

O Maraca é nosso?¹

André DUARTE²

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

Resumo

Através da análise do discurso, o artigo pretende discutir sobre a suposta presença dos *geraldinos* no Novo Maracanã, a partir de uma reportagem do programa dominical Esporte Espetacular, da TV Globo. Em decorrência das sucessivas reformas do estádio, ao longo dos últimos dez anos, não só a Geral teve fim, como também os geraldinos passaram a viver em extinção, tendo em vista a elitização atual do público que frequenta os campos de futebol no Brasil. Porém, de acordo com a reportagem, “*os geraldinos permanecem no Maracanã. Mesmo depois da terceira reforma, para a Copa do Mundo, eles mantiveram vivos os personagens que ajudaram a escrever um capítulo da história do futebol brasileiro*”. É preciso compreender, portanto, como as relações de poder estão estruturadas no esporte que ainda hoje representa um importante arcabouço de identidade nacional.

Palavras-chave: futebol; Maracanã; disciplina; discurso; comunicação.

No dia 21 de junho de 2015, o programa dominical Esporte Espetacular, da TV Globo, apresentou uma reportagem sobre os dez anos sem a Geral do Maracanã. Quatro geraldinos ilustres, representantes de cada um dos quatro grandes clubes do Rio, foram entrevistados para contar a respeito das suas respectivas experiências naquele setor do estádio eternizado por Nelson Rodrigues e pelo radialista Washington Rodrigues, o Apolinho. Entre os depoimentos, diversas imagens do antigo Maracanã com a Geral lotada de torcedores folclóricos se juntam aos testemunhos de Zico, Renato Gaúcho, Roberto Dinamite e Túlio Maravilha, ídolos de cada um desses times. Ao fim da reportagem, os geraldinos aparecem juntos entrando no novo Maracanã, enquanto a voz em *off* diz: “*A Geral se foi, mas os geraldinos permanecem no Maracanã. Mesmo depois da terceira reforma, para a Copa do Mundo, eles mantiveram vivos os personagens que ajudaram a escrever um capítulo da história do futebol brasileiro*”.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da ECO-UFRJ, email: duarteandre@globo.com.

Partindo do princípio de que não haja verdade oculta atrás do texto e sim gestos de interpretação que o constituam, compreender a materialidade específica da ideologia nesse discurso será vital para que o artigo trabalhe com as relações de poder que se estabelecem nesta batalha de signos. Para isso, a análise de discurso será útil, pois “considera que a linguagem não é transparente. Desse modo ela não procura atravessar o texto para encontrar um sentido do outro lado. A questão que ela coloca é: como este texto significa?” (ORLANDI, 2009, p. 17).

Em primeiro lugar, portanto, se tem como base teórica o pensamento de Bakhtin (1986), quando ele diz que “tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, tudo que é ideológico é um *signo*. *Sem signos não existe ideologia*” (p. 31). Assim, o personagem geraldino está impregnado de carga simbólica, como será visto adiante, e sua aparição na reportagem traz um significado dentro de um contexto específico. A questão é como esse encadeamento ideológico baseado em uma concepção hegemônica pode acarretar no esvaziamento de sentido.

De acordo com Gramsci, atuam na sociedade civil os “aparelhos privados de hegemonia”, organismos relativamente autônomos do Estado em sentido estrito, como a imprensa, que procuram, através do consenso, manter certos padrões de dominação. A mídia, exercendo um papel de construtora da realidade social, “agência fundamental para a constituição de memórias e identidades, e que carrega, por meio de seu discurso, instrumentos de saber e poder que cristalizam visões de mundo” (ENNE, 2008, p. 197), é capaz de impor pela hegemonia valores que conformam interesses de determinadas classes sociais.

Como se sabe a emissora Rede Globo é a detentora oficial do direito de transmissão do futebol brasileiro há mais de vinte anos. Além do principal produto, que são as partidas, ela veicula programas voltados ao segmento, entre os quais está o Esporte Espetacular, no ar desde 1973. De alcance nacional, o programa dominical tem atingido, em médio, no ano de 2015, uma audiência que varia entre oito e dez pontos³, segundos os critérios do IBOPE, o que torna o EE quase sempre o líder de audiência no horário matinal. Portanto, uma reportagem apresentada por esse programa da Globo tem um peso muito grande na formação de opinião daqueles que fazem parte do seu público alvo, que provavelmente são os que também “consomem” o futebol através da tela da TV.

