

O Museu como Espaço de Disputa pelo Passado: Uma Análise Narrativa da Sala de Troféus do Fluminense F.C.

Alessandra Costa¹

Ana Paula Medeiros Bauer²

Paula Furtado Hartmann de Queiroz Monteiro³

Sergio Eduardo de Pinho Velho Wanderley⁴

O objetivo do artigo é identificar e refletir sobre os usos estratégicos do passado pelas organizações a partir da análise das narrativas do museu do Fluminense Football Club, mais especificamente da sala da Copa Rio de 1952. Tema complexo e não consensual no mundo do futebol, que nos permite, entretanto, problematizar e contextualizar os diálogos estabelecidos entre passado/presente/futuro no recorte específico de um espaço oficial de memória e história organizacional. Foram realizadas visitas técnicas entre os anos de 2019 e 2022 onde foram observadas, coletadas e analisadas fotografias, textos, vídeos e demais artefatos que compõem o acervo. Também foram analisadas fontes provenientes de outros textos bibliográficos, vídeos institucionais e depoimentos. Para interpretação das fontes coletadas, foi utilizada a análise de narrativa temática. Como resultado alcançado, foi possível identificar que o espaço de memória oficial do Clube, nos termos das funções primárias dos museus corporativos, tem o intuito de preservar e transmitir a sua história até suas conquistas mais recentes e - no caso da Copa Rio - utilizar seu passado como forma de influenciar a opinião pública sobre questões controversas. Por fim, foi possível perceber a importância, para as organizações, do processo de construção e legitimação de suas próprias narrativas e historiografias.

Palavras-chaves: História Organizacional. Museus. História e Memória de Empresas. Fluminense F.C. Narrativas.

The Museum as a Dispute Space for the Past: A Narrative Analysis of the Fluminense F.C Trophies' Room

The objective of the essay is to identify and reflect on the strategic uses of the past by organizations based on the analysis of the narratives of the Fluminense Football Club museum, more specifically of the 1952 Copa Rio venue. It allows, however, to problematize and contextualize the dialogues established between past/present/future in the specific outline of an official space of memory and organizational history. Technical visits were carried out between 2019 and 2022, where photographs, texts, videos and other artifacts that make up the collection were observed, collected and analyzed. Sources from other bibliographic texts, institutional videos and testimonials were also analyzed. To interpret the collected sources, a thematic narrative analysis was used. As a result, it was possible to identify that the Club's official memory space, in terms of the primary functions of corporate museums, has the intention of preserving and transmitting its history until its most recent conquests and - in the case of Copa Rio - to use its past as a way to influence public opinion on controversial.

Keywords: Organizational History; Museums. History and Memory of Companies; Fluminense F.C.; Narratives.

¹ Professora do IAG/PUC-Rio. Coordenadora da Pós-Graduação em Administração de Empresas (Programa Acadêmico e Profissional) da PUC-Rio. Doutora em Administração pela EBAPE/Fundação Getulio Vargas. E-mail: alessandra.costa@iag.puc-rio.br

² Professora da FAETERJ - Faculdade de Educação Tecnológica do Estado do Rio de Janeiro. Pós-doutoranda no IAG - Escola de Negócios da PUC Rio. Doutora em Administração pela Unigranrio. E-mail: anabauer@id.uff.br

³ Doutoranda em Administração pelo IAG/PUC Rio. E-mail: paulafhartmann@gmail.com

⁴ Professor da Unigranrio Afya. Doutor em Administração EBAPE/FGV. E-mail: sepvwanderley@gmail.com

“O Fluminense nasceu com a vocação para a eternidade. Tudo pode passar, só o tricolor não passará jamais!” (Nelson Rodrigues)

1. Introdução

A epígrafe acima do jornalista e dramaturgo Nelson Rodrigues, o “Profeta Tricolor” (RODRIGUES, 2002) nos mostra a importância do tempo histórico para o Fluminense F.C. - mesmo que seja para eternizá-lo. A frase “Tudo pode passar, só o tricolor não passará jamais”, de tão significativa para o Clube, surge na estrutura da arquibancada do Maracanã nos jogos da equipe e já foi título de livro sobre a sua história. Esta organização, fundada em 1902, possui ainda um museu (Sala de Troféus) e um setor de arquivos denominado FluMemória que é responsável pela preservação de seu patrimônio histórico. Entretanto, por que o passado e suas representações (como a história e a memória) são hoje importantes para as organizações? E por que este tema deveria ser do interesse dos teóricos organizacionais?

Para as organizações, a gestão do seu passado adquire relevância em diferentes dimensões. Em uma perspectiva mais instrumental, conhecer e gerenciar o seu passado ajuda a organização a aprender com experiências passadas e/ou legitimar práticas futuras pretendidas (ANTEBY; MOLNAY, 2012; WADHWANI, SUDDABY, MORDHORST; POPP, 2018). Para que isso aconteça, as organizações precisam recolher e sistematizar ao longo do tempo o conhecimento acerca de suas práticas passadas para que este possa ser acessado sempre que for necessária uma tomada de decisão no presente. Por outro lado, o passado também auxilia as organizações no processo de construir sentido para suas práticas cotidianas (SCHULTZ; HERNES, 2013; SUDDABY; FOSTER; TRANK, 2016). Por exemplo, em momentos de crise e de mudança, as organizações podem usar a sua trajetória histórica para construção de uma narrativa de estabilidade. Ou seja, as organizações usam o seu passado para mostrar narrativamente para seus *stakeholders* que são coerentes, duráveis e permanentes. E, portanto, dignas de confiança.

Para os teóricos organizacionais - apesar das questões referentes à temporalidade ainda soarem como um desafio - incorporar o passado em suas perspectivas ontológicas, epistemológicas, teóricas e metodológicas contribui para desnaturalizar (e problematizar) práticas e ações ao situar as organizações no tempo e no espaço (CORAIOLA; BARROS; MACLEAN; FOSTER, 2021; COSTA; WANDERLEY, 2021). As organizações são agentes sociais e, como tal, atuam na sociedade ao longo do tempo a partir de suas posições ideológicas e de poder e a volta ao passado para a construção do presente é sempre política:

“(...) Ou seja: quem constrói a memória? Com que finalidade? Para quem? Em detrimento de quem? Discutir a apropriação da memória pelas empresas como pauta dos estudos organizacionais significa, entre outras coisas, resgatar a perspectiva histórica e problematizar a opção dos gestores das organizações a respeito do que lembrar - e do que esquecer. (...) Essa intencionalidade atribuída às formas de representação do passado não pode ser desvinculada das relações de poder inerentes a esse “resgate”” (COSTA; SARAIVA, 2011, p.1764).

Ao assumirem este olhar, os pesquisadores desafiam e deslegitimam modelos

analíticos ahistóricos, universais e que podem ser pensados como aplicáveis a qualquer organização no tempo e no espaço (COSTA; WANDERLEY, 2021). Desta forma, compreender o uso no presente da história e das memórias de uma organização, permite a visualização dos embates, das disputas, das negociações e acordos que viabilizaram (ou não) a sua própria existência. Isto é, torna-se possível observar os diferentes embates narrativos por representações hegemônicas acerca do passado: as disputas sociais (individuais, organizacionais, nacionais e/ou internacionais) pela história e pela memória. Quais narrativas sobre o passado serão silenciadas e quais serão transformadas (socialmente) em história oficial?

É neste contexto que o objetivo deste artigo é refletir sobre os usos estratégicos do passado pelas organizações a partir da análise das narrativas presentes no museu corporativo do Fluminense Football Club (Sala de Troféus), mais especificamente na sala da Copa Rio de 1952. Tema complexo e não consensual no mundo do futebol, nos permite, entretanto, problematizar e contextualizar os diálogos estabelecidos entre passado/presente/futuro no recorte específico de um espaço oficial de memória e história organizacional.

2. Museus Corporativos, Empresas e a Performatividade da História

Os museus corporativos não são organizações constituídas apenas recentemente. Pelo contrário, a sua origem remete ao início do século XX sempre vinculados à ideia de herança e patrimônio corporativo. Estes podem ser definidos como:

“uma instalação baseada em exposição, de propriedade e operada por uma empresa, que coleta e exhibe objetos (produtos, recursos visuais, fotografias, protótipos e outros materiais de arquivos corporativos) ilustrando a história da própria empresa (suas raízes, marcos, conquistas, principais figuras, etc.) e/ou suas operações, para funcionários, convidados, clientes ou outros visitantes” (STIGLIANI; RAVASI, 2007, p.198).

