa Terraão



Fonte: <https://jpimg.com.br/uploads/2017/04/1553053578-garotos-da-base-corintiana-posam-com-camisa-que-homenageia-o-terrao.jpg>

2.5.16 – Respeita As Minas

Com o crescimento do futebol feminino do Corinthians, o clube lançou, no dia 07 de março de 2018, véspera do Dia Internacional da Mulher, a campanha Respeita As Minas, que alertava para o combate à violência e abuso sofrido por mulheres. Naquele ano, todo o departamento da equipe foi profissionalizado. O time feminino do Corinthians é uma das principais potências da categoria no Brasil e a campanha é utilizada até hoje. Em 2021, uma camisa roxa foi lançada como terceiro uniforme em homenagem ao time feminino. Um dos pontos polêmicos aconteceu em abril de 2023. Com resultados adversos e rendimento fraco, o Corinthians retirou Fernando Lázaro do cargo de técnico e contratou Cuca. O problema é que o treinador tem uma condenação por estupro a uma menina de 13 anos cometido na Suécia, em 1987. A condenação aconteceu dois anos depois, em 1989. Apesar de sempre negar o crime, as autoridades do país europeu afirmam que as informações divulgadas pela imprensa local sobre o processo, que está em sigilo, são verdadeiras. Essas informações mostram a participação do brasileiro no ato. No dia da estreia de Cuca no comando do time masculinos, todas as jogadoras e o treinador da equipe feminina postaram, em suas redes sociais, uma nota oficial criticando a escolha do técnico, embora sem citar seu nome. Uma semana após a contratação, com a pressão de parte da torcida, Cuca anunciou sua saída do comando técnico da equipe do Corinthians. (GASEL, 2020; CORINTHIANS, 2021; GLOBO

ESPORTE, 2023)

2.5.17 – Camisa Senna

Em 2018, um novo lançamento de terceiro uniforme foi de enorme sucesso. A camisa, em homenagem ao ex-piloto de Fórmula 1 Ayrton Senna da Silva (falecido em 1994, em acidente durante corrida na Itália), foi, segundo o clube, o recorde de vendas no dia de seu lançamento, com mais de 20 mil unidades apenas nas lojas oficiais (incluindo sites) do clube, sem contar as vendidas no site da Nike, parceira comercial do Corinthians. Todo o estoque foi esgotado na primeira semana. A camisa era preta, com listras em dourados, remetendo ao carro da Lotus, do primeiro título do tricampeão mundial. A tipografia também seguia o padrão usado pela Lotus na época. No total, eram 41 listras douradas, representando todas as vitórias do brasileiro na categoria. Na parte interior da gola, aparecia a inscrição “Senna Eterno”. Finalmente, no lugar do patrocinador máster, no peito da camisa, havia a assinatura do piloto. Essa camisa também foi listada entre as mais bonitas do mundo. Em dezembro do mesmo ano, o site Footy Headlines, especialista em uniformes, colocou o uniforme do Corinthians em segundo lugar na lista, atrás apenas da camisa do Nigéria. Porém, apesar do sucesso, a camisa pode ser vendida apenas no Brasil, devido a problemas comerciais com os detentores da marca Ayrton Senna. Um novo acordo foi tentado, mas, por regras de licenciamento da marca do ex-piloto no exterior não se chegou a um acordo. (GLOBO ESPORTE, 2018; PERRONE, 2018; PLACAR, 2018)

Figura 18: Camisa Senna



Fonte: https://static.netshoes.com.br/produtos/camisa-corinthians-iii-2018-sn-torcedor-nike-masculina/20/HZM-0183-120/HZM-0183-120_zoom1.jpg?ts=1675195856&ims=544x

2.5.18 – Corinthianismo/DNA Corinthiano

Uma das campanhas que mais gerou polêmica foi lançada em 2019. O DNA Corinthiano, ou Corinthianismo, transformou o clube em uma religião. Em parceria com a agência F/Nazca Saatchi & Saatchi, a campanha enaltecia a relação sobrenatural e religiosa do torcedor com o clube. Uma das justificativas foi o crescimento da torcida nos quase 23 anos sem título. A campanha destacava o espírito sofredor do Corinthians. O Corinthianismo trazia Dez Mandamentos, santinhos entregues para a torcida e terço próprio, além de um documentário que renovava a fé do torcedor. (CORINTHIANS, 2019)

2.5.19 – Meu Corinthians BMG

Em janeiro de 2019, o Corinthians anunciou o patrocínio do Banco BMG para o espaço máster do uniforme, no peito. Porém, parceria ia além do patrocínio. Após alguns meses de ajustes, foi lançado o Meu Corinthians BMG, uma linha de serviços bancários, como conta digital e cartões de crédito e débito exclusivas para corinthianos. Os torcedores que possuem essas contas, concorrem a sorteios de camisas e produtos oficiais do clube, ingressos de jogos em camarote na Neo Química Arena, entre outros benefícios. As contas do Meu Corinthians BMG não têm tarifas, os cartões são sem anuidade, transferências sem taxas e cashback. Atualmente existem três tipos de conta: Tu És Orgulho, grátis e com cashback de 0,20% no crédito e 0,10% no débito; Glórias Mil, custando R\$ 19,90 mensais, tendo cashback de 0,60% no crédito e 0,15% no débito e primeira mensalidade grátis; e Campeão dos Campeões, custando R\$ 39,90, cashback de 0,80% no crédito e 0,30% no débito e primeira mensalidade grátis. No acordo firmado entre Corinthians e BMG, foi definido que o clube receberia um bônus a cada 100 mil contas abertas. Os dados mais recentes divulgados foram de dezembro de 2021, onde 300 mil contas tinham sido abertas. (BANCO BMG, 2023; GLOBO ESPORTE, 2019; MEU TIMÃO, 2020)