3

Resta saber quais efeitos de poder circulam entre os enunciados desse discurso e como regem os comportamentos, dirigem os gestos, sem com isso se objetivar, paralelamente, as razões elaboradas estrategicamente para o exercício desse poder.

Considerando o futebol como um valioso objeto das ciências humanas, por conta de sua ambiência sociológica, e que, no caso do Brasil, está ancorado em laços vinculativos e sedimentado sob edificações identitárias, o artigo pretende contribuir para os estudos da Comunicação que tenham o esporte como eixo temático, os quais já vêm sendo desenvolvidos pelo Laboratório de Estudos em Mídia e Esporte (LEME), da Uerj, e pelo grupo de pesquisa Comunicação e Esporte, do Intercom.

O Maracanã, a Geral e o geraldino: uma breve contextualização

Como mostra Hollanda (2014), o Estádio Municipal do Rio de Janeiro, mundialmente conhecido como Maracanã, foi construído entre 1948 e 1950 para receber a Copa do Mundo no Brasil. “Adaptado a um discurso grandiloquente, que o equiparava ao ingente esforço de uma nação moderna e que o alçava à condição de monumentalidade típica do Estado brasileiro” (p. 329), esse estádio, originalmente, foi projetado para receber 150 mil pagantes, mas podendo chegar a uma capacidade 200 mil pessoas. O que faria do Maracanã, naquele momento, o “maior do mundo”.

Arquiteticamente, o estádio foi pensado para além de sua função meramente esportiva. Havia uma idéia intrínseca de seguir um padrão tradicional oriundo da cultura erudita, que era a de armar uma estrutura divisória de assentos nas platéias tal como fosse um teatro a sediar um espetáculo. Através de dois patamares principais, seis subdivisões hierárquicas escalonavam o estádio “de acordo com o conforto e com o ângulo de visão que a dimensão circular confere: geral, cadeira comum, arquibancadas, cadeira especial, camarote e tribuna de honra” (p. 334). Enquanto que as arquibancadas e a geral seriam destinadas para a massa, as cadeiras, camarotes e tribunas atenderiam aos indivíduos atomizados.

A divisão física em distintos patamares corresponde a uma classificação social. Sentados ou em pé, aglomerados ou separados, massificados, agrupados ou individualizados, trata-se de alocar em suas dependências representantes de diferentes extrações e das variadas hierarquias econômicas da sociedade, da mais alta à mais baixa (HOLLANDA, 2014, p. 333).

Portanto, o estádio como um microcosmo da sociedade estaria sintetizando a democracia, integrando e incluindo as diferentes camadas sociais em um espaço onde o

principal catalisador da identidade nacional, o futebol, se manifestaria como uma arte, ou para muitos, até como uma religião, tendo em vista que o Maracanã recebeu a alcunha de “templo sagrado do futebol”.

Passada a Copa do Mundo de 1950, traumáticamente marcada pelo “Maracanazzo”, como ficou conhecida a derrota para o Uruguai na final, o estádio se notabilizaria por ser, realmente, a casa do futebol carioca e brasileiro. Os maiores craques lendários do nosso esporte bretão fizeram história naquele gramado. Foi ali que Pelé marcou seu milésimo gol, que Garrinha se transformou na “alegria do povo”, que Zico arrastou multidões, que Romário, Dinamite, Edmundo e muitos outros estufaram a rede, sem o menor resquício de piedade.

Fora de campo, dois fenômenos que complementavam o espetáculo, tornando-o único e insuperável: o desfile de craques da crônica esportiva e a carnavalização das torcidas. Os irmãos jornalistas Mário Filho e Nelson Rodrigues foram alguns dos responsáveis por ressignificar aquele território com a aura de dramatização, por intermédio de suas crônicas, que interligavam a complexidade da vida cotidiana ao universo que circunscrevia o jogo.