As razões para a criação de um museu corporativo são várias. Inicialmente tinham como objetivo manter na memória os fundadores e primeiros gestores, celebrar datas comemorativas, proteger e guardar registros documentais ou objetos considerados representativos e dignos de memória e artefatos relacionados com o processo de trabalho e com a indústria (DANILOV, 1992; CASTELLANI; ROSSATO, 2014). No entanto, com o passar do tempo, os objetivos dos museus corporativos ampliaram o seu escopo e foram se tornando cada vez mais complexos e estratégicos, como nos mostra o Quadro 1:

Quadro 1: Objetivos atuais dos Museus Corporativos

Objetivos	<ol style="list-style-type: none">1. Preservar e transmitir a história da empresa.2. Desenvolver o orgulho dos funcionários e a identificação com a empresa.3. Informar hóspedes e clientes sobre a empresa e a sua linha de produtos e/ou serviços.4. Informar o público sobre a empresa e o seu negócio.5. Influenciar a opinião pública sobre a empresa e/ou questões controversas.6. Servir de vitrine para as coleções e/ou produtos da empresa.7. Promover a compreensão pública da ciência, tecnologia, e/ou do campo da empresa.8. Acolher e exhibir obras de arte de empresas e/ou outras obras de arte.
-----------	--

	<p>9. Funcionar como centro de hospitalidade, comunitário e/ou educacional e cultural.</p> <p>10. Atrair visitantes e turistas para a empresa e/ou para o seu entorno.</p>
--	--

Fonte: DANILOV (1992)

Configuradas por meio da (re)construção das próprias narrativas, as memórias e histórias das empresas e dos seus fundadores iam adquirindo materialidade e legitimidade nestes espaços como história e memórias oficiais (DANILOV, 1992). De acordo com Ravasi (2014, p.45):

“Os museus corporativos muitas vezes remetem (e reforçam) o sentimento de orgulho e de pertencimento tanto dos gestores quanto dos empregados. Isso é especialmente verdadeiro em empresas familiares, onde os museus corporativos são, em parte, “museus familiares”. Museus (e arquivos relacionados) preservam a memória de esforços, habilidades, engenhosidade e artesanias que estão por trás do produto de uma companhia, assim como das comunidades que se formaram dentro e ao redor dela. Essas memórias estão configuradas em arquivos fotográficos, documentos, desenhos, protótipos, máquinas, produtos e na incessante construção das próprias narrativas (...) Esses recursos podem ser usados para inspirar e sustentar iniciativas voltadas para o reforço do orgulho e a identificação de pessoas e de comunidades internas e adjacentes”.

Espaço por excelência da história e da memória da organização, os museus corporativos devem ser pensados não somente como registros do passado, mas como "marco referencial a partir do qual as pessoas redescobrem valores e experiências, reforçam vínculos presentes, criam empatia com a trajetória da organização e podem refletir sobre as expectativas dos planos futuros" (WORCMAN, 2004, p.23). Ainda de acordo com esta autora, a história de uma empresa: (1) não é apenas uma narrativa construída sobre o passado, mas uma visão de futuro; (2) é também a história das pessoas que participaram de sua trajetória; e (3) é parte da história do país e deve ser encarada como conhecimento pela sociedade (WORCMAN, 2004).

Com o passar do tempo, entretanto, o objetivo final destas funções primárias (ou o seu fundamento essencial) sofre alterações e os museus passam a ser compreendidos a partir do seu potencial comunicativo. Pode-se então afirmar que se nos primeiros museus corporativo, como já dito anteriormente, o foco principal direcionava-se sobre questões históricas como “(...) a história da empresa, (...) as contribuições do fundador e outros indivíduos-chave e a exibição de documentos, fotografias e produtos do passado” (NISSLEY; CASEY, 2002, p.36), nos dias de hoje a ênfase vincula-se às demandas das áreas de relações públicas ou marketing.

Deve-se ressaltar que este mesmo movimento (e as propostas conceituais atreladas aos museus corporativos) pode ser desdobrado e ampliado para outras formas organizacionais. Assim, pode-se constatar um aumento representativo no número de organizações que escrevem a sua própria história e depois disponibilizam de forma sistematizada seus documentos como fontes de informação para grupos considerados estratégicos e de interesse (NISSLEY; CASEY, 2002; FOSTER; CORAIOLA; SUDDABY; KROEZEN; CHANDLER, 2017). Como salienta Diego Coraiola, a história empresarial/organizacional vem

sendo cada vez mais utilizada como:

"(...) ferramenta essencial para aumentar a eficiência organizacional por meio da redução de custos e gestão da informação; documentação, preservação e prestação de contas exigidas pela legislação e por órgãos públicos no serviço legal e público; atendimento às necessidades gerais da empresa, que envolve o registro e o arquivo de informações sobre as diversas atividades, eventos e projetos desenvolvidos pela empresa; e fonte de informação, como repositório do conhecimento, experiência e competência gerados na organização" (CORAIOLA, 2012, p.263).

Neste sentido, a história começa a ser utilizada pelas empresas de forma estratégica para: aproximar funcionários, colaboradores e parceiros (COSTA; SARAIVA, 2011), estabelecendo e/ou confirmando a identificação destes com a organização (ANTEBY; MOLNAR, 2012); fortalecer a marca e a identidade da organização no mercado, através da transmissão de uma imagem de credibilidade e solidez (ROWLINSON; BOOTH; CLARK; DELAHAYE; PROCTER, 2010; COSTA; PESSOA, 2016); contribuir com a gestão de pessoas e com a comunicação interna e externa; desenvolver mecanismos que permitam a uma organização um maior grau de autoconhecimento, por meio do resgate de processos, princípios e valores (RIBEIRO; BARBOSA, 2007); cooperar com pesquisadores, oferecendo informações históricas da organização; e viabilizar uma integração mais eficiente de diferentes culturas empresariais provenientes de fusões, aquisições e processos de reestruturação. Desta forma, mais do que apenas espaços de alocação e/ou guarda de documentos, os acervos organizacionais e empresariais passam a ser entendidos como provedores de futuras vantagens competitivas (RIBEIRO; BARBOSA, 2007; WORCMAN, 2004) e fonte de legitimidade (SUDDABY; FOSTER; TRANK, 2010).

Ou seja, tanto o museu corporativo tradicional quanto o estratégico são resultados das escolhas narrativas da organização, que guiam os visitantes em uma jornada assumida como histórica. Como desdobramento deste novo direcionamento (ou ressignificação), ao lado da ideia de museu tradicional (considerado uma estrutura estática cuja exposição de objetos e produtos antigos narram a história da empresa e servem como um depósito histórico) surge o museu estratégico, onde o passado passa a ser compreendido como um ativo estratégico da organização. Dessa maneira, os museus corporativos são atualmente considerados um importante canal estratégico para as organizações se comunicarem com seus *stakeholders*, estreitando laços de identificação e contribuindo para o desenvolvimento da identidade organizacional e da imagem da organização.

Em termos mais operacionais, os museus corporativos são construídos dentro das próprias empresas ou em suas proximidades. Em relação às políticas de admissão nestes espaços de memória, os modelos variam: algumas empresas cobram taxas de entrada; em outras a entrada é gratuita; e em alguns casos o acesso pode ser restrito apenas aos funcionários e convidados (STIGLIANI; RAVASI, 2007). Em sua versão mais contemporânea, os museus corporativos podem também adquirir diferentes formatos, tais como instalações em salas de exposições, centros de visitantes, centros de informação e visitas guiadas às fábricas (DANILOV, 1992; NISSLEY; CASEY, 2002). De qualquer forma, Danilo (1992) argumenta que, independente do formato que a empresa escolher implantar e dos objetivos que pretende alcançar, as funções primárias (já apresentadas no Quadro 1) podem ser identificadas como

inerentes e imprescindíveis aos museus corporativos.

