
Memórias e identidades de times de futebol nos documentários da G7 Cinema¹

Julian Andrey Muniz de MEDEIROS²

Cassio dos Santos TOMAIM³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

O artigo busca apresentar os resultados parciais da investigação em andamento que tem como temática as memórias e identidades de times de futebol no cinema, tendo como plano de fundo o fenômeno da cultura da memória (HUYSSSEN, 2000). Nossa metodologia envolveu três movimentos: pesquisa bibliográfica, documental e análise fílmica. Trabalhamos com os conceitos de identidade, mídia de memória e documentário relacionados ao fenômeno da cultura da memória. Dado o contexto, temos a questão: Como os documentários sobre times de futebol, da G7 Cinema, se inserem no fenômeno da "cultura da memória"? Até o momento, entre outras características cinematográficas, identificamos o “Uso de testemunhos de torcedores com memórias afetivas relacionadas ao clube do coração” como estratégia narrativa.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura da Memória; Identidade; Documentário; Futebol.

INTRODUÇÃO

A partir de 1980 é possível observar uma crescente valorização das memórias na sociedade ocidental (HUYSSSEN, 2000). Podemos notar esse fenômeno em situações do dia a dia. Seja ao adentrarmos em um café com decorações nostálgicas, durante um simples encontro de trabalho, ou até mesmo, em momentos mais marcantes, como um aniversário, onde presentearmos um familiar com uma bela camisa de futebol retrô. No contexto midiático, essa movimentação vai ocorrer de forma pronunciada no cinema. Nesse sentido, identificamos os documentários com temática futebolística produzidos pela G7 Cinema, uma produtora audiovisual que, no período em que esteve em operação, lançou filmes sobre memórias de times de futebol de massa.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa - Cinema do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM-UFSM), email: julian12andrey@gmail.com. Bolsa CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) DS (Demanda Social).

³ Orientador da pesquisa em andamento. Doutor em História pela Universidade do Estado de São Paulo (Unesp/Franca). Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM-UFSM), e-mail: tomaim78@gmail.com.

Dado o contexto, a problemática do trabalho se estabelece da seguinte maneira: Como os documentários sobre times de futebol, da G7 Cinema, se inserem no fenômeno da "cultura da memória"? Estabelecido o problema de pesquisa, é oportuno apresentarmos ao leitor o objetivo geral da investigação, visto que eles se relacionam. Conforme comentam Ada Silveira e Natália Flores (2011), podemos entender os objetivos como sendo as metas que pretendemos alcançar ao final da pesquisa. Como objetivo central, estamos buscando compreender como o uso das memórias e identidades dos torcedores se estabelecem como estratégias narrativas para construir as memórias e identidades dos clubes de futebol.

Vale ressaltar a importância da pesquisa. Futebol e Cinema são espaços que se inter-relacionam, mas que, no Brasil, conforme aponta Murad (2010), existem poucos (mas existem) filmes relacionados à temática, sendo um campo que carece ser pesquisado, sobretudo para que se tenham pistas sobre as causas e consequências de um tímido movimento cinematográfico voltado ao esporte. Buscar entender as dinâmicas que ocorrem no esporte, é tentar compreender a sociedade brasileira em suas mais diversas dimensões, seja política, cultural ou econômica. Investigar as memórias e identidades dos times de futebol é entender como o país lida com as suas questões de memória e identidade. É procurar saber quem tem direito à memória e reconhecimento no país.

O trabalho está dividido em quatro partes. Em um primeiro momento apresentaremos o futebol como sendo uma prática cultural da identidade brasileira. Um esporte que está no dia a dia das pessoas. Para isso, trabalharemos com a noção de cultura de Cuhe (1999), identidade de Hall (2006, 2009) e Castells (1999). Após isso, abordaremos o conceito de mídia de memória (ASSMANN, 2011) e seus principais aparatos tecnológicos, posicionando o documentário dentro desse contexto. Em seguida, buscaremos explicar o fenômeno da cultura da memória (WINTER, 2006; HUYSSSEN, 2000).

Em seguida, serão apresentadas as etapas percorridas durante o processo investigativo. Nesse sentido, será possível compreender a pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e análise fílmica. Seguindo, já na parte final do artigo, após termos assistido os filmes da G7 Cinema, apresentaremos os resultados parciais obtidos, assim como delinear as considerações até o momento.