O primeiro, que daria nome do estádio a partir do ano de sua morte, em 1966, havia criado um concurso entre as torcidas do Rio, semelhante ao que já existia entre as escolas de samba. A animação, a música e a organização eram critérios a definir a vencedora. Houve um processo de transfiguração da torcida, que deixou no armário o termo e os trajes formais para vestir as cores do time de coração. Tudo isso associado ao caráter democrático e popular do Maracanã só podia proporcionar um show à parte.

Nelson Rodrigues, entre suas célebres definições, criou o substantivo “geraldino”, referência aos jacobinos e girondinos da Revolução Francesa, para personificar um público bastante peculiar que circulava pela geral. Tratava-se do setor mais próximo ao gramado, de concreto rústico, de onde se via o jogo em pé e, em dias de estádio lotado, em pé e imprensado entre outros tantos, à procura de alguma fresta que dê visão para o gramado. Com os ingressos tendo um custo irrisório, se comparado aos preços cobrados atualmente, a Geral era destino certo para as figuras mais hilárias que pudessem existir, fazendo daquele espaço simbólico uma entidade mística. Exercendo a liberdade total para a criatividade, o geraldino, representante genuíno do povo, “revolucionou” o ato de torcer por um time.

A ausência de conforto é uma tônica geral e as vastas superfícies sem distinção de setores propiciavam uma mobilidade espacial quase infinita às multidões, que assim puderam desenhar livremente suas dinâmicas

comportamentais. Rusticidade e descaso que foram apropriados pelas massas como oportunidade de “fazer o estádio a seu modo”, produzir aquele espaço social com certa autonomia (MASCARENHAS, 2015, s/n).

Nesse território cultural-simbólico resultante das negociações tácitas com a cultura popular do futebol, foi possível exercer o direito à festa, ao encontro, à inventividade coletiva, que acabava por transcender aquele momento dentro do estádio, levando para a música, às letras e às artes, em geral, inspirações criativas às quais ajudaram a eternizar na memória do carioca a atmosfera mágica do Maracanã.

Só que a partir dos anos 1990, a federação internacional de futebol, a FIFA, começou a ditar novos preceitos em relação à configuração arquitetônica dos estádios. Era preciso substituir a massa imprevisível por um público comportado, que pudesse ficar fixado em assentos. Ao mesmo tempo em que, no plano político-econômico e ideológico, a noção de Estado-nação se desmantelava com a circulação e proliferação de novos paradigmas, o que afetou de alguma maneira a própria concepção do “estádio-nação” (HOLLANDA, 2014). Tratando-se de Maracanã, em meados de 1994, “o setor da geral foi fechado por prescrição e recomendação internacional. Local mais popular do estádio, seu fechamento se devia, entre outros motivos, ao fenômeno do “arrastão”, típico dos anos 1980” (p. 339).

Dali em diante, houve a abertura parcial da Geral durante alguns períodos intercalados. O suspiro derradeiro dos geraldinos aconteceu, em 24 de abril de 2005, na partida entre Fluminense e São Paulo, válida pelo Campeonato Brasileiro. O estádio, que já vinha passando por intervenções desde 2000, precisava se adequar às normas internacionais para sediar os Jogos Panamericanos de 2007. Inevitavelmente, deu-se fim a uma história que já durava mais de meio século.

O processo de reforma dos estádios almeja trocar a figura do “torcedor” (emocional, intenso, excitado, agressivo, viril) pelo “consumidor”, geralmente de média ou alta renda, mais sereno, que aporta nos estádios em família, disposto a assistir passiva e confortavelmente um “espetáculo” repleto de “astros” midiáticos. O torcedor, ao contrário, sofre, grita, reclama, reivindica, ameaça e se articula coletivamente com estranhos. Ele quer ser protagonista do evento, ao qual contribuiu com sofrido dinheiro e paixão fiel ao seu clube. O consumidor, solitário ou imerso em seu pequeno e “fechado” grupo, contempla, aplaude, filma e fotografa o cenário. Uma experiência sem riscos, sem incertezas, adequada e altamente lucrativa para os donos do espetáculo (MASCARENHAS, 2015, s/n).

Embora as cadeiras tenham substituído o antigo espaço dos geraldinos, ainda assim, o estádio conseguiu manter certo caráter democrático e popular, com o preço dos

ingressos compatíveis com o poder aquisitivo de torcedores componentes de camadas sociais menos favorecidas economicamente. Mas em 2010 o velho Maracanã se despediria para sempre, dando início a um período de inatividade que duraria aproximadamente três anos, mas que nunca mais devolveria a forma arquitetônica que havia o consagrado.