2.5.20 – Fan Token

O Corinthians lançou, em setembro de 2021, em parceria com a Cripto.com, seus Fan Tokens, o \$SCCP. A oferta inicial do criptoativo era de US\$ 2 (cerca de R\$ 10,00, na conversão da época). Em apenas duas horas, todas as 850 mil unidades foram vendidas, o que gerou mais de R\$ 8,7 milhões, sendo que metade foi para o clube. Por ter valor rotativo, variando de acordo com a demanda e a oferta, o \$SCCP chegou a registrar o valor de R\$ 837,91, em 28 de novembro de 2021. Atualmente existem 2.737.862 tokens sendo ofertados e o valor é de R\$ 1,66, equivalente a US\$ 0,33 (dados de 04 de junho de 2023). (CORINTHIANS, 2021; GREGORIO, 2021; COIN BASE, 2023)

2.5.21 – Universo SCCP

Em abril de 2022, o Corinthians lançou uma plataforma para unificar todos os conteúdos produzidos pelo clube. O aplicativo possui conteúdos exclusivos, quizzes, transmissões de jogos da base e do feminino, pesquisas, entre outros. A plataforma foi lançada em parceria com a OneFan, uma sportstech voltada a fazer ligação entre

torcedores e clubes. Gratuito, o Universo SCCP está disponível para sistemas operacionais Androis e iOS. Com mais de 100 mil downloads, o app tem avaliação de 4,8 estrelas (de 5) na loja de aplicativos da Google, a Google Play Store. (CORINTHIANS, 2022)

2.5.22 – Camisa Ano Dourado

Em setembro de 2022, o Corinthians lançou seu terceiro uniforme para a temporada. Celebrando dez anos da conquista de seu segundo Mundial de Clubes da Fifa, no Japão, a camisa tem cor creme e vários caracteres em japonês, além de uma bandeira do país asiático na parte de dentro da gola. O uniforme foi inspirado no Ano Dourado de 2012. Os caracteres em Shodô, arte japonesa de caligrafia, representavam “Aqui É Corinthians”. (CORINTHIANS, 2022; TOTH E BRAGA, 2022)

Figura 19: Camisa Ano Dourado

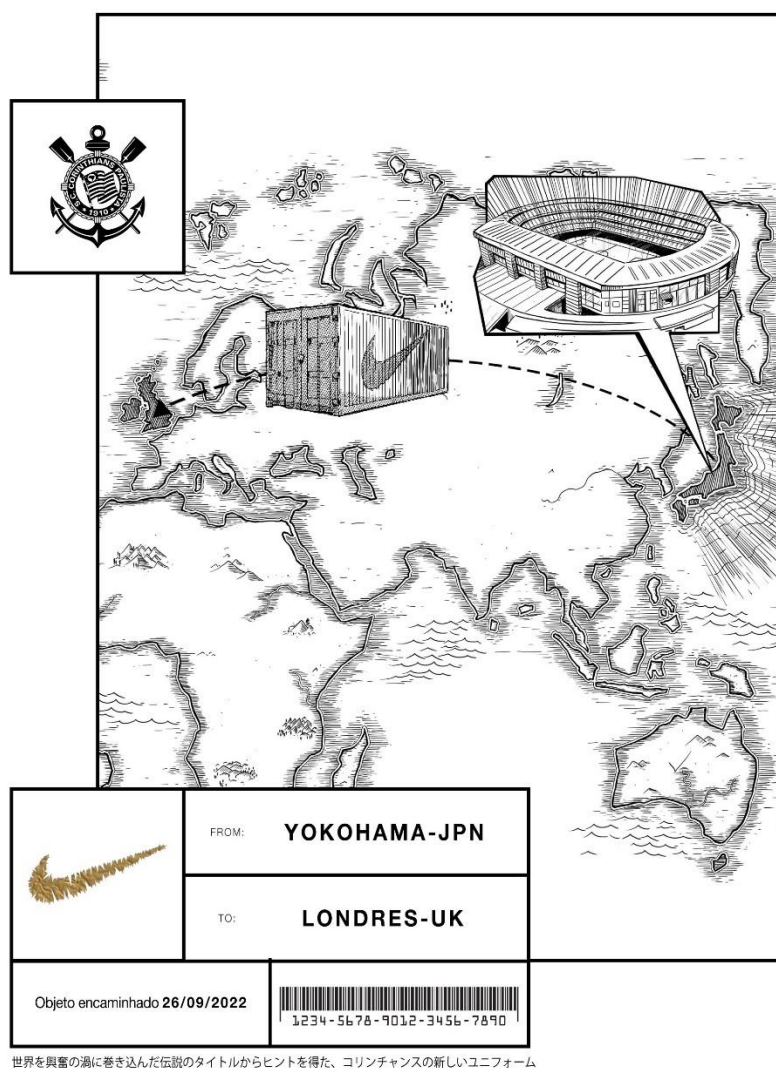


Fonte:

<https://static.corinthians.com.br/uploads/16650612293147da8ab4a0437c15ef51a5cc7f2dc4.jpg>

Durante a campanha de divulgação do novo uniforme, um mapa, traçando a “rota” do time na campanha do título mundial foi utilizado. A “carga” saiu do Japão, passou por Londres, local do Chelsea, adversário da final do torneio. Depois, passou pelo Egito, sede do Al-Ahly, eliminado nas semifinais. Por fim, chegando ao Brasil, destino final. Um contêiner foi usado para a apresentação das camisas e ele ficou disponível para visitação na Neo Química Arena no dia da estreia do uniforme, contra o Athletico-PR, no dia 08 de outubro, pelo campeonato brasileiro. (CORINTHIANS, 2022)

Figura 20: Mapa do trajeto do uniforme



Fonte: <https://pbs.twimg.com/media/FdltYd6WYAIu32e?format=jpg&name=4096x4096>

2.5.23 – Outros Esportes

O Corinthians, ao longo dos anos, fez parcerias de divulgação em diversos esportes. A primeira tentativa foi na Fórmula Superliga, uma competição automobilística com carros representando clubes de futebol do mundo. Com a participação de times como Milan, Porto e Borussia Dortmund, a categoria teve poucas edições, começando em 2008 e sendo encerrada em 2011. Antonio Pizzonia foi o piloto do Corinthians na modalidade. (BERTO, 2008)