Por fim, uma das formas possíveis de analisar as disputas entre estas narrativas, é proposta por Schultz e Hernes (2013). Apesar do foco dos autores ser nos processos de construção e reconstrução da identidade organizacional, o seu esquema analítico nos ajuda a identificar como a memória é evocada no presente pelas organizações em seus museus. Para os autores, a memória organizacional pode ser categorizada sob as formas textual, material e oral. A forma de memória mais utilizada é a memória textual, que se apresenta sob as formas de regras escritas, comunicação corporativa, registros e autobiografias corporativas (SCHULTZ; HERNES, 2013). O texto na forma escrita apresenta uma relativa constância de significado ao longo do tempo, permitindo que informações sobre fenômenos organizacionais sejam reinterpretadas sob a mesma luz por longos períodos de tempo (SCHULTZ; HERNES, 2013). Já a memória material pode assumir as formas de artefatos, espaços físicos, protótipos e emblemas; que exemplificam práticas do passado e fornecem pistas sobre os contextos em que foram realizadas (SCHULTZ; HERNES, 2013). Ao contrário do texto, os artefatos fornecem manifestações diretas de como algo se parece ou sente, e criam um imediatismo da experiência enquanto permanecem abertos a diferentes interpretações (SCHULTZ; HERNES, 2013). E a memória oral, por sua vez, é manifestada pelas formas de histórias e narrativas, rituais e cerimônias, apresentações e conversas. A chave para a memória oral está na transmissão de um significado que não está ligado a uma coisa ou a um fato, mas que é adquirido através do relacionamento intersubjetivo de experiências ao longo do tempo (SCHULTZ; HERNES, 2013).

3. Trajetória Metodológica

De forma a alcançar o objetivo desta pesquisa, foram realizadas cinco visitas técnicas ao museu do Fluminense Football Club. As visitas (que ocorreram em 2019, no início de 2020 e em 2022) duraram cerca de uma hora e meia cada, e foram guiadas por dois funcionários diferentes, dentre eles um historiador, que contaram detalhadamente, ala por ala do espaço, a história oficial do Clube. As primeiras visitas, de caráter exploratório, ocorreram em outubro e novembro de 2019 e contemplaram o espaço físico do Flu Memória. As demais visitas buscaram aprofundar a descrição das salas - e mais especificamente a sala da Copa Rio de 1952; a relação entre as diferentes narrativas; e a forma como as memórias do Clube são invocadas (formas textual, material e oral).

Durante as visitas ao museu foram observadas, coletadas e analisadas fotografias, textos, vídeos e demais artefatos que constituem o acervo do local. Também foram recolhidos (gravados e transcritos) os depoimentos dos guias. Para complementar a coleta de dados e as notas de campo, foram ainda analisadas fontes provenientes de outros textos bibliográficos (como, por exemplo, a leitura de um dos duzentos exemplares de luxo distribuídos em 1952, a “História do Fluminense”, escrito por Coelho Netto) e da websérie recém lançada pelo Fluminense (em março de 2022), chamada “Herdeiros de Chico Guanabara”⁵. Ainda no que diz respeito aos procedimentos metodológicos, utilizou-se para a interpretação das fontes coletadas, a análise de narrativa temática, conforme as orientações de Maitlis (2012) e

⁵ Canal de YouTube do Fluminense - Flu TV. Disponível em: <<https://www.youtube.com/c/fluminensefc/featured>>. Acesso em abril de 2022.

Riessman (2008).

Os temas identificados na ANT e complementados pelas categorizações da memória propostas por Schultz e Hernes (2013) auxiliaram na análise das narrativas identificadas no museu corporativo do Fluminense Football Club (Sala de Troféus), mais especificamente na sala da Copa Rio de 1952. De forma mais específica, a memória textual pode ser identificada por meio da descrição dos materiais e artefatos do museu, por meio dos livros e textos consultados sobre o tema, como o livro "História do Fluminense" e imagens dispostas ao longo do museu. Já a memória material foi analisada a partir dos objetos do museu, como troféus, bolas, chuteiras, ingressos, medalhas, emblemas e o próprio espaço físico do museu. Ao tratar da memória oral analisamos as narrativas e histórias construídas a partir das falas dos guias das visitas ao museu. As visitas foram realizadas por dois guias diferentes, em dias diferentes, isso enriqueceu as narrativas com diferentes pontos de vista.

4. A Narrativa do Fluminense Football Club: "Nós somos A História"

4.1 - Tema 1: A origem

O museu reproduz as narrativas que aparecem em livros de grande circulação⁶ que mostram que o futebol foi introduzido no Brasil em 1894 pelo brasileiro Charles Miller, filho de pais ingleses. Charles estudou na Inglaterra, e quando retornou para o Brasil, introduziu o esporte no país, na sua cidade natal, São Paulo. No Rio de Janeiro, a iniciativa da introdução do futebol coube a Oscar Cox, que animado pelos hábitos esportivos adquiridos na Suíça, conseguiu organizar o primeiro jogo oficial com jogadores brasileiros em 1 de agosto de 1901. O jogo aconteceu em Niterói, no campo do Rio Cricket and Athletic Association, contra um time de ingleses, e terminou com empate de 1x1. Esta foi considerada a primeira partida oficial de futebol realizada no Estado do Rio de Janeiro, em função do cumprimento de regras do jogo como times uniformizados, bola padronizada e campo oficial.

O Fluminense Football Club foi constituído quase um ano depois, no dia 21 de julho de 1902 em uma reunião que ocorreu com vinte membros fundadores, dentre eles o presidente Oscar Cox. E em 17 de outubro deste mesmo ano, o clube já estava instalado com sua sede em Laranjeiras, bairro nobre do Rio de Janeiro (SALA DE TROFÉUS, 2019). O primeiro jogo do Fluminense aconteceu no dia 19 de outubro de 1902 contra o Rio Football Club, onde o time tricolor venceu o jogo por 8x0. Os fundadores do Fluminense, quase todos educados na Suíça e Inglaterra, tinham ideias consideradas avançadas à época e seguiam uma mesma linha de conduta: programas baseados na organização administrativa, técnica e esportiva, e respeito à tradição (NETTO, 1952). Mas, na narrativa do guia do museu, o elitismo não seria uma

⁶ Cabe aqui a ressalva de Melo (2020, p.152 e 153) de que "personagens como Charles Miller, Oscar Cox e Vítor Serpa, entre outros, são constantemente lembrados por seus feitos. Suas narrativas épicas têm semelhanças argumentativas. Tendo conhecido e se apaixonado pelo futebol em outras localidades mais "civilizadas", em seu retorno à terra de origem, trouxeram equipamentos e o desejo de organizar a prática, convencendo outros interessados, enfrentando dificuldades, ao fim superadas com grande esforço. Graças a eles (...) teria começado a gloriosa trajetória de uma das mais importantes manifestações culturais do Brasil. (...) Todavia, é nessa esfera que se tem contestado mais intensamente essa narrativa-mestra, conforme foi se estruturando melhor um campo de estudo ao redor do futebol (...) Em linhas gerais, infere-se que a conformação de iniciativas, o desenvolvimento do gosto e a valorização do futebol constituem um processo mais múltiplo e complexo, não emergindo de um único polo".

característica apenas do Fluminense:

“O Fluminense não tinha como ser um time da classe popular, pois o futebol, pela sua própria história, era inicialmente um esporte voltado para a elite. O Fluminense foi um dos primeiros clubes de futebol do Rio de Janeiro, não tinha como ser diferente” (DEPOIMENTO GUIA 1, 2019).

No entanto, ainda conforme o depoimento, devido ao futebol demandar menos recursos que outros esportes, como o hipismo, por exemplo, a classe popular, com o tempo, foi se apropriando do futebol.

Pode-se destacar que a fama de ser elitista parece já nascer no próprio momento de criação do Clube, uma vez que seus fundadores foram quase todos educados na Europa. A periodização construída por Mário Filho (1947) também corrobora esse ponto. Conforme Pereira (2000, p.15), este autor/jornalista dividia a história do futebol em três períodos:

"no primeiro, que iria dos primeiros anos do século até meados da década de 1910, o futebol seria um jogo de elite, praticado somente pelos jovens elegantes que se associavam aos principais clubes da cidade; o segundo, que iria deste momento até o final da década de 1920, definiria o momento de aproximação de outras camadas sociais, sendo marcado pelo impulso sistemático de exclusão dos negros e pobres que começavam a se envolver com o jogo; por fim, um último período, que se iniciava na década de 1930, assinalava finalmente a efetivação da presença negra nos campos".

4.2 - Tema 2: O Tour Guiado pela História

Para expor e divulgar a sua centenária história, o Fluminense oferece uma visita ao seu museu (Sala de Troféus), situado na sede do clube, em Laranjeiras. O espaço, que acabou tornando-se mais do que uma sala de exposições, resgata, preserva e divulga a história do clube, e por consequência, a história do futebol do Rio de Janeiro (NETTO, 1952). O seu acervo é composto por objetos, fotos (físicas e digitais) e documentos guardados ao longo dos anos pelo clube.