TREINANDO: FUTEBOL, TORCEDOR E IDENTIDADE

Não seria nenhuma surpresa se o termo “Ponta-pé inicial” fosse utilizado para começar este tópico, primeiro porque este trabalho tem como temática as memórias de times de futebol no cinema; segundo, porque a relação do futebol com a sociedade brasileira está imbricada em vários aspectos, sobretudo na utilização de expressões do meio futebolístico como metáforas para situações do dia a dia. Seja no trabalho, quando determinada pessoa está prestes a se aposentar e, pelos corredores da empresa, surgem comentários como: “Fulano está quase pendurando as chuteiras”, fazendo uma alusão a um jogador que está no fim de carreira. Em uma eleição, quando determinado candidato ganha do seu adversário no segundo turno, muitos utilizam a expressão: “Ganhou aos 44 minutos do segundo tempo”, referência ao time que vence o jogo no fim da partida. Para se referir a uma pessoa que chamou o protagonismo para si: “Matou a bola no peito e saiu jogando”. São infindáveis os exemplos.

Isso ocorre porque o futebol faz parte da cultura e da identidade brasileira. Aqui, um ponto importante, o conceito de cultura não deve ser entendido como sinônimo do conceito de identidade, visto que, conforme comenta Cuche (1999, p. 176), “a cultura depende em grande parte de processos inconscientes. A identidade remete a uma norma de vinculação, necessariamente consciente, baseada em oposições simbólicas.” Os processos inconscientes, a qual Cuche (1999) se refere, são mecanismos que já estão dados socialmente, ou seja, são valores já aceitos pela sociedade. Quando os indivíduos nascem, esses valores já fazem parte do contexto social, com significações historicamente atribuídas, como é o caso do futebol no Brasil.

Boa parte da sociedade brasileira compartilha uma cultura futebolística, até aquelas pessoas que não gostam de futebol são afetadas por reverberações do esporte no cotidiano, conforme comenta Vogel (1982, p. 77) em artigo que compõe o livro *Universo do Futebol*, uma das primeiras obras a tratar do tema, “Um amigo me confessou, tímido, que não se interessava por futebol, nem entendia grande coisa do assunto. Era Flamengo porque, afinal, todo mundo precisava ter um time.” Isso ocorre no Brasil, porque, durante a infância de uma pessoa, ela provavelmente vai ser influenciada por alguém da família a torcer para um time de futebol, ou até mesmo vai ouvir falar sobre o assunto na escola. Perceba aqui que as instituições Família, Escola e

Futebol já estão dadas socialmente, já têm seus valores fixados no tecido social, estando estruturadas na sociedade antes mesmo da criança nascer.

Estudos apontam que, em especial, a Família, tem grande influência na escolha do time de futebol de uma criança⁴. Na nossa pesquisa, esse aspecto pode ser notado nos testemunhos dos torcedores do *corpus* selecionado. Todos trazem memórias afetivas como sustentação de suas experiências vividas.

Continuando o diálogo com os teóricos, diante dos processos culturais que já estão permeados na sociedade é que as pessoas vão adquirindo as suas identidades. De acordo com Castells (1999), a identidade é uma construção social. Quando pensamos o que especificamente o autor entende por identidade, ele vai dizer:

No que diz respeito a atores sociais, entendo por identidade o processo de construção de significado com base em um atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual(ais) prevalece(m) sobre outras fontes de significado (1999, p. 22).

Essa construção identitária comentada pelo autor vai ocorrer durante toda a vida de uma pessoa. Na pós-modernidade, ela vai ser dinâmica, conforme as palavras de Stuart Hall (2006, p. 12-13) “A identidade torna-se uma 'celebração móvel': formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam”. Sendo assim, no caso do futebol, a identidade pode ser construída e reconstruída constantemente.