Figura 21: Carro do Corinthians na Fórmula Superliga



Fonte: <https://i.pinimg.com/originals/42/28/48/4228484e2c8279b9c4899ed736d7ddca.jpg>

Em seguida, foi feita uma parceria com o lutador do UFC Anderson Silva. O acordo de patrocínio foi assinado em 2011 e o lutador, além de remuneração mensal, exibia o escudo do time em seu calção de luta. No ano seguinte, outro atleta do UFC assinou contrato com o Corinthians: Junior Cigano. Os contratos duraram até 2015. Em 2018, uma nova parceria com Anderson Silva foi feita, mas para a abertura de uma academia do lutador na Neo Química Arena, a Spider Fit, que durou dois anos e, após o fim do contrato, uma nova rede de academias passou a assumir as instalações o local. Em 2021, uma nova parceria com um lutador do UFC, mas em outro formato. O então campeão do peso leve da modalidade, Charles do Bronx, se tornou embaixador do Corinthians nos esportes de luta. O lutador participou de treinamentos, clínicas e divulgação de lutas, orientação técnica e construção de oportunidades de negócios. (CANÔNICO, 2012; CORINTHIANS, 2018; ESPN, 2021)

Em 2012, aconteceu uma parceria com o surfista Adriano de Souza, o Mineirinho. Ele passou a treinar no Centro de Treinamentos da equipe e teve a disposição toda a equipe de preparação física do Corinthians. Mineirinho foi campeão mundial da WSL (World Surf League – Liga Mundial de Surfe, em tradução livre) em 2015. Uma outra parceria com atleta de esportes radicais foi feita em 2013. O skatista

Rony Gomes assinou um contrato de dois anos com o Corinthians, até 2015. Em seu primeiro ano, o atleta ganhou os títulos Mundial e Brasileiro de skate vertical. (TERRA, 2012; CORINTHIANS, 2014)

Por fim, o Corinthians entrou no mercado de eSports, os jogos eletrônicos. EM 2017, o clube firmou uma parceria com a Red Canids, equipe que disputa competições como League of Legends, Valorant e Counter-Strike: Global Offensive. Após dois anos de parceria, o Corinthians criou sua própria equipe de eSports, em conjunto com a Immortals Gaming. Atualmente o Corinthians conta com seu próprio departamento de eSports e disputa competições como Free Fire e PES (Pro Evolution Soccer). (ESPN, 2017; CORINTHIANS, 2019)

Além dessas parcerias, o Corinthians também conta com equipes em outras modalidades próprias, como asa delta, basquete, beach soccer, bocha, boxe, footgolf, futebol americano, futebol society, futsal, handebol, MMA, natação, Rallye, remo, skate, surfe, vôlei e xadrez. (CORINTHIANS, 2023)

2.5.24 – Negócios

O Corinthians tem uma variedade de negócios ofertados diretamente pelo clube. A principal delas é a Poderoso Timão, a rede de lojas físicas do clube. Feito através de franquias, a rede conta com 30 lojas espalhadas por todo o estado de São Paulo e em Brasília. São 20 lojas na capital paulista, nove no interior e uma em Brasília. O Corinthians também tem um site próprio para vendas de seus produtos, que vão de roupas até linha pet, a Shop Timão. O clube também lançou uma rede de fast-foods, a Loucos Por Ti, que funciona como franquias. Com cardápio variado, a rede tem duas lojas, em São José do Rio Preto e em Tatuapé, na capital. Já a Invasão Corinthiana é uma agência de turismo e eventos do clube. A agência oferece jogos exclusivos com ídolos do Corinthians e viagens para jogos, seja em casa ou fora. Por fim, a Expresso Corinthians é um transporte disponível para dias de jogos do time em casa. Partindo de três pontos da capital paulista, Market Place Eldorado, Center Norte Boulevard Tatuapé e Shopping Tamboré, oferece viagens de ida e volta para os jogos. (CORINTHIANS, 2023)

2.5.25 – Redes Sociais

O Corinthians usa suas redes sociais para divulgação de imagens, notícias,

notas oficiais, agenda de jogos, lista de relacionados, escalações, vendas de ingresso, entre outros. O clube tem, no total, quase 32 milhões de seguidores, sendo 10,9 milhões no Facebook, 9,7 milhões no Instagram, 7,7 milhões no Twitter e 3,4 milhões no Tik Tok. (FACEBOOK, 2023; INSTAGRAM, 2023; TWITTER, 2023; TIK TOK, 2023)