Em termos de funcionamento, o espaço está aberto à visitação todos os dias da semana por um valor fixo. A visita também pode ser guiada por um dos funcionários do museu que narra a história do clube ao longo do percurso que atravessa diversas alas, galerias e instalações, como por exemplo, a galeria de memória, a galeria dos gigantes, a ala dos guerreiros, a galeria do vestiário, a ala das torcedoras, a ala das taças e medalhas e o espaço literário. A visita guiada é aberta a todos os visitantes interessados e não apenas aos sócios do clube (que têm direito à entrada gratuita) e/ou torcedores (SITE DO FLUMINENSE, 2022b). E como o Fluminense é um time nacional, pessoas de todos os lugares do país se interessam pelo tour. Indagado acerca do perfil dos visitantes do museu, o guia responde que:

"(...) é de 60% do Rio [Estado do Rio de Janeiro] e 40% de fora. (...) São torcedores do Fluminense do Brasil inteiro. Norte, Nordeste, Centro-Oeste ... tem muito torcedor do Espírito Santo. (...) Quando tem jogo importante (...) Quando é uma final de campeonato carioca, quartas de final de campeonato Sul-Americano, aí vem caravanas de Brasília, Espírito Santo. E aí é normal que antes do jogo, o jogo é às nove e meia da noite, [os torcedores cheguem] aqui cinco horas (...) quatro horas da tarde. Passam aqui nas Laranjeiras.

Visitam. Conhecem. Tiram foto. Quem já veio, relembra. Quem não veio ainda conhece. E depois vai pro jogo" (DEPOIMENTO GUIA 1, 2019).

Entretanto, apesar da reconhecida importância da história para o Clube, em sua estrutura organizacional funcional não foi identificada uma Vice-Presidência ou Diretoria de Patrimônio Histórico (SITE DO FLUMINENSE, 2022c).

Ao iniciar o tour guiado oferecido pelo espaço de memória, o visitante é logo apresentado ao novo mascote do clube, o Guerreirinho. A história narrada do novo mascote começou em 2009, durante o campeonato brasileiro, quando o Fluminense tinha grandes chances de cair para a segunda divisão, mas teve uma recuperação atribuída ao apoio da torcida que começou a lotar os estádios e exaltar o "time de guerreiros". Como resultado - em parte - desse apoio, o time tricolor escapou do rebaixamento, e ainda, no ano seguinte, depois de 26 anos, conquistou o título de campeão brasileiro. O "time de guerreiros" virou uma marca do clube, e o Fluminense como instituição vislumbrou a oportunidade de ressignificar a sua identidade, e inaugurar "um novo Fluminense", já que o antigo mascote, o Cartola, fazia alusão à aristocracia carioca, e tornou-se um símbolo que passava valores não mais alinhados aos valores do clube nos dias de hoje.

Desta forma, a primeira peça vista no tour do museu é a armadura do guerreiro, logo na entrada do espaço nos deparamos com a mesma. Isso pode evidenciar a importância que o novo mascote tem para o clube, registrando a história de superação vivida e estabelecendo o guerreiro como uma representação do clube. É interessante notar que, além da armadura que representa o time de guerreiros, também existe o emblema do patrocinador da peça. A marca de cerveja Brahma da cervejaria Ambev presenteou o clube com a armadura. A marca possui um foco de envolvimento com questões relacionadas ao futebol, em seu site, por exemplo existe a interação do "palpite Brahmoso". O palpite Brahmoso propõe aos torcedores de futebol que durante as partidas de futebol da temporada vigente os mesmos possam palpitar respondendo perguntas referentes ao jogo, aos dois clubes em disputa, ou somente referente à sua torcida. No final da interação, ou seja, no final da partida o pódio já está organizado e o "palpiteiro" com mais acertos pode ganhar prêmios e acumular pontos (que são convertidos em prêmios) para as próximas partidas.

No espaço também é retratado o antigo mascote Cartola, substituído nos dias de hoje pelo Guerreiro. O primeiro mascote do clube visava, como já foi dito, ilustrar a nobreza e a elite que integrava grande parte dos jogadores e da torcida no surgimento do Fluminense. Como já mencionado, o Fluminense foi fundado por jovens de famílias abastadas, que trouxeram o futebol (e suas práticas) da Inglaterra para o Brasil e que ia se consolidando como um modismo elegante:

"(...) no campo [início dos anos 1900], os jogadores do Fluminense também capricharam em sua apresentação. Ainda com seu primeiro uniforme cinza e branco, o time entrava em campo de maneira impecável. Com as camisas elegantes e bem passadas, as faixas que prendiam as bermudas e os penteados cuidadosamente arranjados, os jogadores mostravam a altivez com a qual disputavam suas partidas. Composto por jovens de pele clara e bigodes bem aparados, em grande parte filhos de famílias europeias, o time do Fluminense ia dando ao jogo no Rio de Janeiro um perfil definido: palco de afirmação de modismos e hábitos europeus, os estádios serviam (...) como

um espaço de celebração de seu cosmopolitismo e refinamento, em um processo que ia imprimindo ao futebol por eles praticado a marca da modernidade" (PEREIRA, 2000, p.31).

As imagens do antigo mascote pode ser observada no museu em um terceiro ambiente que retrata acontecimentos diversos do clube, onde também está enquadrada a ata de fundação do clube; a história de Affonso de Castro (sócio-torcedor que criou e organizou a primeira sala de troféus do clube em 1947) e a história da torcida do Fluminense com o Papa João Paulo II, que foi adotado pela torcida desde sua primeira visita, sendo nomeado o novo padroeiro do clube, junto com Nossa Senhora da Glória.

Um dos guias também comentou que, além da imagem de um time guerreiro, a identidade do Fluminense está fortemente ligada a uma narrativa de pioneirismo, devido a ele ter sido o primeiro clube de futebol do Rio de Janeiro, ter construído o primeiro estádio do Brasil, ser o único time de futebol do mundo que tem uma taça olímpica, ter participado do primeiro jogo da seleção brasileira, entre outros feitos que marcam o clube como aquele que fez a história do futebol no Rio. Esta narrativa é expressa na frase "Nós somos a história" e é utilizada pelo clube para indicar seu importante papel social no futebol:

"A questão da história e da memória pra gente é fundamental. A gente tem um slogan aqui dentro: "Nós Somos a História". Isso já quer dizer muita coisa. Já teve camisa do Fluminense, que atrás sempre vem uma inscrição, e aí já teve "Nós Somos a História". Já teve um livro "Nós Somos a História" (DEPOIMENTO GUIA 1, 2019).

Logo em seguida, no percurso proposto pelo tour, há um porta-retrato digital, onde são exibidas fotos de todos os presidentes do clube; e mais a frente, estão expostas a primeira bandeira da história do Fluminense e uma foto do time de 1904. Esta foto mostra o primeiro uniforme do Fluminense, que se compunha de camisa branca e cinza claro, metade de cada cor, com gola, trazendo o escudo no lado esquerdo do peito. Como havia, na época, a dificuldade de importação do tecido na cor cinza, uma nova combinação de cores foi utilizada: verde, branco e grená. São as cores utilizadas pelo clube até os dias de hoje.

Na seção seguinte existe um mural com quadros de acrílico que informam sobre curiosidades de algumas ações do clube, alguns acontecimentos históricos que tiveram a participação do Fluminense, torcedores famosos, como Chico Buarque e Nelson Rodrigues. Essa é a mesma seção onde se encontra o mascote cartola. Esse mural também conta a história de apoio do Fluminense (seu papel social) contra o nazismo, quando o clube arrecadou fundos dentre os seus sócios para comprar um avião "Fairchild" que foi utilizado para o treinamento de pilotos militares brasileiros e estadunidenses. Também é evidenciado para o visitante a multirracialidade do clube desde 1910, em um quadro com a foto do time de aspirantes onde é destacado que o Fluminense já espelhava todas as etnias que faziam parte do país (descendentes de ingleses, portugueses, mulatos e caluzos). A questão da multirracialidade também é destaque no documentário "Herdeiros de Chico Guanabara", que era negro e teria sido o primeiro torcedor como se conhece hoje.

Na galeria de memória, o visitante se depara com o paletó de viagem do Fluminense utilizado em 1905; mais um painel que apresenta uma breve história da fundação do Fluminense Football Club, e as imagens de seu precursor Oscar Fox e do atleta Preguinho, que foi o autor do primeiro gol do Brasil em Copas do Mundo e campeão pelo Fluminense em oito

modalidades diferentes (atletismo, basquete, futebol, hockey, natação, saltos ornamentais, voleibol e polo aquático).