Como já vínhamos comentando, desde a infância, quando uma criança começa a frequentar a escola, ela já é impactada pelo futebol. Peguemos o exemplo da Copa do Mundo, em que, nos dias em que o Brasil joga, de um modo geral, ou as escolas transmitem os jogos para os alunos ou dispensam eles mais cedo⁵, essa questão que parece ser ordinária, simples do dia a dia, diz muito sobre a construção identitária de uma pessoa, pois, conforme comenta Cuche:

A construção da identidade se faz no interior de contextos sociais que determinam a posição dos agentes e por isso mesmo orientam suas representações e suas escolhas. Além disso, a construção da identidade

⁴ Disponível em <https://drive.google.com/file/d/1rga_Y0QEjSKuzzzzzIRdGKuu5ZKKEEWny/view?usp=drive_link> Acesso em 24/03/2023

⁵ Disponível em <https://drive.google.com/file/d/10E4hxXcmmc6f4r76FhXODm8vfZgSsxk9/view?usp=drive_link> Acesso em 24/03/2023

não é uma ilusão, pois é dotada de eficácia social, produzindo efeitos sociais reais (2002, p. 182).

Traçando um paralelo com o nosso exemplo, das escolas que transmitem ou dispensam as crianças em dia de jogo do Brasil, mesmo que uma criança não goste de futebol e não tenha visto nenhum jogo do esporte durante sua vida, ela é impactada, pois terá sua programação cotidiana, no caso o horário da aula, afetado pelos jogos do Brasil. Portanto, as relações que ocorrem no interior dos contextos sociais escolares têm impactos reais na vida das pessoas.

Vale ressaltar que o Futebol estar tão presente na vida dos brasileiros foi algo construído historicamente. Conforme afirma Helal (2011), “O “país do futebol” não é realidade natural, mas uma construção realizada por agentes - da imprensa, do meio acadêmico e da política - em determinado momento histórico.”

Essa construção realizada historicamente não é fixa, de acordo com Hall (2006, 2009) as identidades vão ser fruídas, sendo elaboradas e re-elaboradas a todo momento pelos sistemas de representações ou produtos midiáticos. Conforme já mencionamos, do ponto de vista histórico, um dos principais sistemas de representações para a construção identitária do futebol na sociedade brasileira foi a imprensa. Agora, em 2023, no contexto da cultura da memória, os documentários da G7 Cinema são mídias que buscam tematizar as memórias dos torcedores de times de futebol, atuando como elementos de representação, refletindo em atualizações dos passados e das identidades futebolísticas dos clubes.

TREINANDO: CULTURA DA MEMÓRIA, MÍDIA DE MEMÓRIA E DOCUMENTÁRIO

Nas últimas décadas, de acordo com Winter (2006), vem ocorrendo um “boom da memória”, na medida em que o passado está sendo valorizado e ganhando espaços discursivos de destaque. Podemos observar esse movimento no dia a dia. Por exemplo, ao visitar o Estádio São Januário, Dona Maria de Lourdes pôde contemplar a estátua de Roberto Dinamite⁶, ídolo dos tempos gloriosos do Club de Regatas Vasco da Gama.

⁶ Disponível em <[Estátua de Roberto Dinamite já faz parte do roteiro do Tour da Colina | NETVASCO](#)> Acesso em 13/08/2023.

Outro exemplo que podemos citar é no âmbito da indústria da moda, em que marcas esportivas vem fazendo uso das memórias, como foi o caso da Umbro, que apostou em camisas retrô de times de massa⁷. Olhando para o cinema documentário, podemos mencionar o filme *Brasil 2002 - Os Bastidores do Penta* (2022)⁸. Como tudo na sociedade, esse movimento de valorização das memórias não é algo que vem ocorrendo de forma natural, de maneira espontânea, a “cultura da memória” para utilizar o termo empregado por Huyssen (2000), tem suas causas e efeitos. Sendo assim, nesta parte do texto, buscaremos apresentar as explicações e os reflexos do fenômeno, sobretudo diante dos atravessamentos do documentário como uma mídia de memória.

Conforme comenta Aleida Assmann (2011), o tempo de armazenar grandes quantidades de informações, conhecimento e recordações a nível interno, ou seja, na mente, acabou. A profissão de memorizador, outrora tão valorizada na Antiguidade, atualmente, não existe mais. Substituindo a função de memorizar grandes quantidades de informações, atualmente existem aparatos tecnológicos que se apresentam como suportes de memória, as chamadas mídias de memórias que têm a função de preservar e proteger as memórias.