Em nome da Copa do Mundo de 2014, o antigo “maior do mundo” se transformou naquilo que há de mais moderno em termos de estádio de futebol, chamado agora de “arena”. Com um patamar único de arquibancada e todos os 78 mil assentos numerados e retráteis, ele também teve as dimensões do gramado diminuídas, para ficar dentro dos padrões da FIFA. Não bastasse a descaracterização completa do ponto de vista estético, os valores para assistir a uma partida também se adequaram aos padrões europeus.

A reportagem

A chamada do apresentador do Esporte Espetacular, Ivan Moré, é a seguinte: “*Muita gente achou que ele [geraldino] tinha abandonado de vez o estádio depois da reforma que acabou com a Geral, há mais ou menos 10 anos. Que nada! Os geraldinos ainda estão lá e ainda dão vida e paixão ao nosso futebol*”. A princípio, já é possível fazer algumas observações. Ao não colocar o sujeito “geraldino” como agente da passiva na oração, pressupõe-se que ele abandonou o estádio depois da reforma. As páginas anteriores desse artigo mostram justamente o contrário, pois, na verdade, ele sofreu a ação, ou seja, foi abandonado. A escolha da voz ativa coloca nele a culpa por não ter conseguido acompanhar as transformações do território, ocultando assim os responsáveis pela exclusão do personagem.

O “*Muita gente achou*” tira a credibilidade da fundamentação baseada nos fatos históricos e seus efeitos sócio-espaciais no Maracanã, ao tratá-la como mero “achismo” ou emissão de opinião. Esse “*Muita gente*” parece um termo simplório para dimensionar as vozes de um grande conjunto torcedores assíduos do antigo Maracanã, em especial os geraldinos, que com a elitização do estádio, têm expressado sua indignação à nova realidade, seja pelas ruas da cidade, pelas redes sociais ou também pelos coletivos organizados que lutam contra a “higienização” do espaço. A impressão que fica é que “*gente*” talvez esteja se referindo aos críticos ao novo padrão inquestionável de modernidade do futebol, também conhecidos pejorativamente como as “viúvas do velho

Maracanã”. Assim como pode estar se referindo aos desinformados, pois logo em seguida o “Que nada!” procura chamar a atenção para o suposto engano.

Quando se diz que “*Os geraldinos ainda estão lá*”, é preciso provar que a frase afirmativa está correta. E, diga-se de passagem, trata-se de um enorme desafio empírico. Caso o contrário, a matéria estará correndo um sério risco de se esvaír de sentido. Mas é o preço que se paga ao “ressuscitar” o geraldino, que já jazia há pelo menos 10 anos, e que só podia ser visto nos arquivos de filmagens antigas sobre o estádio.

Para tal, quatro geraldinos históricos foram escolhidos para representar, respectivamente, Flamengo, Vasco, Fluminense e Botafogo: Maria Boreth de Souza, a Zica; Carlos Henrique do Nascimento, o Caíque; Maria de Lourdes, a Vovó Tricolor; e Aristides Telles, o torcedor da cartola. Antes de adentrar a reportagem, seria interessante apresentá-los com algumas informações pessoais que não foram ao ar.

A torcedora rubro-negra de 64 anos é conhecida por vestir a camisa do Flamengo 24 horas por dia e em todos os dias do ano. Dizem que ela tem mais de 50 camisas, muitas das quais foram ganhas por intermédio de doações. A ex-moradora de rua foi acolhida pela mãe de Zico, em Quintino, durante uma noite de Natal, e passou algum tempo na casa do maior ídolo do clube. Foi o próprio quem a apelidou de “Zica”. Hoje mora no conjunto de favelas do Alemão e tem em sua casa um acervo inesgotável de objetos relacionados ao Flamengo.