Logo em seguida, há um espaço dedicado aos “gigantes”, onde quatro grandes ídolos do Fluminense ganharam destaque: o Washington e o Assis, conhecidos como o casal 20, que receberam nove títulos pelo clube; o Oswaldo Gomes, autor do primeiro gol da Seleção Brasileira; e o Castilho, que foi o craque que mais vestiu a camisa do clube, e que deu uma prova de amor enorme ao Fluminense, quando depois de diversas contusões no seu dedo mindinho que atrapalhavam a sua participação no jogos, decidiu amputar o membro para conseguir jogar na decisão de 1957. No local, há também um vídeo da Sala de Troféus, com depoimentos de ex-jogadores e torcedores ilustres. Ao centro desse espaço fica a enorme taça Gardano, oferecida pela fábrica de chocolates Gardano em 1936. A fábrica destinou a taça ao clube que obtivesse maior número de vitórias no campeonato carioca por três anos consecutivos. O Fluminense conquistou esse feito no triênio 1936-37-38, quando foi tricampeão Carioca.

Mais adiante, um grande painel chamado Guerreiros expõe grandes jogadores do clube e uma breve história da passagem de cada um deles pelo time. Já na na galeria do vestiário, onde chuteiras e camisas antigas estão expostas, há uma bela homenagem ao Ximbica, roupeiro que trabalhou por 36 anos no Fluminense e foi uma das pessoas mais queridas pelos tricolores.

Na ala de torcedores, além da lembrança do padre Romualdo, responsável por muitas das fotos utilizadas no acervo, as mulheres são apontadas pela primeira vez, por terem sido elas as responsáveis pela origem do termo torcida, quando, nas primeiras décadas do século 20, em momentos decisivos dos jogos, descontam suas aflições torcendo as luvas (adereço bastante usado na época, que era retirado em função do calor). Como narrado pelo guia do tour, o jornalista tricolor Coelho Netto publicou no jornal, “enquanto em Laranjeiras eles jogam, elas torcem”, e, por isso, começou a chamar as mulheres que assistiam aos jogos do Fluminense de torcedoras de luvas do Fluminense. O termo foi cada vez mais ganhando espaço, e torcer passou não só a significar torcer as luvas, mas também torcer, de forma geral, para o Fluminense.

Essa imagem possui um certo destaque no ambiente em que está alocada, próximo da sala do troféu do mundial de 1952 e também da sala dedicada ao Estádio das Laranjeiras. Ela ocupa uma parte da parede onde são retratadas mulheres bem vestidas com os trajes utilizados nas primeiras partidas em que as torcedoras estiveram presentes e que indicam o pertencimento a classes mais privilegiadas. A mesma parede também possui um texto que descreve a origem do termo torcedoras.

Conforme nos mostra Pereira (1997, p.26), "o futebol, como o curso carnavalesco, o cinematógrafo e o footing na Avenida transformou-se numa grande moda entre os rapazes e moças das mais finas famílias da cidade, que faziam dos estádios verdadeiros pontos de encontro e de flerte". Entretanto, deve-se ressaltar que a curiosidade pelo jogo não era restrita apenas a esta pequena parcela da sociedade. Apesar de não mencionado no museu, ainda de acordo com este autor:

"Nos mesmos jogos nos quais o Fluminense juntava em suas arquibancadas uma juventude elegante e seleta, uma pequena multidão de curiosos

divertia-se do lado de fora por sobre os telhados e muros apreciando o jogo dos jovens rapazes - como mostravam as fotos publicadas em 1905 pela revista O Malho. (...) Entre o interesse manifesto pela curiosidade de quem se espreme para assistir aos jogos e a tentativa de começar a praticá-lo em seus próprios espaços, não parecia haver um caminho muito longo" (PEREIRA, 2000, p.57).

O segundo vídeo da Sala mostra torcedores folclóricos, como Guilhermino Destez Santos, conhecido como o "Careca", que passava pó-de-arroz por todo o corpo, e carregava nas mãos uma sacola cheia do produto branco para atirar em quem aparecesse nos jogos do Fluminense. De acordo com a narrativa do Clube, ele levava alegria à torcida tricolor quando entrava na arquibancada com todo o seu carisma e muita diversão. A foto nessa sessão é da homenagem que foi feita a ele no gramado do Maracanã quando do jogo de celebração do centenário do clube.

Em um pequeno espaço com vista para o gramado, localizado embaixo da arquibancada, onde funcionava o antigo almoxarifado, está a galeria que conta, por meio de maquetes e vídeos, a história do estádio de Laranjeiras, o primeiro do Brasil. Foi lá que, em 1914, a seleção brasileira começou a sua história em um jogo contra o Exeter City, time inglês, que terminou com vitória brasileira, por 2X0. O primeiro gol da partida foi marcado por Oswaldo Gomes, jogador tricolor. Nesta galeria também está a bola da partida.

Em seguida, existe um espaço destinado à Copa Rio 1952 e à taça do mundial, uma história narrada no tour que enaltece a vitória do Clube em uma partida que resultou no alcance da taça. No entanto, como será visto com mais detalhes no próximo tema, existem controvérsias sobre a conquista do título, uma vez que a Fifa ainda não o reconheceu oficialmente.

A ala das taças e medalhas conta com os troféus, medalhas e alguns objetos avulsos, e está dividida em: divisão de base, esportes olímpicos, campeonatos cariocas e outras conquistas internacionais. Dentre todos os troféus expostos, estão os dois primeiros troféus conquistados em 2020 e 2021 pelo time de futebol feminino Sub-18 do Fluminense. Em uma das paredes da sala existem quadros com fotos de atletas do clube das diversas modalidades, como pólo aquático, basquete, natação, salto ornamental, judô, entre outros. Há também, em outra parede, fotos dos principais campeonatos cariocas disputados pelo Fluminense. O tour termina com um espaço disponível para pesquisa com jornais, revistas e livros sobre o Fluminense.

4.3 - Tema 3: O Patrimônio Histórico

O registro da trajetória histórica do Fluminense, entretanto, não está circunscrita apenas ao espaço do Museu (Sala de Troféus). Além de um setor de arquivo (já mencionado anteriormente) denominado Flu Memória, responsável pela preservação da história do clube e de seus jogadores, por todo o espaço físico da sede do clube pode-se identificar bustos, placas e festas comemorativas de sua história e memória.

E também da história do bairro das Laranjeiras. Segundo depoimento do historiador responsável pelo tour:

"A gente tem o Flu Memória há bastante tempo no Fluminense como um setor de arquivo, documentação e história do Fluminense. (...) O Flu memória

produz vídeos e livros. Sobre algum tema. Por exemplo, no ano passado [2018], a gente fez o tema sobre o Maracanã. A relação do Fluminense com o Maracanã" (DEPOIMENTO GUIA 1, 2019).

Deve-se ressaltar, ainda, que o Fluminense além de produzir sua historiografia também contribui com a historiografia do futebol brasileiro. Para além de seu forte vínculo histórico com a seleção brasileira de futebol (como já mencionado, o clube foi a primeira casa da seleção), ele também contribui com seu acervo para o Museu do Futebol localizado no estádio municipal Paulo Machado de Carvalho (Pacaembu) em São Paulo. No Museu do Futebol é narrado o pioneirismo do estádio das Laranjeiras, sendo o primeiro do país, inaugurado em 1914. Também é evidenciada a importância do primeiro goleiro da seleção brasileira (1920), que veio do Fluminense, Marcos Carneiro de Mendonça. Além disso, na sala de fotografias, encontra-se uma foto de uma partida de futebol no estádio das Laranjeiras em 1916, onde as pessoas assistiam a partida em cima do morro.

Desta forma, podemos identificar que o espaço de memória e história oficial do Fluminense, nos termos das funções primárias dos museus corporativos propostas por Danilov (1992), tem o intuito de preservar e transmitir a sua história desde a sua origem até suas conquistas mais recentes. De acordo com o depoimento recolhido de um dos responsáveis pela visita guiada ao espaço:

"É um dos lugares mais importantes [da sede do Clube nas Laranjeiras]. Principalmente quando vem criança. Depois do gol. Ver os gols antigos, conhecer os troféus e ver isso tudo aqui é onde o torcedor se torna torcedor" (DEPOIMENTO GUIA 1, 2019).