Nesse sentido, a escrita é uma importante tecnologia de eternização da memória. Pensemos nós nos tempos de escola, onde ela foi de suma importância para registrar os conteúdos passados pelos professores e professoras. Ou até mesmo no hábito de registrar as recordações em diários. A valorização da escrita e sua relação com a memória vem sendo pensada há muito tempo. Conforme comenta Aleida Assmann (2011, p. 195) “Já os antigos egípcios enalteciam a escrita como o *medium* mais seguro da memória”. Diferentemente das estátuas que podem ser danificadas ao longo do tempo, a tecnologia da escrita, tendo como suporte o papiro ou o livro podem ser preservadas em bibliotecas por anos.

Além da escrita, a imagem também é considerada uma importante mídia de memória. Dialogando com Aleida Assmann (2011) a autora vai elencar a fotografia como uma das mídias de memória mais importantes, na medida em que, pela sua tecnologia de capturar determinado momento, ela é o vestígio de experiências vividas

⁷ Disponível em <https://drive.google.com/file/d/10E4hxXcmmc6f4r76FhXODm8vfZgSsxk9/view?usp=drive_link> Acesso em 13/08/2023.

⁸ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=RcUxoM8tfgs>> Acesso em 13/08/2023.

que podem ser guardadas pela eternidade. Conforme as palavras de Aleida Assmann (2011, 238) “[...] por seu caráter indexador ela proporciona uma comprovação (justamente criminológica) da existência de determinado passado.”

Na medida em que olhamos para a imagem, mais especificamente a fotografia como uma mídia de memória de grande valor, também podemos colocar em discussão os filmes, pois eles nada mais são do que imagens em movimento. Nesse contexto, o documentário ganha um espaço de grande relevância como “mídia de memória”. Muito mais do que o aspecto físico do documentário como suporte da memória, poderíamos pensar aqui nos DVDs da G7 Cinema, o cinema documentário é uma mídia de memória na medida que faz uso dos testemunhos para acessar experiências vividas, ou seja, recordações. Nesse sentido,

Quando o documentarista se interessa pelo passado, por um tema histórico, não lhe resta muito mais do que vestígios e testemunhas, o que faz deste tipo de cinema uma atividade “artesanal da memória” vocacionada a preservar/ armazenar uma memória experiencial do vivido TOMAIM (2016, p. 99).

Conforme comenta Tomaim (2016, p. 97) “O testemunho oral ascendeu como principal dispositivo do documentário para acessar as memórias coletivas.” Por exemplo, no filme *Soberano - Seis Vezes São Paulo* (2010), em determinada sequência a obra faz uso do testemunho de um torcedor rememorando que, quando criança, em um momento difícil de sua vida, acompanhou, juntamente com o pai, um jogo do São Paulo dentro do Hospital do Câncer. Ao ligar a câmera, convidando o torcedor tricolor a contar uma experiência traumática vivida relacionada ao seu time, a intenção é muito mais do que armazenar o depoimento em um suporte, é possibilitar que recordações não sejam esquecidas, nesse aspecto o “[...] documentário revela-se como refúgio da memória viva” TOMAIM (2016, p. 99).

Contudo, para que o documentário possa exercer sua vocação para a memória, é necessário que exista uma cultura que permita tal atividade. Assim como comenta Aleida Assmann (2011, p. 199) que “a cultura europeia da Renascença criou condições para que os autores romanos continuassem a ser lidos mesmo depois da queda do império romano”. Na sociedade contemporânea vão existir uma multiplicidade de fatores que propiciam uma efervescente cultura da memória. Mobilizamos principalmente Huysen (2000) e Winter (2006) para buscar compreender o fenômeno.

De acordo com Huyssen (2000, p. 9) “um dos fenômenos culturais e políticos mais surpreendentes dos anos recentes é a emergência da memória como uma das preocupações culturais e políticas centrais das sociedades ocidentais.” O foco do que ele chamou de “passados presentes” é algo relativamente novo, pois, até a década de 1960, os olhares se voltavam para os “futuros presentes”, ou seja, no presente havia um destaque muito maior sobre os discursos do futuro. Era possível observar a preocupação com o futuro nos mais diversos produtos culturais da época. Bem como comenta Johanna Hildenbrand (2021)⁹, professora do Programa de Pós-Graduação em Memória Social da Unirio (Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro), ela vai dizer em aula aberta que esse “futuro presente” que estava em voga no início do século XX pode ser observado, especialmente, no cinema, com os filmes de George Méliès que versavam de forma fictícia sobre o futuro.