O vascaíno Caíque é auxiliar de obras e mora no município de Nova Iguaçu, na Baixada Fluminense. Suas marcas registradas são o galho de arruda na mão, que usa para se benzer ao longo de toda partida, e a placa que carrega na altura do peito, onde está escrita a palavra “fé”. Já a tricolor de 73 anos frequenta há 60 o estádio e se notabilizou por ser a torcedora-símbolo do Fluminense. Isso porque vai aos jogos em companhia do galo de estimação, chamado Paquito Fred Pereira da Silva. Ambos vestem-se com as cores do time. O botafoguense de 70 anos, porém, não se contenta apenas em trajar-se de alvinegro dos pés à cabeça, local onde exhibe sua cartola, mas pinta metade esquerda do bigode de branco, e a outra de preto.

Fechando parênteses e voltando à matéria, esses personagens são entrevistados em suas respectivas casas e vão se revezando na tela, entre uma cena e outra da antiga Geral, que ilustram a narração do repórter Regis Resing. Zica começa falando que “*dormia na praia, dormia de baixo de marquise*”. Depois, lembra que “*se pegasse um copo d’água, que comprasse pra beber, você tinha que distribuir com quatro ou cinco. Cada um bebia um golinho*”.

Enquanto Caíque enumera suas atividades profissionais: “*Já fui até ajudante de caminhão, já trabalhei numa fábrica de roupa, já trabalhei de limpeza nessa Rodovia Dutra aí*” e atribui à Geral seu reconhecimento como torcedor folclórico do Vasco. Após contar que abandonou pai, mãe e filhos no Nordeste para vir ao Rio de Janeiro, em nome do amor pelo Botafogo, Aristides define o geraldino como o torcedor que “*se sente*”, tanto dono do time, quanto o treinador do time ou até o árbitro.

A Vovó Tricolor é enfática: “*Eu amo o Maracanã. Tinha gente que queria me levar até pras cadeiras. Não tem esse negócio de cadeira cativa? “Não quero não, eu quero lá... o povo.” A farra toda era lá. Tomei amor por aquele chão*”.

Aquele chão era a Geral, “*ali [onde] o anônimo tinha seus minutos de fama, paixões desabrochavam, pagava-se pouco por muito*”, como narra Resing. A magia do setor mais popular do Maracanã foi reforçada com as palavras de quatro jogadores que marcaram época no estádio, como Zico (“*[...] é uma turma gostosa, humilde, simples*”), Renato Gaúcho (“*era um calor humano impressionante, tinha uma turma extraordinária*”), Roberto Dinamite (“*torcedor mais fiel. Era uma relação bem mais próxima com o torcedor que ficava lá em cima na arquibancada*”), e Túlio Maravilha (“*você criava o seu marketing [...]. Tudo isso vem da inspiração do torcedor, do geraldino*”).

A partir daí, é mostrado o fim da Geral, em 2005, para que o estádio se adequasse aos Jogos Pan-Americanos de 2007. “*Há dez anos, aquele pedaço de chão que podia acomodar até 30 mil pessoas virou pó.*” A trilha sonora animada ao fundo de uma cena onde aparecem britadeiras quebrando o cimento resume bem o enfoque de naturalidade dado à reportagem para a destruição daquilo que estava sendo exaltado por todos os personagens da matéria. O que se trata de uma profunda incoerência em termos de construção narrativa. Pois se, desde o início, a Geral estava sendo tratada como algo que extrapolasse os limites meramente esportivos, tornando-se uma referência identitária através de um sentimento comunitário e de viés de pertencimento, não faz o menor sentido abordar fim dela, mesmo abstendo-se de questionamentos, dessa maneira.

Os geraldinos voltam a falar, em seguida, mas apenas sobre algumas passagens inusitadas que vivenciaram no local. Em momento algum há uma abordagem sobre como essas pessoas, tão ligadas ao território, reagiram após fim da Geral, o que seria inevitável para nexos semânticos da matéria. A edição limitou-se apenas mostrar as seguintes expressões: “*Essa é a minha casa, o Flamengo é a minha segunda casa e o Maracanã, a terceira*” (Zica); “*eu nunca vou deixar de ir ao Maracanã. De jeito nenhum*” (torcedor da

cartola); e “*como eu sempre disse que o Maracanã é a minha casa, eu tenho que continuar lá*” (Vovó Tricolor).