Dessa maneira, se reforça a ideia de que os museus, também no âmbito de um clube de futebol, têm um papel relevante na construção de estratégias para conduzir narrativas para a preservação e transmissão da história que impactam na percepção do presente. Ao visitar o espaço, os torcedores são apresentados a narrativas que os levam a se identificar com um time pioneiro, vencedor, campeão mundial, guerreiro e que faz parte sobremaneira da história do futebol.

5. O Tema da Copa Rio de 1952: Disputas e usos estratégicos do passado:

De forma a aprofundar o objetivo proposto deste artigo de refletir sobre os usos estratégicos do passado pelas organizações a partir da análise das narrativas presentes no museu do Fluminense Football Club (Sala de Troféus), foi analisada - de forma mais detalhada - a sala da Copa Rio II, de 1952. O percurso escolhido neste artigo para analisar a sala da Copa Rio 1952 foi refletir e problematizar as suas narrativas a partir de uma importante função primária dos museus corporativos (DANILOV, 1992): influenciar a opinião pública sobre a empresa e/ou questões controversas.

No caso específico da Copa Rio de 1952, a controvérsia em questão é que a FIFA (Fédération Internationale de Football Association) ainda não reconheceu essa Copa como sendo um título mundial por considerá-la um torneio amistoso com equipes convidadas. E neste ponto, a narrativa sobre a Copa Rio de 1952 produzida pelo Fluminense Football Club está em disputa com narrativas alternativas. E como forma de comprovar, legitimar e

oficializar o título de campeão mundial da Copa Rio de 1952, o Clube vem reunindo diferentes fontes consideradas como evidências históricas do fato em questão: documentos, artefatos, depoimentos e dossiês encomendados a pesquisadores e historiadores. A polêmica voltou a ser atual quando da disputa pelo Clube de Futebol Palmeiras da final do Mundial de Clubes organizado pela FIFA, em 2021. FIFA publicou no seu site: “O Palmeiras também venceu a Copa Rio 1951, o primeiro torneio intercontinental de clubes” (FIFA, 2021; grifo nosso)⁷. Esse comentário reforçou a narrativa do Palmeiras e do Fluminense pelo título mundial de clubes e a busca pelo reconhecimento oficial pela FIFA.

É neste contexto que a ala do museu dedicada ao tema adquire maior relevância. O tema Copa de 1952 possui uma ala exclusiva para ele e está estrategicamente localizada na conexão entre o primeiro salão do museu e a grande “Sala dos Troféus” e pode-se dizer que o Fluminense evocou o passado usando as três diferentes formas de memória, como proposto por Schultz e Hernes (2013). Dessa maneira, o visitante se vê imerso - como num túnel do tempo - na história dessa Copa sendo conduzido pelos diversos objetos da época aí localizados, pelo som das torcidas e por grandes painéis com a narrativa dos feitos dos “Heróis de 1952”.

A memória material é evocada por meio de diversos artefatos como a chuteira do jogador Marinho (artilheiro do Fluminense no torneio e autor de um gol em cada jogo da final), ingressos dos jogos, troféu do campeonato, faixa de campeão mundial e flâmulas dos clubes participantes do evento (Imagens 1 e 2). No ambiente há um vídeo que mostra momentos dos jogos da competição de 1952, que emite o som do grito da torcida ao fundo, trazendo à tona as lembranças dos jogos para quem participou do evento, e estimulando a imaginação dos visitantes do tour que não tiveram a oportunidade de estarem lá.

No painel “Os Heróis de 1952”, o destaque é para os jogadores ainda vivos que foram homenageados na festa de 60 anos do título. A fala do jogador “Jair Santana” dá destaque à importância desse título:

“A Copa Rio de 1952 teve grandes times e o Fluminense foi ganhando de todos com grande autoridade. O Brasil havia perdido a Copa do Mundo de 1950 e aquela conquista foi muito importante. Ela ajudou o futebol brasileiro a se reerguer e lavou a alma do torcedor” (SALA DE TROFÉUS, 2022).

Aqui vemos novamente a narrativa da ligação da história do Fluminense com a da seleção brasileira.

⁷ “Palmeiras also won the Copa Rio 1951, the first intercontinental club tournament. The eight-team event featured Austria, Juventus, Nacional and Sporting” (FIFA, 2021).

Imagens 1 e 2: Taça de Campeão e ingressos, bola e objetos da Copa Rio 1952



Fonte: Acervo Próprio

A Copa Rio teve esse nome porque foi patrocinada pela Prefeitura do Rio de Janeiro. Sua primeira edição foi em 1951 e foi vencida pelo Clube de Futebol Palmeiras. Segundo a narrativa disposta em um grande painel no museu, a Fifa teria dado o aval para a organização da competição nas pessoas de Jules Rimet (terceiro presidente da Fifa de 1921 a 1954) e dos dirigentes Stanley Rous e Ottorino Barassi. O torneio foi organizado pela Confederação Brasileira de Desportos (CBD, hoje CBF, Confederação Brasileira de Futebol) e era dividido em dois grupos de quatro equipes, um grupo sediado no estádio do Pacaembu, em São Paulo, e outro no Maracanã, onde ocorriam as finais. As equipes convidadas estavam entre os campeões nacionais da América do Sul e Europa, os árbitros eram estrangeiros e o torneio contava até mesmo com uma bola oficial. Os campeões estaduais do Rio e de São Paulo eram os representantes brasileiros na competição. Dado o ineditismo do formato da disputa, segundo a narrativa do Fluminense, o torneio foi chamado de diversas maneiras pela imprensa brasileira e internacional: *“Torneio Internacional de Clubes Campeões, Campeonato Mundial de Futebol, e Torneio dos Campeões”* (SALA DE TROFÉUS, 2022).

A final da Copa Rio de 1952 teve o Corinthians, campeão paulista, como vencedor do grupo que jogou no Pacaembu, e o Fluminense, campeão carioca, que venceu o grupo sediado no Maracanã. O Fluminense derrotou o Corinthians no primeiro jogo por 2x0 e empatou o segundo em 2x2, no sábado dia 2 de agosto de 1952. Assim, o clube terminou como a única equipe invicta na competição, o que gerou um enaltecimento ainda maior da conquista na narrativa tricolor. O Fluminense só não venceu o Sporting (campeão de Portugal), no primeiro jogo da fase de grupos, que terminou empatado em 0x0. Depois venceu o campeão da Suíça, o Grasshopper, por 1x0. Em seguida venceu o Peñarol (campeão do Uruguai) por 3x0, no que a imprensa da época chamou de a revanche do “Maracanazo”, pois a equipe uruguaia contava com cinco jogadores da equipe nacional que em 1950 havia derrotado o Brasil, entre eles

Gighia e Schiaffino, autores dos gols da “Celeste” na final da Copa do Mundo. Nas semifinais, o Fluminense havia derrotado, nas duas partidas disputadas, o Áustria Viena (campeão da Áustria), na vitória que a imprensa chamou de “Sonho de Valsa”. Segundo a narrativa do Fluminense, essa conquista permitiu a torcida carioca:

“comemorar um título mundial no Maracanã, algo que estava engasgado desde a Copa do Mundo, dois anos antes”. Porém, esse mesmo painel demonstra precaução quanto à legitimidade do título, pois afirma que o torneio era considerado “extra-oficialmente um verdadeiro campeonato mundial de clubes à época” (SALA DE TROFÉUS, 2022).