Se pensarmos em uma linha do tempo, os discursos de memória começaram a aparecer de uma forma mais exponencial e midiática em meados da década de 1980, quando traumas históricos ganharam maior visibilidade nos cenários culturais e políticos em diferentes partes do mundo, principalmente as memórias traumáticas dos horrores do Holocausto na Alemanha. Podemos explicar o fenômeno a partir de três pontos: o primeiro é a luta dos movimentos sociais pela memória de períodos traumáticos; o segundo é a transformação da memória em mercadoria de massa; e por último, a mudança na temporalidade espaço-tempo, decorrente das tecnologias da modernidade.

O primeiro fator que colaborou para a expansão da cultura da memória na sociedade ocidental foi a luta dos movimentos sociais pela memória de períodos traumáticos. A partir da década de 1960, conforme as próprias palavras de Huyssen (2000, p. 10) “[...] no rastro da descolonização e dos novos movimentos sociais em sua busca por histórias alternativas e revisionistas.”, foi reivindicada a necessidade de repensar as perspectivas construídas sobre determinadas memórias, sobretudo as elaboradas a partir da visão dos colonizadores.

Nesse sentido, de um processo de reivindicação, de buscar construir memórias a partir da perspectiva de grupos minoritários, o uso dos testemunhos conquista espaço. A partir dele é possível aproximações que reconstituem episódios traumáticos da história.

⁹ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=nyRcu9t5nCY>> Acesso em 17/05/2023

De acordo com Winter (2006, p. 72) “As histórias de crueldades e opressão, uma vez recontadas, constituem atos de desafio; através do narrador, as vozes dos mortos e dos mutilados podem ainda ser ouvidas”. O uso dos testemunhos para reconstruir memórias pode ser observado em várias partes do mundo.

No contexto Europeu, em especial na Alemanha, a partir de 1980, na “luta contra o antisemitismo e a negação do Holocausto.” comentada por Winter (2006, p. 74) a utilização do testemunho das vítimas dos horrores dos campos de concentração começa a ganhar os espaços públicos. É importante dizer que os testemunhos das vítimas sempre existiram, mas eram invisibilizadas no debate público.

Pensando na América Latina, a reivindicação pela memória vai aparecer após o fim dos regimes ditatoriais de alguns países. A luta pelo direito das memórias das pessoas que foram brutalmente torturadas nesse período acontece até os dias de hoje. No Brasil, é possível observar essa questão na série de documentários *Memórias do Chumbo – O Futebol nos Tempos do Condor*¹⁰, em que a partir de testemunhos são construídas as memórias traumáticas dos tempos ditatoriais do Brasil, Argentina, Chile e Uruguai.

O segundo fator que explica o fenômeno da cultura da memória é a comercialização em massa da memória. Como todo produto oferecido, a oferta é resposta a uma demanda. No contexto Ocidental, Winter (2006) o investimento em educação, mais especificamente o aumento de pessoas no ensino superior tem como efeito uma verdadeira revolução cultural, em que a sociedade começa a se interessar mais por produtos culturais. E a memória está dentro desse mercado.

Conforme as próprias palavras de Huyssen (2000, p. 15), podemos compreender a cultura da memória como “[...] uma comercialização crescente bem-sucedida da memória pela indústria cultural do ocidente”. Olhando para o cinema, campo no qual esta investigação se articula, podemos notar que ano após ano são lançados filmes que rememoram episódios traumáticos da história, como é o caso da Segunda Guerra Mundial. Só na Netflix, um dos maiores serviços de *streaming* do mundo¹¹, em seu catálogo existem dezenas de filmes sobre o tema¹².

¹⁰ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=KU9rZdiYGbg>> Acesso em 13/08/2023

¹¹ Disponível em: <<https://super.abril.com.br/cultura/infografico-qual-o-streaming-com-mais-assinantes-no-mundo/>>. Acesso em 18/01/2023.

¹² Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=nyRcu9t5nCY&t=9s>>. Acesso em 15/05/2023.

Vale ressaltar que esse exponencial crescimento de produtos audiovisuais relacionados às temáticas de memória no contexto da indústria cultural tem uma íntima relação com a questão econômica. Dialogando com Huyssen (2000, p. 23-24) ele vai dizer que “[...] os interesses dos comerciantes de memória de massa parecem ser mais pertinentes para explicar o sucesso da síndrome da memória. Trocando em miúdos: o passado está vendendo mais do que o futuro.”