2.6 – Análise Financeira

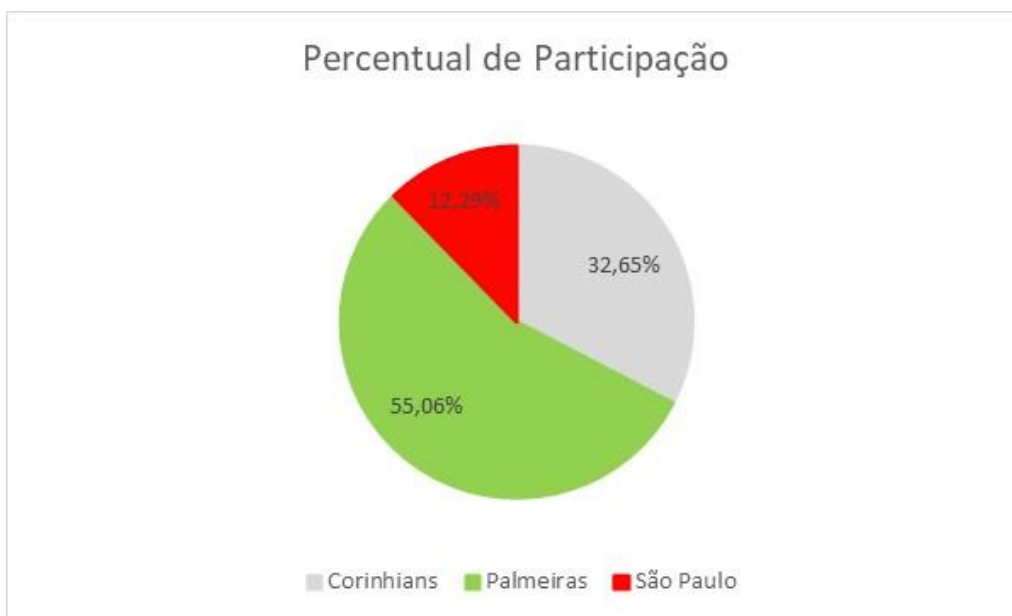
As equipes brasileiras não diferenciam, em seus balanços, os ganhos com Marketing e patrocínio. Assim, a comparação é feita com o montante total de faturamento da área. O Corinthians vem aumentando suas receitas em Marketing e patrocínio ao longo dos anos. Comparando com os outros dois times grandes da capital paulista, Palmeiras e São Paulo, o Corinthians se mantém como o segundo time que mais ganha nessa área no estado. O Palmeiras, com modelo diferente de patrocínio, é o time que mais tem rendimentos. No caso da equipe alviverde, o patrocínio, das empresas Crefisa e Faculdade das Américas, de mesmo dono, é, também, uma parceria que auxilia em contratações e fornece empréstimos para o time. No total somado dos últimos cinco anos, o Palmeiras faturou R\$ 662.914,00 em Marketing/Patrocínios, o Corinthians, R\$ 393.070,00, e o São Paulo, R\$ 147.923,00.

Gráfico 01: Gráfico Comparação Marketing/Patrocínio Clubes Paulistas



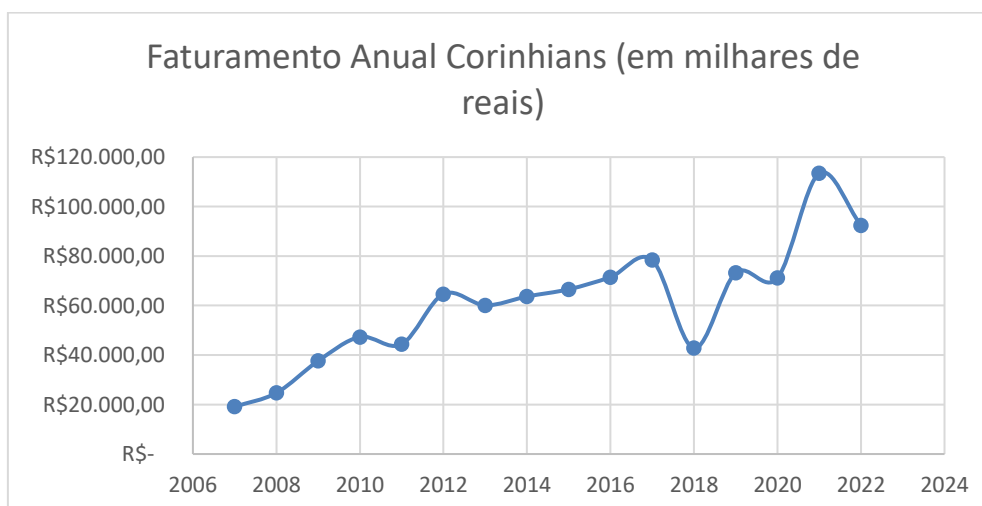
Fazendo um comparativo da participação de cada clube no montante arrecadado entre as equipes no período de 2018 a 2022, temos o seguinte gráfico:

Gráfico 02: Percentual de participação de cada equipe no Marketing arrecadado somados



Já com relação ao faturamento anual do Corinthians desde 2007 (dados disponíveis em seu site oficial), o clube apresenta um crescimento constante, com exceção de pequenos períodos pontuais de queda, como em 2011, 2018, 2020 e 2022. Nesse intervalo de tempo, o clube subiu de 19 milhões de reais para 92,5 milhões em 2022. A queda mais acentuada aconteceu em 2018, quando o faturamento foi de 78,3 milhões de reais, em 2017, para 42,8 milhões de reais. Em 2020, apesar da pandemia da Covid-19 e a paralisação dos campeonatos, os patrocínios foram pausados temporariamente e pagos integralmente, com o ressarcimento dos valores não repassados, na volta dos jogos.

Gráfico 03: Faturamento anual Marketing/Patrocínio Corinthians



3. Referências

MILLIET FILHO, Raul. **Por que o futebol é o esporte mais popular do mundo?** Disponível em <<https://ludopedio.org.br/arquibancada/por-que-o-futebol-e-o-esporte-mais-popular-do-mundo/>>. Acesso em: 10 set. 2022.

SPORT CLUB CORINTHIANS PAULISTA. Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/>>. Acessado em: 17 set. 2022.

TUDO PODEROSO TIMÃO. Disponível em <<https://todopoderosotimao.com/>>. Acessado em: 23 set. 2022.

SPORT CLUB CORINTHIANS PAULISTA. Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/clube/historia/>>. Acessado em: 07 fev. 2023.

SIMPLÍCIO, Raísa; MOURA, Raul; FERNANDES, Thiago. **Ranking de sócio-torcedor no Brasil atualizado: veja os times que lideram.** Disponível em: <<https://www.goal.com/br/listas/ranking-de-socio-torcedor-no-brasil-atualizado-veja-os-times-que-lideram/1tflnlhexm1041gk6goka8lo8n#csbe7783a04e5d353c>>. Acessado em: 07 fev. 2023.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de Marketing.** São Paulo, Pearson Education, 2014.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing.** 15ª Edição, São Paulo, Pearson Education, 2019.