E, ao mesmo tempo, a conquista também garantiu ao clube uma importante taça no ano de seu cinquentenário (SITE DO FLUMINENSE, 2022). Ainda em termos de memória material, um dos painéis do museu ressalta como legados da Copa Rio de 1952 a criação da Copa dos Clubes Campeões da Europa (hoje *Champions League*), ainda em 1955, e o próprio Mundial de Clubes organizado pela primeira vez pela Fifa, no ano 2000, em formato similar à Copa Rio com sedes em São Paulo e Rio. Curiosamente, nessa primeira edição organizada pela Fifa o Corinthians sagrou-se campeão. Também deve-se destacar a importância de frases que transbordam os limites do museu físico. A frase “Campeão Mundial 1952”, por exemplo, de tão significativa para o Clube, está marcada na arquibancada do estádio de Laranjeiras e recorrentemente também é exposta nas partidas no Maracanã, reforçando a ampliação dos limites do museu, conforme as Imagens 3 e 4 a seguir:

Imagem 3: Frase “Campeão Mundial 1952” na arquibancada das Laranjeiras



Fonte: Acervo Próprio

Imagem 4: Faixa Campeão Mundial de 1952 exposta no Maracanã



Fonte: globoesporte.com

Uma outra fonte importante foi a memória oral, por meio da qual os pesquisadores deste estudo (junto com demais visitantes do museu) ouviram as histórias contadas pelos guias do tour e outros funcionários do Fluminense, ao visitar e percorrer o espaço. A forma como essas pessoas narram a história da Copa de 1952, com encanto e sentimento de orgulho pela conquista do título, passa ao visitante do espaço a certeza de que o Fluminense foi o vencedor de um evento mundial:

"Foi um campeonato, na década de 50, baseado na Copa do Mundo de 50. Em 51, baseado nas colocações das Copas, fizeram um torneio, aqui mesmo no Brasil, no Rio de Janeiro, onde as principais seleções enviaram seus principais clubes e como foi no Brasil o campeão carioca e o paulista foram convidados e fizeram uma espécie de copa do mundo dos times. Esse campeonato por ter sido no Rio e no Brasil, foi chamado de Copa Rio. O Palmeiras venceu este torneio. Em 52, com os mesmos critérios, houve a segunda edição deste campeonato. E o Fluminense era o campeão carioca e foi convidado junto com o Corinthians e o Fluminense venceu este torneio. O que fica: É que todos os jornais da época, toda a imprensa, tanto daqui quanto dos times que vieram jogar, vieram jogar um campeonato mundial de clubes. Quando o Fluminense foi campeão, todos os jornais trataram o Fluminense como campeão do mundo. (...) O Fluminense hoje busca esse reconhecimento na FIFA junto com o Palmeiras. Mas esse é um processo (...) que a torcida do Fluminense já reconhece" (Depoimento Guia 1, 2019).

Por último, a memória textual é evocada por meio de matérias que foram publicadas em jornais sobre o evento e com textos que contam sobre a competição. Como já mencionado pelo guia do museu, a narrativa construída pela imprensa é fundamental como base para a busca pelo reconhecimento junto à FIFA do título de campeão mundial.

Todas as formas de memória acima descritas usadas pelo clube foram combinadas simultaneamente, de modo que cada uma se apoia e se influencia, reforçando a narrativa do Fluminense de que a Copa Mundial de 1952 foi uma competição mundial e que o clube saiu dela campeão. Assim, o uso conjunto das formas de memória, além de ativar a imaginação do visitante do museu e conduzi-lo a sentir a emoção de viver aquela experiência passada no presente; elas também buscam legitimar a narrativa sobre o campeonato mundial, fortalecendo o clube na luta pelo tão desejado reconhecimento oficial pela Fifa e dirimindo controvérsias.

Nesta disputa pela história, várias ações vêm sendo feitas pelo Fluminense e pelo FluMemória. Além de produzir um vídeo publicado no seu canal (Fluminense Football Club) no YouTube explicando a história da Copa Rio de 1952 e da conquista do Clube, também foi elaborado um dossiê destinado à CBF (Confederação Brasileira de Futebol), ao Conmebol (Confederação Sul-Americana de Futebol) e à Fifa (SITE DO FLU-MEMÓRIA, 2021, s/p). Esse dossiê resultou em um livro oficial denominado “Campeão Mundial - O Bravo Ano de 1952” que foi lançado na FluFest em 2017, uma festa que comemorou o aniversário de 115 anos do clube, com o tema “65 anos da conquista do Mundial de 1952” (SITE DO FLU-MEMÓRIA, 2021, s/p).

Desde 2012, ano da criação da Sala de Troféus (como um museu aberto ao público), que o Clube busca o reconhecimento do título mundial. Já são nove anos nessa busca, conforme o Quadro 2 abaixo evidencia:

Quadro 2: Tentativas de Reconhecimento do Título Mundial de 1952

Tentativas de Reconhecimento do Título Mundial de 1952	
Ano	Ação
2012	Flu faz diversas ações e o Estádio de Laranjeiras ganha inscrição especial com a expressão “Campeão Mundial 1952”. Durante o Brasileiro o Flu passou a usar um patch na camisa, sobre o torneio. Fluminense e Palmeiras trocam faixas alusivas aos títulos de 1951 e 1952 em um duelo entre os times.
2016	O clube fez entrega à CBF e Conmebol de um documento detalhado sobre a competição. Antes das Olimpíadas, o Flu entregou também uma versão para a Fifa.
2017	Clube cria camisas (Branca e Tricolor) retrô em alusão ao título. O Flu lança o livro “Campeão Mundial - O Bravo Ano de 1952”, durante a Flu Fest.
2019	O Fluminense estreou uma nova faixa na personalização do Maracanã com a inscrição “Campeão Mundial 1952”, em referência ao título da Copa Rio que completava 67 anos.
2020	Em outubro, Mário Bittencourt (presidente do Fluminense) apresenta a Copa Rio ao presidente Rogério Caboclo e pede ajuda para o reconhecimento do Mundial.
2021	Reunião entre o presidente do Flu e da CBF define novas ações sobre o assunto.

Fonte: Comunicação Fluminense F.C., 2021

6. Considerações finais

O objetivo deste artigo foi refletir sobre os usos estratégicos do passado a partir da análise das narrativas presentes no museu corporativo do Fluminense Football Club (Sala de Troféus), mais especificamente na sala da Copa Rio de 1952. Nesse sentido, foi possível identificar que o espaço de memória e história oficial do Fluminense, nos termos das funções primárias dos museus corporativos propostas por Danilov (1992), tem o intuito de preservar e transmitir a sua história desde a sua origem até suas conquistas mais recentes.

Ao percorrer o museu os visitantes podem reviver experiências de vitórias do Fluminense, o que pode reforçar os vínculos atuais com o Clube. A visita ao local pode estabelecer uma relação entre passado e presente pois, contando as histórias de vitórias passadas é possível reconhecer no clube as possibilidades de revê-las no presente. Dessa maneira, a narrativa construída pode contribuir para a projeção de um futuro pretendido. Um futuro possível. Ou seja, mostrar as conquistas do passado podem gerar uma expectativa positiva de que novas conquistas aconteçam.

O espaço contribui para ressignificar a identificação com símbolos organizacionais tradicionais ao contribuir, por exemplo, com a construção de novos vínculos com histórias e trajetórias dos “guerreiros” do clube: jogadores, torcedores e sócios. Também buscam evidenciar a participação do Fluminense em eventos críticos no contexto nacional e internacional. Essas estratégias corroboram com Worcman (2004), ao tratar o museu corporativo como um espaço de produção de empatia, criação de vínculos e expectativas. Neste sentido, o museu do Fluminense F.C. apresenta um forte alinhamento com os aspectos destacados pela literatura acerca de um típico museu corporativo. Pode-se identificar, ao longo do percurso de suas salas e galerias, narrativas sobre a história das pessoas que participaram de sua trajetória, as suas grandes conquistas e a vinculação da sua história com a história da sua cidade e do seu país (DANILOV, 1992; WORCMAN, 2004). Mais especificamente no caso da Copa Rio de 1952, o clube utiliza seu passado como uma forma de influenciar a opinião pública e tentar resolver questões controversas. A narrativa construída na Sala de Troféus evidencia um time vencedor de um campeonato mundial que é reconhecido e legitimado pelo clube e por seus torcedores, ainda que não haja esse reconhecimento pelos órgãos oficiais do futebol.

Este trabalho buscou colaborar para os estudos de memória e usos do passado compreendendo o museu de um Clube de Futebol como um espaço desenvolvido pelas organizações para construir suas próprias narrativas estratégicas e expô-las em seus lugares de memória. Analisando o espaço de memória pesquisado, podemos perceber o quanto é importante para as organizações construir suas próprias narrativas (e historiografias), legitimando-as por meio de fontes materiais, orais e textuais. Construir sua própria história permite uma apropriação do passado para a construção do presente estratégico para a organização. No caso da busca pelo Fluminense da legitimação do título de campeão mundial de clubes pela Fifa, cabem as perguntas ressaltadas por Pierre Nora: “Quem pode produzir? Quem está autorizado a produzir?” Pois como diz João Máximo, jornalista e escritor: “O torcedor está acima dos regulamentos. Está acima da própria história. Se o torcedor quer reivindicar o título mundial de 1952, pode reivindicar. A FIFA nem sempre tem razão...se a FIFA

acha que tem razão, que tal contestarmos a FIFA nisso?” (SITE DO FLUMINENSE, 2012).