O terceiro ponto apontado por Huyssen (2000) como um dos fatores que permitiu uma movimentação mais ampla dos discursos de memória é a temporalidade, o deslocamento do espaço-tempo propiciado pelas tecnologias da modernidade. Para o autor, esse fator permitiu uma mundialização da cultura da memória no campo midiático.

Pensando no que diz Huyssen e trazendo para o debate Giddens (2002), o deslocamento do espaço-tempo, característica da modernidade, vai gerar algumas mudanças na forma como consumimos, seja uma notícia, um filme ou outro produto midiático. De acordo com as próprias palavras de Giddens (2002, p. 23), “A organização social moderna supõe a coordenação precisa das ações de seres humanos fisicamente distantes; o ‘quando’ dessas ações está diretamente conectado ao ‘onde’, mas não, como em épocas pré-modernas, pela mediação do lugar.”

Dentro desse contexto, temos nosso objeto de estudo. A G7 Cinema foi uma empresa de produção audiovisual que atuou como produtora e distribuidora por cinco anos no mercado cinematográfico brasileiro. De 2007 a 2012 ela lançou 10 filmes sobre futebol, focando na relação do torcedor com o clube do coração. Gustavo Ioschpe, dono da produtora, em entrevista para o site Máquina do Esporte (2011)¹³, ao ser questionado sobre o porquê da temática futebolística ser empreendida em suas obras, comentou: “Futebol desperta sentimentos humanos, universais, e é isso que me interessa. As gerações passam o futebol umas para as outras, e isso me dá material para cinema. Os pais passam o futebol para os filhos.”

A fala de Ioschpe vai ao encontro da nossa investigação, na medida em que a produtora comercializa memórias dos clubes de futebol, fazendo uso de testemunhos. Voltando para os aspectos mercadológicos da produtora, diferentemente da maioria das

¹³

Disponível em https://drive.google.com/file/d/1f1LGPFYJ5E195Y8Tup09nvBzoOLOCVR/view?usp=drive_link Acesso em 19/06/2023

empresas audiovisuais do país, que, de acordo com Tereza Trindade (2014), são criadas e produzem apenas um filme, a G7 Cinema conseguiu manter uma produção contínua de filmes documentários em cinco anos, focando em um nicho específico: clubes de futebol. Nicho que podemos considerar foi pouco ou quase nunca explorado pelo campo do documentarismo brasileiro.

ESQUEMA TÁTICO: MOVIMENTAÇÕES NO CAMPO METODOLÓGICO

No futebol, durante uma partida, para que um time chegue ao gol, é preciso que os jogadores e o corpo técnico tenham definido o caminho de jogo, o chamado esquema tático. Isso envolve a tomada de decisões estratégicas para que o clube obtenha o resultado desejado. No campo da ciência não é diferente. É preciso que o pesquisador, com auxílio do orientador, estabeleçam caminhos que possibilitem seguir no processo investigativo, com o objetivo de elucidar determinada questão. A presente investigação se deu diante de três etapas: pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e análise fílmica.

A primeira etapa de investigação foi a pesquisa bibliográfica. De acordo com Ada Silveira e Natalia Flores (2011, p. 26), “numa pesquisa, é a teoria que nos ajuda a organizar o pensamento e articulá-lo com o real concreto.” Para isso, buscamos a literatura sobre o futebol brasileiro e sua constituição como elemento da identidade nacional; e aspectos teóricos do documentário no contexto da cultura da memória, todos articulados na perspectiva comunicacional. Após realizada a fundamentação, olhamos para o empírico, ou seja, o mundo real, nesse caso, nos voltamos para a produtora G7 Cinema e sua produção documentária.

Sendo assim, realizamos uma pesquisa documental para identificar os documentários produzidos pela G7 Cinema. Encontramos 10 filmes. Em seguida, por meio da metodologia de análise fílmica tendo como base a linguagem cinematográfica, estamos buscando¹⁴ olhar para as obras da G7 Cinema, decupando seus elementos fílmicos, interpretando-os e formulando análises que colaborem para que os objetivos do trabalho sejam alcançados (VANOYE, GOLIOT-LÉTÉ, 2002).