CASA DA MOEDA DO BRASIL. Disponível em: <[https://www.casamoceda.gov.br/portal/socioambiental/cultural/origem-do-dinheiro.html#:~:text=As%20primeiras%20moedas%2C%20tal%20como,martelo\)%2C%20em%20primitivos%20cunhos.](https://www.casamoceda.gov.br/portal/socioambiental/cultural/origem-do-dinheiro.html#:~:text=As%20primeiras%20moedas%2C%20tal%20como,martelo)%2C%20em%20primitivos%20cunhos.)> Acessado em: 08 mai. 2023.

HATZIDAKIS, Georgios Stylianos; BARROS, José Arthur Fernandes. **Gestão, Compliance E Marketing No Esporte.** São Paulo, CREF4/SP, 2019.

COMO FUNCIONA O CONTRATO DE UNIFORMES DA NBA E NFL? Disponível em: <<https://www.showdecamisas.com.br/2018/06/como-funciona-o-contrato-de-uniformes.html>> Acessado em: 09 mai. 2023.

COMO FUNCIONA O MERCADO DE FORNECIMENTO DE UNIFORMES E MATERIAIS ESPORTIVOS NO BRASILEIRÃO? Disponível em: <<https://www.terra.com.br/esportes/futebol/como-funciona-o-mercado-de-fornecimento-de-uniformes-e-materiais-esportivos-no-brasileirao,a44a17bc8ad5af0e6d0d689a3d8a7361tqcj3n0i.html>> Acessado em: 09 mai. 2023.

NBA LIBERA PATROCÍNIO NAS CAMISAS DAS EQUIPES. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/basquete/ultimas-noticias/2016/04/15/nba-libera-patrocinio-nas-camisas-das-equipes.htm>> Acessado em: 09 mai. 2023.

OS 10 MAIORES CONTRATOS DE PATROCÍNIO DO FUTEBOL MUNDIAL. Disponível em: < <https://www.90min.com/pt-BR/posts/os-10-maiores-contratos-de-patrocinio-do-futebol-mundial> > Acessado em: 09 mai. 2023.

TOP-10 MAIORES PATROCINADORES MÁSTER DO BRASIL. Disponível em: <<https://www.futebolinterior.com.br/maiores-patrocinios-master-brasil/>> Acessado em: 09 mai. 2023.

CLUBES DA PREMIER LEAGUE APROVAM RETIRADA DE PATROCÍNIOS DE CASAS DE APOSTAS DA FRENTE DAS CAMISAS. Disponível em: <<https://ge.globo.com/futebol/futebol-internacional/futebol-ingles/noticia/2023/04/13/clubes-da-premier-league-concordam-em-retirar-patrocinio-de-casas-de-apostas-da-frente-da-camisa.ghml>> Acessado em: 09 mai. 2023.

HISTÓRIA DO FUTEBOL. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/educacao-fisica/historia-do-futebol.htm>> Acessado em: 10 mai. 2023.

OS 10 CLUBES DE FUTEBOL MAIS ANTIGOS DO MUNDO. Disponível em: < <https://www.90min.com/pt-BR/posts/os-10-clubes-de-futebol-mais-antigos-do-mundo> > Acessado em: 10 mai. 2023.

FIFA. Disponível em: <<https://museudofutebol.org.br/crfb/instituicoes/497205/>> Acessado em: 10 mai. 2023.

MEMBER ASSOCIATIONS. Disponível em: <<https://www.fifa.com/about-fifa/associations>> Acessado em: 10 mai. 2023.

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL. Disponível em: <<https://www.cob.org.br/pt/cob/confederacoes/cbf/>> Acessado em: 10 mai. 2023.

SPORT CLUB CORINTHIANS PAULISTA. Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/clube/historia>> Acessado em: 15 mai. 2023.

A HISTÓRIA DOS ESTÁDIOS CORINTHIANOS. Disponível em: <https://www.meutimao.com.br/historia-do-corinthians/fatos-marcantes/a_historia_dos_estadios_corinthians> Acessado em: 16 mai. 2023.

NEO QUÍMICA ARENA. Disponível em: <<https://www.neoquimicaarena.com.br/>> Acessado em: 16 mai. 2023.

ÍDOLOS DO CORINTHIANS. Disponível em: <<https://www.meutimao.com.br/idolos-do-corinthians/>> Acessado em: 17 mai. 2023.

CLUBE – IDENTIDADE. Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/clube/identidade>> Acessado em: 19 mai. 2023.

OS PATROCINADORES DO CORINTHIANS. Disponível em: <https://www.meutimao.com.br/historia-do-corinthians/fatos-marcantes/os_patrocinadores_do_corinthians> Acessado em: 22 mai. 2023.

Patrocinadores – Futebol Profissional. Disponível em:

<<https://www.corinthians.com.br/clube/transparencia/patrocinadores>> Acessado em: 22 mai. 2023.

Democracia Corinthiana: entenda o que foi e como se organizou o movimento contra a ditadura. Disponível em:

<<https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/ultimas-noticias-corinthians-democracia-corinthiana-movimento-contraditadura.ghml>> Acessado em: 22 mai. 2023.

SALGADO, Diego; FRANCESCHINI, Gustavo. **Em 1982, o dia 15 levou brasileiros às urnas com a ajuda do Corinthians.** Disponível em: <

<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2015/03/15/em-1982-o-dia-15-levou-brasileiros-as-urnas-com-a-ajuda-do-corinthians.htm#:~:text=O%20evento%20em%20quest%C3%A3o%20ocorreu,Vote%20na%20camisa%20do%20time.>> Acessado em: 22 mai. 2023.

Diretoria do Corinthians lança projeto "Eu nunca vou te abandonar". Disponível em:

<<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas/2007/12/11/ult59u139782.jhtm>> Acessado em: 23 mai. 2023.