Dessa maneira, utilizar o passado para reforçar o presente é uma forma de desenvolver espaços de memória como lugares estratégicos para a organização. Outros espaços de memória e de história organizacionais também fazem isso, gerando um grande potencial para um contexto de disputas de memória e produção de historiografia. E em relação à desapropriação do tradicional monopólio do historiador na interpretação do passado, ainda é Pierre Nora quem nos desafia: “se nos tempos clássicos, os três grandes produtores de arquivos reduziam-se às grandes famílias, à Igreja e ao Estado. Quem não se crê autorizado hoje a consignar suas lembranças, a escrever suas Memórias?” (NORA, 1993, p.15). Incluídas neste movimento de escrita da própria história, as organizações também passam a assumir esse papel corroborando a tríade Memória-Arquivo-Empresarial, onde todos passam a ser um legítimo historiador de si mesmo. O que talvez seja uma das respostas possíveis à indagação inicial do artigo acerca do por que o passado e suas representações (como a história e a memória) são hoje importantes para as organizações?

Enfim, no âmbito desta pesquisa, identificamos o objetivo estratégico de influenciar a opinião pública sobre a empresa e/ou questões controversas. A partir da discussão desenvolvida neste estudo, podemos ampliar as análises para outras organizações compreendendo quais os objetivos estratégicos de seus lugares de memória e como os mesmos contribuem para a construção de historiografias organizacionais. A análise realizada a partir da historiografia tricolor sobre a vitória da Copa Rio de 1952, também ressalta a importância de compreender as narrativas em disputa, evidenciando como a memória material, oral e textual se tornam aliadas para o alcance (e problematização) do objetivo estratégico que se pretende alcançar.

Referências

- ANTEBY, M.; MOLNAR, V. **Collective Memory meets organizational identity: Remembering to Forget in a Firm's Rhetorical History.** *Academy of Management Journal*, v.55, n.3, p.515- 540, 2012.
- CASTELLANI, P.; ROSSATO, C. **On the communication value of the company museum and archives.** *Journal of Communication Management*, v.18, n.3, p.240-253, 2014.
- CORAIOLA, D.M. **Importância dos arquivos empresariais para a pesquisa histórica em Administração no Brasil.** *Cadernos EBAPE.BR*, v.10, n.2, p.254-269, 2012.
- CORAIOLA, D.M.; BARROS, A.; MACLEAN, M.; FOSTER, W.M. **História, memória e passado em estudos organizacionais e de gestão.** *Revista de Administração de Empresas*, v.61, n.1, 1-9, jan-fev, 2021.
- COSTA, A., PESSÔA, L. A. G. P. **História e memória no discurso publicitário na revista Veja.** *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, v.10, n.1, p.19-36, 2016.
- COSTA, A.; SARAIVA, L. A. S. **Memória e formalização social do passado nas organizações.** *RAP - Revista de Administração Pública*, v.45, n.6, p.1761-1780, 2011.
- COSTA, A.; WANDERLEY, S. P. V. **Passado, presente e futuro da História (crítica) das organizações no Brasil.** *Revista de Administração de Empresas*, v.61, n.1, 1-8, jan- fev, 2021.
- DANILOV, V. **A Planning Guide for Corporate Museums, Galleries, and Visitor Centers.** Greenwood Press, Westport, 1992.
- FIFA (2021). **Paulistas powerhouses' prodigious past.** Disponível

- em <https://www.fifa.com/tournaments/mens/clubworldcup/qatar2020/news/paulista-powerhouses-prodigious-pasts>. Acesso em 10 de abril de 2022.
- FLUMINENSE (2012). **É CAMPEÃO! João Máximo fala sobre o Mundial de 1952**. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=65Lkc4Q008Y>. Acesso em 10 de abril de 2022.
- FLUMINENSE (2022b). **Transparência - Estrutura Organizacional Funcional**. Disponível em: <<https://transparenciafluminense.com.br/public/detalhe/6fb84aed32facd1299ee1e77c8fd2b1a6352669e/estrutura-organizacional-funcional/96>>. Acesso em 21 de março de 2022.
- FLUMINENSE (2022a). **Notícias**. Disponível em: <<https://www.fluminense.com.br/noticia/sala-de-trofeus-conta-a-historia-do-tricolor>>. Acesso em 21 de março de 2022.
- FOSTER, W.; CORAIOLA, D.; SUDDABY, R.; KROEZEN, J.; CHANDLER, D. **The strategic use of historical narratives: A theoretical framework**. *Journal of Business History*, v. 59, n.8, p. 1176-1200, 2017.
- GLOBO ESPORTE (2019). **Fluminense põe faixa "Campeão Mundial 1952" no Maracanã em referência ao título da Copa Rio**. Disponível em: <https://ge.globo.com/futebol/times/fluminense/noticia/fluminense-coloca-faixa-campeao-mundial-1952-no-maracana-para-celebrar-os-67-anos-da-copa-rio.ghtml>. Acesso em: 21 de março de 2022.
- MAITLIS, S. **Narrative Analysis**, in G. Symon; C. Cassel (eds) *Qualitative Organizational Research*. London: SAGE, 2012.
- MELO, V. A. **Entre a evidência e a especulação: a "origem" do futebol no Rio de Janeiro e em Niterói**. In: GIGLIO, S.S.; PRONI, M.W. *O Futebol nas Ciências Humanas no Brasil*. Editora Unicamp, 2020.
- NETTO, P.C. *História do Fluminense*. Editora: Rio de Janeiro, 1952.
- NISSLEY; N.; CASEY, A. **The Politics of the Exhibition: Viewing Corporate Museums Through the Paradigmatic Lens of Organizational Memory'**. *British Journal of Management*, v.17, p.535-543, 2002.
- O DIA (2017). **Entenda por que a Fifa não considera Fluminense e Palmeiras campeões do mundo**. Disponível em: <https://odia.ig.com.br/esporte/2017-11-16/entenda-por-que-a-fifa-nao-considera-fluminense-e-palmeiras-campeoes-do-mundo.html>. Acesso em: 12 de abril de 2022.
- PEREIRA, L. A. M. **Pelos Campos da Nação: um Goal-Keeper nos primeiros anos do futebol brasileiro**. *Estudos Históricos*. 10(19), p. 23-40, 1997.
- PEREIRA, L. A. M. *Footballmania: uma história social do futebol no Rio de Janeiro, 1902-1938*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2000.
- RAVASI, D. **Identidade Organizacional e Memória**. *Organicom*, v.11, n.20, p.40-48, 2014.
- RIBEIRO, A. P. G.; BARBOSA, M. **Memória, relatos autobiográficos e identidade institucional**. *Comunicação e Sociedade*, v.47, p.99-114, 2007.
- RIESSMAN, C. *Narrative Methods for the Human Sciences*. London: SAGE, 2008.
- RODRIGUES, Nelson. **O profeta tricolor: cem anos de Fluminense: crônicas**. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2002.
- ROWLINSON, M.; BOOTH, C.; CLARK, P.; DELAHAYE, A; PROCTER, S. **Social Remembering and Organizational Memory**. *Organization Studies*, v.31, n.1, p. 69-87, 2010.
- SCHULTZ, M.; HERNES, T. **A Temporal Perspective on Organizational Identity**. *Organization Science*, v.24, n.1, p.1-21, 2013.
- STIGLIANI, I.; RAVASI, D. **Organizational artifacts and the expression of identity in corporate museums as Alfa Romeo, Kartell, and Piaggio**. In: Lerpold, L.; Ravasi, D.; Van Rekon; Soenen, G. (Eds) *Organizational identity in practice*. New York: Routledge, 2007.
- SUDDABY, R.; FOSTER, W. M.; TRANK, C. Q. **Rhetorical history as a source of competitive advantage**. *Globalization of Strategy Research*, v.27, p.147-173, 2010.

SUDDABY, R.; FOSTER, W. M.; TRANK, C. Q. **Re-Membering: Rhetorical history as identity work.** In M. G. Pratt, M. Schultz, B. E. Ashforth, & D. Ravasi (Eds.), *The Oxford handbook of organizational identity*. Oxford: Oxford University Press, 2016.

WADHWANI, R.; SUDDABY, R.; MORDHORST, M.; POPP, A. **History as Organizing:** Uses of the Past in Organization Studies. *Organization Studies*, v.39, n.12, 1663–1683, 2018.

WORCMAN, K. **Memória do Futuro:** um desafio. In: *Memória de Empresa*. Nassar, P. (Org). São Paulo: Aberje, 2004.