O JOGO É JOGADO: ANÁLISE FÍLMICA NA PRANCHETA

¹⁴ Utilizo a expressão “buscando”, pois, apenas parte do corpus foi analisado até o presente momento, como será possível ver mais adiante.

Em um primeiro momento de análise, nos debruçamos sobre os 10 documentários identificados, são eles: *Inacreditável - A Batalha dos Aflitos* (2007), sobre a volta do Grêmio a elite do futebol brasileiro; *Gigante – Como o Inter Conquistou o Mundo* (2007), que aborda a conquista do Campeonato Mundial pelo Internacional; *Gigantes do Deserto – Internacional* (2008): um filme sobre a conquista da Dubai Cup 2008 pelo Internacional; *Nada Vai Nos Separar - Os Cem Anos do S.C. Internacional* (2009), sobre a história do Internacional; *Fiel – O Filme* (2009): sobre a relação da torcida corinthiana com o clube, o rebaixamento para a segunda divisão e a volta do time à elite do futebol brasileiro; *Absoluto – Internacional Bicampeão da América* (2010), onde o filme retrata a conquista da Copa Libertadores da América pelo Internacional; *Grêmio 10x0 - 100 Anos de Grenal* (2010), documentário que retrata a rivalidade Grenal sob a perspectiva do Grêmio; *Soberano - Seis Vezes São Paulo* (2010): filme que aborda os títulos do campeonato brasileiro do São Paulo; *Supremacia Vermelha – 100 anos de Grenal* (2012), que retrata a rivalidade do Grêmio e Internacional na perspectiva colorada; e *Soberano 2 - A Heroica Conquista do Mundial de 2005* (2012): documentário que narra a conquista em 2005 do Campeonato Mundial pelo São Paulo.

O próximo passo da pesquisa foi selecionar alguns filmes para compor o corpus da dissertação. O primeiro movimento de seleção foi assistir aos filmes buscando identificar se eles possuíam características em comum. Após assistir, notamos que os seguintes aspectos relacionados à linguagem cinematográfica e narrativa atravessam todos as obras: Uso de testemunhos de treinadores e jogadores sobre as partidas; Utilização de imagens de arquivo dos lances das partidas, aliado a narrações radiofônicas; Emprego de imagens de arquivo dos bastidores do clube (antes ou depois das partidas); Utilização de imagens de arquivo das torcidas dos clubes durante os jogos; e Uso de testemunhos de torcedores com memórias afetivas relacionadas ao clube do coração.

Vale ressaltar que nem todos os filmes contam com todos estes elementos. Por exemplo, a obra *Inacreditável - A Batalha dos Aflitos* (2006), não trabalha com o “Uso de testemunhos de torcedores com memórias afetivas relacionadas ao clube do coração.”. É uma narrativa mais institucional, focando principalmente no “Uso de

testemunhos de treinadores e jogadores sobre as partidas”. Contudo, de qualquer forma, é inevitável não delinear um certo padrão que atravessa todas as obras.

RESULTADOS ATÉ O MOMENTO

A identificação dos elementos citamos no tópico anterior nos permite discutir sobre uma espécie de fórmula G7 Cinema de fazer filmes. A liberdade criativa, inerente ao cinema documentário, parece não encontrar espaço nas produções da produtora. Ao buscarmos matérias sobre possíveis entrevistas dos diretores sobre essa questão, em entrevista para o Estadão¹⁵, Beto Souza, cineasta que dirigiu dois filmes sobre o Grêmio faz um comentário a respeito de Gustavo Ioschpe (dono da G7 Cinema) "Ele não é um produtor fácil. Sabe bem o projeto que quer e não abre espaço para o diretor. Não tive liberdade de expressão, especialmente no último filme". Dentre todas as características da fórmula G7 Cinema, a emoção parece ser um ingrediente fundamental. Olhando para a matéria “Filmes oficiais de clubes ganham público e se consolidam”¹⁶, sobre a G7 Cinema, a Redação da revista Placar afirma “[...] a emoção do torcedor é o ingrediente principal da fórmula de sucesso dos filmes sobre clubes.”