SINATO, Alexandre. **Lula pede kit do Corinthians, que já vendeu 30 mil unidades.** Disponível em:

<<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas/2007/12/20/ult59u140646.jhtm>> Acessado em: 23 mai. 2023.

GONZALEZ, Zé. **Camisa nova para os corintianos roxos.** Disponível em:

<<https://globoesporte.globo.com/ESP/Noticia/Futebol/Corinthians/0,,MUL280232-4402,00.html>> Acessado em: 23 mai. 2023.

SÍMON, Luís Augusto. **Camisa roxa do Corinthians bate recorde de vendas.**

Disponível em:

<<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas/2008/04/02/ult59u151875.jhtm>> Acessado em: 23 mai. 2023.

SANDRE, Leonardo. **'Timão', 'Bando de Loucos': veja a origem dos apelidos do Corinthians.** Disponível em: <<https://www.gazetasp.com.br/esportes/timao-bando-de-loucos-veja-a-origem-dos-apelidos-do-corinthians/1112536/>> Acessado em: 23 mai. 2023.

SINATO, Alexandre; PRATES, Renan. **Ronaldo fecha acordo com Corinthians por um ano.** Disponível em:

<<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas/2008/12/09/ult59u180590.jhtm>> Acessado em: 23 mai. 2023.

CAMARGO, Matheus. **Qual era o salário de Ronaldo Fenômeno no Corinthians?**

Disponível em: <<https://www.torcedores.com/noticias/2021/09/qual-era-o-salario-de-ronaldo-fenomeno-no-corinthians>> Acessado em: 23 mai. 2023.

MERIGO, Carlos. **República Popular do Corinthians**. Disponível em: <<https://www.b9.com.br/15731/republica-popular-do-corinthians/>> Acessado em: 23 mai. 2023.

REPÚBLICA POPULAR DO CORINTHIANS GANHA PRÊMIO EM CANNES. Disponível em: <https://www.meutimao.com.br/noticias-do-corinthians/53321/republica_popular_do_corinthians_ganha_premio_em_cannes> Acessado em: 23 mai. 2023.

República Popular do Corinthians ganha mais um prêmio internacional. Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/noticias/republica-popular-do-corinthians-ganha-mais-um-premio-internacional>> Acessado em: 23 mai. 2023.

Em parceria com F/Nazca, Corinthians lança campanha “Epidemia Corinthiana”. Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/noticias/em-parceria-com-fnazca-corinthians-lanca-campanha-epidemia-corinthiana>> Acessado em: 23 mai. 2023.

Corinthians retoma 'Locospirose' para informar sobre o coronavírus. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/esportes/lance/corinthians-retoma-locospirose-para-informar-sobre-o-coronavirus,68c0b2d69bc9727e490f9dd6cec8bf77ufdqvm06.html>> Acessado em: 23 mai. 2023.

Corinthians lança chip de celular para torcedores. Disponível em: <<https://exame.com/tecnologia/corinthians-lanca-chip-celular-torcedores-560814/>> Acessado em: 23 mai. 2023.

FIEL TORCEDOR. Disponível em: <<https://www.meutimao.com.br/fiel-torcedor>> Acessado em: 23 mai. 2023.

Conheça a nova forma de viver o Corinthians: FIEL. Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/noticias/conheca-a-nova-forma-de-viver-o-corinthians-fiel>> Acessado em: 23 mai. 2023.

CANHEDO, Ana. **Corinthians lança Fiel Torcedor repaginado nesta terça-feira; veja detalhes e novos preços**. Disponível em: <<https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2023/05/15/corinthians-lanca-fiel-torcedor-repaginado-nesta-terca-feira-veja-detalhes-e-novos-precos.ghtml>> Acessado em: 23 mai. 2023.

'Zizao' chega ao Corinthians e será apresentado nesta semana. Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2012/02/zizao-chega-ao-corinthians-e-sera-apresentado-nesta-semana.html>> Acessado em: 25 mai. 2023.

CORINTHIANS 3 X 0 CORINTHIAN-CASUALS - AMISTOSOS 2015. Disponível em: <https://www.meutimao.com.br/jogo/498/amistosos_2015/corinthians-3-x-0-corinthian-casuals> Acessado em: 25 mai. 2023.

REBELLO, Helena. **Corinthian-Casuals lança documentário sobre amistoso contra**

o Corinthians em 2015. Disponível em:

<<https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/corinthian-casuals-lanca-documentario-sobre-amistoso-contr-o-corinthians-em-2015.ghml>> Acessado em: 25 mai. 2023.

Corinthiosidades – Os jogos contra o Corinthians inglês. Disponível em:

<https://todopoderosotimao.com.br/p_curiosi/jogos_casuals.php> Acessado em: 25 mai. 2023.

Encontro entre os dois Corinthians chega ao streaming. Disponível

em: <<https://www.corinthians.com.br/noticias/encontro-entre-os-dois-corinthians-chega-ao-streaming>> Acessado em: 25 mai. 2023.

BRAGA, Marcelo. **Corinthians inova no uniforme e terá camisa laranja; veja as fotos.** Disponível em:

<<https://globoesporte.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2015/08/corinthians-inova-no-uniforme-e-tera-camisa-laranja-veja-fotos.html>> Acessado em: 25 mai. 2023.

BRAGA, Marcelo. **Malcom "vive" terrão em campanha da terceira camisa do Corinthians.** Disponível em:

<https://globoesporte.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2015/08/malcom-volta-ao-terrao-em-campanha-da-terceira-camisa-laranja-do-timao.html?_ga=2.175714346.947613386.1683503551-59ad8471-14fd-cd82-0a38-c6a04adbf134> Acessado em: 25 mai. 2023.

Jogadores e 'celebridades' aderem à campanha de marketing do Corinthians. Disponível em: <http://www.espn.com.br/noticia/10134_jogadores-e-celebridades-aderem-a-campanha-de-marketing-do-corinthians> Acessado em: 25 mai. 2023.