Isso evidencia o quão difícil tem sido para esses símbolos folclóricos continuarem a freqüentar o Maracanã, principalmente, após a última reforma, visando a Copa do Mundo de 2014, que descaracterizou completamente o estádio. Mas, segundo a reportagem “*o fim da Geral não acabou com aquele jeito de torcer, sem rivalidade, com irreverência. A Geral se foi, mas os geraldinos permanecem no Maracanã. Mesmo depois da terceira reforma, para a Copa do Mundo, eles mantiveram vivos os personagens que ajudaram a escrever um capítulo da história do futebol brasileiro*”.

A primeira pergunta que se deveria fazer é: baseado em que é possível afirmar que “*os geraldinos permanecem no Maracanã*” e que “*eles mantiveram vivos os personagens*”? Se ao longo de toda reportagem foi mostrada que a Geral era o setor mais popular, com o preço do ingresso a Cr\$ 5,00 (como apareceu em uma imagem), qual a lógica dessa afirmativa tendo em vista que hoje, no Novo Maracanã, os valores variam, em média, de R\$ 50 a um valor com mais de três dígitos? E supondo que os geraldinos até tivessem toda essa grana para bancar as idas ao estádio, a presença física destes no novo espaço significa necessariamente que eles se sintam presentes ali, partindo do fato que suas práticas, rituais e expressões corporais não são mais bem-vindos pelos novos padrões de comportamento nas modernas arenas?

A matéria ainda termina de maneira constrangedora. Os quatro geraldinos entram juntos no gramado do estádio reformado. Aí, eles fazem alguns gestos encenados na arquibancada, enquanto Resing conclui: “*No rosto de cada um a paixão, o orgulho, a força que contagia todas as torcidas. Eles são e pra sempre serão a alma... do Maracanã*”. Na última cena, aparecem unidos ao som de um canto popular das torcidas cariocas, o “*Rá-rá, Ru-ru, o Maracanã é nosso!*”.

Antes mesmo de o artigo ter vindo questionar a mensagem aparentemente ingênua da matéria, duas reportagens de outros veículos, publicadas anteriormente, podem servir para fazê-lo. No dia 26 de julho de 2013, O Lance! divulgou uma matéria em seu portal com o título “*Torcedora símbolo do Fla, Dona Zica sofre com ingresso caro e leva doação*”.

Com os ingressos “mais baratos” nas casas dos três dígitos (no mínimo, R\$ 100), ir ao Maracanã ficou difícil para o povo. Dona Zica, torcedora símbolo do Flamengo, humilde moradora do conjunto de favelas do Alemão, quase ficou fora da volta do Rubro-Negro ao estádio. Ela só conseguiu um bilhete após doação de um torcedor “comum” [...] (LANCEPRESS! - 26/07/2013 – 19h53).

A reportagem do Canal Fluminense, de 04 de outubro de 2013, intitulado “Vovó Tricolor, exemplo de amor ao Flu”, faz uma entrevista com a torcedora-símbolo do clube das Laranjeiras. Em determinado momento, perguntada sobre o Novo Maracanã, ela responde:

Não gostei muito. O que de pior constatei é o fato de ter que ficar presa somente em um setor. No antigo, a gente podia ir para o outro lado da arquibancada ou geral, no intervalo, para ver o Fluminense atacando mais de perto. Agora não, temos que ficar presos somente de um lado (CANAL FLUMINENSE – 04/10/2013 – 11h17).

Embora outras reportagens retratem um pouco da nova atmosfera do estádio, causada, principalmente, pela elitização do público, essas duas que trazem as mesmas personagens da matéria do Esporte Espetacular são suficientes para evidenciar o contraste que existe entre os veículos ao falar do mesmo tema.

Assistindo a esta última, a sensação de quem está minimamente por dentro do contexto atual do futebol brasileiro é de que esses personagens, tão folclóricos quanto ingênuos, tiveram suas experiências e identidades usadas pelo discurso midiático para legitimar o Novo Maracanã, como um espaço que possui a mesma essência romântica que o antigo, mas agora “civilizado”. Por mais que isso não esteja implícito, existe um total descompromisso com o real histórico do lugar, apesar do resgate das imagens da Geral e dos testemunhos daqueles que ali viveram. A tentativa de ignorar a ruptura completa entre valores que constituíam o universo simbólico do antigo estádio e a nova arena é um ato impregnado de interesses alheios aos do público que nasceu e cresceu ouvindo:

“Domingo eu vou ao Maracanã, vou torcedor pro time que sou fã/ Vou levar foguetes e bandeiras, não vai ser de brincadeira, ele vai ser campeão/ Não quero cadeira numerada, vou sentar na arquibancada pra sentir mais emoção/ Porque meu time bota pra ferver, e o nome dele só vocês que vão dizer. Ô, ô, ô...”