Diante destes elementos de linguagem que compõem os filmes identificados, nos chamou a atenção a recorrência do uso de testemunhos de torcedores que apresentam recordações que conectam memórias afetivas a episódios vivenciados com o clube de coração. Por compreender que estamos diante de uma estratégia narrativa de forte apelo emocional, principalmente no que diz respeito a um potencial rememorativo que conecta histórias de vida ou vivências dos torcedores com as histórias dramáticas e/ou vitoriosas dos clubes de futebol, optamos por selecionar apenas sequências que se caracterizam pelo uso dos testemunhos de torcedores que evocam memórias afetivas relacionadas com o clube retratado no documentário.

A partir desta decisão metodológica, foram selecionados três documentários, são eles: *Fiel – O Filme* (2009), *Soberano - Seis Vezes São Paulo* (2010) e *Supremacia Vermelha – 100 anos de Grenal* (2010). É importante ressaltar que o recorte feito no

¹⁵ Disponível em <https://drive.google.com/file/d/1CvcLvM0wD-BIVztpPjzFInhN49QEY1Q-/view?usp=drive_link> Acesso em 13/08/2023

¹⁶ Disponível em <https://drive.google.com/file/d/1SWpvOuHAbHsYGSEcuduQUUVY_Sy7QxD/view?usp=drive_link> Acesso em 13/08/2023

corpus primário de filmes visa atender ao objetivo da pesquisa, mas também possibilitar uma leitura mais focada em aspectos centrais adotados pelo estudo, tendo em vista o enorme desafio que seria operacionalizar uma análise de 10 filmes, buscando dar conta de seus mais diversos aspectos estéticos e narrativos.

CONSIDERAÇÕES

A presente investigação busca compreender como os documentários sobre times de futebol, da G7 Cinema, se inserem no fenômeno da "cultura da memória"? Nesse sentido, após realizarmos um primeiro movimento de análise, notamos que há um certo uso de testemunhos de torcedores com memórias afetivas relacionadas ao clube do coração. Contudo, é preciso continuar os movimentos de análise fílmica para que possamos compreender de forma mais aprofundada as estratégias narrativas utilizadas pela produtora.

REFERÊNCIAS

- ASSMANN, Aleida. **Espaços da recordação: formas e transformações da memória cultural**. Tradução: Paulo Soethe. Campinas: Editora da Unicamp, 2011.
- CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru: Edusc, 1999.
- CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- _____. **Quem precisa da identidade?** In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2009.
- HELAL, R. **Futebol e comunicação: a consolidação do campo acadêmico no Brasil**. *Comunicação Mídia e Consumo*, [S. l.], v. 8, n. 21, p. 11–37, 2011. DOI: 10.18568/cmc.v8i21.208. Disponível em: <https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/208>. Acesso em: 8 nov. 2022.
- HUYSSSEN, Andreas. **Seduzidos pela memória, arquitetura, monumentos, mídia**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.
- GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- MURAD, M. **Futebol e cinema no Brasil: um enredo**. *Revista de História*, [S. l.], n. 163, p. 191-206, 2010. DOI: 10.11606/issn.2316-9141.v0i163p191-206. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revhistoria/article/view/19176>. Acesso em: 22 jan. 2023.

SILVEIRA, Ada.C.M. e FLORES, Natalia M. **Desvendando o universo da ciência - Caderno Didático**. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2011.

TOMAIM, Cássio dos Santos. **O documentário como “mídia de memória”: afeto, símbolo e trauma como estabilizadores da recordação**. Revista Significação, São Paulo, v. 43, n. 45, p.96-114, 2016.

TRINDADE, Teresa Noll. **Documentário e mercado no Brasil: da produção à sala de cinema**. São Paulo: Alameda, 2014.

VANOYE, Francis; GOLIOT-LÉTÉ, Anne. **Ensaio sobre a análise fílmica**. Tradução: Marina Appenzeller. 2ª ed. Campinas: Papyrus, 2002.

VOGEL, Arno. **O Momento Feliz, - Reflexões sobre o futebol e o ethos nacional**. In: DAMATTA, R. (org). **Universo do futebol: esporte e sociedade brasileira**. Rio de Janeiro: Pinakotheke, 1982.

WINTER, Jay. **A geração da memória: reflexões sobre o “boom da memória” nos estudos contemporâneos de história**. SELIGMANN-SILVA, Márcio (org.). Palavra e imagem: memória e escritura. Chapecó: Argos, 2006, p. 67-90.