THADEU, Bruno. **Corinthians anuncia nova versão de camisas com fotos de torcedores.** Disponível em:

<<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/campeonatos/brasileiro/serie-a/ultimas-noticias/2009/09/29/ult5895u10684.jhtm>> Acessado em: 25 mai. 2023.

Camisa do Corinthians na Libertadores terá foto de torcedores. Disponível em:

<http://www.espn.com.br/noticia/238724_ESPN> Acessado em: 25 mai. 2023.

Terceiro uniforme do Corinthians é grená e homenageia o Torino. Disponível em:

<<https://globoesporte.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2011/05/terceiro-uniforme-do-corinthians-e-grena-e-homenageia-o-torino.html>> Acessado em: 25 mai. 2023.

Camisa do Corinthians é eleita a mais bonita do mundo. Disponível em:

<<https://veja.abril.com.br/esporte/camisa-do-corinthians-e-eleita-a-mais-bonita-do-mundo>> Acessado em: 25 mai. 2023.

Corinthians inicia venda da terceira camisa em homenagem a Senna; veja fotos.

Disponível em: <<https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/corinthians-inicia-venda-da-terceira-camisa-em-homenagem-a-senna-veja-fotos.ghml>> Acessado

em: 02 jun. 2023.

PERRONE, Ricardo. **Corinthians fala em 'melhor início de vendas do clube' com camisa de Senna**. Disponível em: <<https://blogdoperrone.blogosfera.uol.com.br/2018/10/camisa-com-senna-tem-melhor-inicio-de-venda-da-historia-corintiana/>> Acessado em: 02 jun. 2023.

CASTRO, Luiz Felipe. **Sucesso absoluto, camisa gera conflito entre Corinthians e Instituto Senna**. Disponível em: <<https://placar.abril.com.br/placar/sucesso-absoluto-camisa-gera-conflito-entre-corinthians-e-instituto-senna>> Acessado em: 02 jun. 2023.

Camisa do Corinthians é eleita a 2ª mais bonita do mundo por site; Palmeiras está entre as mais feias. Disponível em: <<https://ge.globo.com/sp/futebol/noticia/camisa-do-corinthians-e-eleita-a-2a-mais-bonita-do-mundo-por-site-palmeiras-esta-entre-as-mais-feias.ghtml>> Acessado em: 02 jun. 2023.

Timão lança campanha que resgata valores da Fiel: corinthiano, maloqueiro e sofredor; graças a Deus!. Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/noticias/timao-lanca-campanha-que-resgata-valores-da-fiel-corinthiano-maloqueiro-e-sofredor-gracas-a-deus>> Acessado em: 02 jun. 2023.

GASEL, Fernanda. **#RespeitaAsMinas – A história de sucesso da equipe feminina do Corinthians**. Disponível em: <<https://futasminas.com.br/respeitaasminas/>> Acessado em: 02 jun. 2023.

Respeita as minas: Nike e Corinthians lançam camisa roxa inspirada nas mulheres que nunca param de acreditar. Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/noticias/respeita-as-minas-nike-e-corinthians-lancam-camisa-roxa-inspirada-nas-mulheres-que-nunca-param-de-acreditar>> Acessado em: 02 jun. 2023.

CANHEDO, Ana; CASSUCCI, Bruno; ALENCAR, Edgar; BRAGA, Marcelo. **Corinthians contrata técnico Cuca para substituir Fernando Lázaro**. Disponível em: <<https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2023/04/20/corinthians-contrata-tecnico-cuca-para-substituir-fernando-lazaro.ghtml>> Acessado em: 02 jun. 2023.

Caso Cuca: entenda condenação do técnico por ato sexual com menor e coação na Suíça. Disponível em: <<https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2023/04/20/caso-cuca-entenda-a-condenacao-do-tecnico-por-estupro-na-suica.ghtml>> Acessado em: 02 jun. 2023.

Jogadoras do Corinthians emitem nota sobre Cuca: "Respeita as Minas não é uma frase qualquer". Disponível em: <<https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2023/04/23/jogadoras-do-corinthians-emitem-nota-sobre-cuca-respeita-as-minas-nao-e-uma-frase-qualquer.ghtml>> Acessado em: 02 jun. 2023.

Sangue Corinthiano. Disponível em: <<https://www.sanguecorinthiano.com.br/a->

campanha> Acessado em: 04 jun. 2023.

Sangue Corinthiano chega ao 12º ano e mais de 60 mil bolsas arrecadadas. Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/noticias/sangue-corinthiano-chega-ao-12-ano-e-mais-de-60-mil-bolsas-arrecadadas>> Acessado em: 04 jun. 2023.

Sangue Corinthiano realiza primeira edição em 2023. Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/noticias/sangue-corinthiano-realiza-primeira-edicao-em-2023>> Acessado em: 04 jun. 2023.

39º EDIÇÃO – CAMPANHA SANGUE CORINTHIANO – 28 E 29 DE ABRIL 2023. Disponível em: <<https://www.sanguecorinthiano.com.br/portfolio/neo-quimica-arena/1183524-39-edicao-campanha-sangue-corinthiano-28-e-29-de-abril-2023>> Acessado em: 04 jun. 2023.

Meu Corinthians BMG. Disponível em: <<https://www.bancobmg.com.br/corinthians/>> Acessado em: 04 jun. 2023.

CORINTHIANS E BMG LANÇAM CAMPANHA SOCIAL E CONFIRMAM BÔNUS AO CLUBE A CADA 100 MIL CONTAS ABERTAS. Disponível em: <<https://www.meutimao.com.br/noticias-do-corinthians/344735/corinthians-e-bmg-lancam-campanha-social-e-confirmam-bonus-ao-clube-a-cada-100-mil-contas-abertas>> Acessado em: 04 jun. 2023.

Banco BMG é o novo patrocinador máster do Corinthians; contrato é de dois anos. Disponível em: <<https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/banco-bmg-e-o-novo-patrocinador-master-do-corinthians-veja-detalhes.ghtml>> Acessado em: 04 jun. 2023.

CORINTHIANS BMG FECHA ANO COM MAIS DE 300 MIL CONTAS ABERTAS; CLUBE COMEMORA. Disponível em: <<https://www.meutimao.com.br/noticias-do-corinthians/401264/corinthians-bmg-fecha-ano-com-mais-de-300-mil-contas-abertas-clube-comemora>> Acessado em: 04 jun. 2023.

Corinthians lança oferta inicial do fan token \$SCCP no app da Socios.com. Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/noticias/corinthians-lanca-oferta-inicial-do-fan-token-sccp-no-app-da-socioscom>> Acessado em: 04 jun. 2023.

Mercado Bitcoin negociará fan token do Corinthians no Brasil a partir de 9 de setembro. Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/noticias/mercado-bitcoin-negociara-fan-token-do-corinthians-no-brasil-a-partir-de-9-de-setembro>> Acessado em: 04 jun. 2023.

GREGORIO, Rafael. **Torcida esgota ‘fan tokens’ do Corinthians em 2 horas e gera mais de R\$ 4 mi ao clube.** Disponível em: <<https://valorinveste.globo.com/mercados/cripto/noticia/2021/09/02/torcida-esgota-fan-tokens-do-corinthians-em-2-horas-e-gera-mais-de-r-4-mi-ao-clube.ghtml>> Acessado em: 04 jun. 2023.

S.C. Corinthians Fan Token SCCP. Disponível em:

<<https://www.coinbase.com/pt/price/sc-corinthians-fan-token>> Acessado em: 04 jun. 2023.

Corinthians lança Universo SCCP, que vai unificar em um login toda a experiência digital corinthiana. Disponível em:

<<https://www.corinthians.com.br/noticias/corinthians-lanca-universo-sccp-que-vai-unificar-em-um-login-toda-a-experiencia-digital-corinthiana>> Acessado em: 04 jun. 2023.

Corinthians e Nike apresentam camisa 3 de 2022, em homenagem ao Mundial no Japão.

Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/noticias/corinthians-e-nike-apresentam-camisa-3-de-2022-em-homenagem-ao-mundial-no-japao>> Acessado em: 04 jun. 2023.

TOTH, Henrique; BRAGA, Marcelo. **Entenda o que está escrito na nova camisa do Corinthians em homenagem ao Mundial do Japão.** Disponível em:

<<https://ge.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2022/09/27/entenda-o-que-esta-escrito-na-nova-camisa-do-corinthians-em-homenagem-ao-mundial-do-japao.ghtml>> Acessado em: 04 jun. 2023.

BERTO, Victor B. **Corinthians lança seu carro na Fórmula Superliga.** Disponível

em: <<https://www.f1mania.net/outros/28434-corinthians-lanca-seu-carro-na-formula-superliga/>> Acessado em: 04 jun. 2023.

RAUPP, Ivan. **Anderson Silva fecha contrato e volta a ser patrocinado pelo Corinthians.** Disponível em:

<<http://sportv.globo.com/site/combate/noticia/2013/11/anderson-silva-fecha-contrato-e-volta-ser-patrocinado-pelo-corinthians.html>> Acessado em: 04 jun. 2023.

CANÔNICO, Leandro. **Junior Cigano segue Anderson Silva e fecha contrato com o Corinthians.** Disponível em:

<<http://sportv.globo.com/site/combate/noticia/2012/08/junior-cigano-se-junta-anderson-silva-e-e-contratado-pelo-corinthians.html>> Acessado em: 04 jun. 2023.

Arena Corinthians inaugura Spider Fit, primeira academia do lutador Anderson Silva.

Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/noticias/arena-corinthians-inaugura-spider-fit-primeira-academia-do-lutador-anderson-silva>> Acessado em: 04 jun. 2023.

Corinthians anuncia campeão do UFC, Charles 'Do Bronx' como novo embaixador do clube. Disponível em:

<https://www.espn.com.br/futebol/artigo/_id/9510378/corinthians-anuncia-campeao-ufc-charles-do-bronx-novo-embaixador-clube> Acessado em: 04 jun. 2023.

Corinthians fecha parceria com surfista Mineirinho. Disponível em:

<<https://www.terra.com.br/esportes/corinthians/corinthians-fecha-parceria-com-surfista-mineirinho,86907ba3d7c4b310VgnCLD2000000ec6eb0aRCRD.html>> Acessado em: 04 jun. 2023.

Skatista Rony Gomes renova parceria com o Corinthians até 2015. Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/noticias/skatista-rony-gomes-renova-parceria-com-o-corinthians-ate-2015>> Acessado em: 04 jun. 2023.

Corinthians oficializa parceria com Red Canids nos esports. Disponível em: <http://www.espn.com.br/noticia/740573_corinthians-oficializa-parceria-com-red-canids-nos-esports> Acessado em: 04 jun. 2023.

Corinthians anuncia parceria com Immortals Gaming Club e lança a primeira equipe oficial de Esports do clube. Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/noticias/corinthians-anuncia-parceria-com-immortals-gaming-club-e-lanca-a-primeira-equipe-oficial-de-esports-do-clube>> Acessado em: 04 jun. 2023.

Poderoso Timão. Disponível em: <<https://www.corinthians.com.br/poderosotimao>> Acessado em: 04 jun. 2023.

Shop Timão. Disponível em: <https://www.shoptimao.com.br/?utm_source=oficial&utm_medium=mnu&utm_campaign=nik_home> Acessado em: 04 jun. 2023.

Rede Loucos Por Ti. Disponível em: <<https://www.redeloucosporti.com.br/>> Acessado em: 04 jun. 2023.

Invasão Corinthiana. Disponível em: <<https://www.invasaocorinthiana.com.br/>> Acessado em: 04 jun. 2023.

Expresso Corinthians. Disponível em: <busup.com/pt-br/expresso-corinthians> Acessado em: 04 jun. 2023.