(Trecho de “O Campeão” - Neginho da Beija-Flor)

Conclusão

O autêntico torcedor de futebol é um agente que paga, direta ou indiretamente, para que outros joguem em seu lugar, pois seu clube de coração representa uma comunidade de afeto que extrapola os limites meramente esportivos. As disputas que se dão dentro do gramado são capazes de representar tensões ligadas a outros âmbitos da sociedade, cujas rivalidades podem ser originárias das mais variadas causas de conflito. “Nada mais grotesco, portanto, do que supor que os torcedores sejam alienados, e muito menos

passivos. Eles agem, efetivamente” (DAMO, 2014, p. 36), o que corrobora para a desconstrução da idéia de que vão ao estádio somente para assistir a um jogo de futebol, como talvez fossem ao cinema, ao teatro ou a uma discoteca. E o geraldino personifica exatamente o espírito desse tipo clássico de torcedor.

Paralelamente a um processo de intensificação na espetacularização do esporte, responsável por transformá-lo em um dos negócios mais rentáveis do mundo, há também uma lógica exercida pelo poder econômico do turbocapitalismo no sentido de fazer do estádio de futebol um espaço onde as práticas do consumo, fundamentadas no afeto, estejam no cerne da vinculação entre o clube e a torcida. Para isso, toda uma tradição no agir comunicativo, sedimentada em rituais tipicamente populares, precisa dar lugar a um conjunto comportamental importado das arenas européias, que enxerga o torcedor como um potencial consumidor. Os geraldinos, em especial, e toda uma classe sem o poder aquisitivo suficiente, definitivamente, estão fora do espetáculo, por meio de uma gentrificação de caráter elitista.

A sociedade de disciplina (FOUCAULT, 2007) cria seus próprios mecanismos para gerenciar esse corpo que precisa se adequar ao projeto político que vigora no futebol do século XXI, que tem como pilares centrais o *show business* e o entretenimento. A ordem deve prevalecer, nem que sejam necessárias câmaras de vigilância por todo o estádio, não deixando escapar dos olhos um único assento sequer, tal como um Panopticon de Bentham, onde cada um, “de acordo com seu lugar, é vigiado por todos ou por alguns outros; [pois] trata-se de um aparelho de desconfiança total e circulante, pois não existe ponto absoluto (p. 220-221). No Novo Maracanã, além de tudo, a vigilância é reforçada com dezenas de seguranças ao redor do gramado, posicionados para frente das arquibancadas, formando uma espécie de “cinturão”. Basta que o torcedor permaneça em pé para ser advertido por um desses homens, que também estão entre os setores da arquibancada.

Quando Foucault diz que, em relação ao poder, “deve-se considerá-lo como uma rede produtiva [de saber, de discurso, etc.] que atravessa todo o corpo social muito mais do que uma instância negativa que tem por função reprimir” (2007, p. 8), é possível concluir que o discurso da reportagem do Esporte Espetacular significa como um legitimador de um *status quo* que despreza toda uma herança simbólica herdada por gerações sucessivas de torcedores, que tinham no Maracanã um catalisador de sonhos, de livre-expressão e de representação identitária coletiva.

BIBLIOGRAFIA

DAMO, Arlei Sander. **O espetáculo das identidades e alteridades – As lutas pelo reconhecimento no espectro do clubismo brasileiro**. In: In: CAMPOS, Flavio de; ALFONSI, Daniela. Futebol objeto das Ciências Humanas. Leya, 2014.

ENNE, Ana Lucia. **Práticas Midiáticas e disputas por hegemonia: reflexões a partir de estudos de caso na Baixada Fluminense**. In: COUTINHO, E.G (org). Comunicação e contra-hegemonia. Editora UFRJ, Rio de Janeiro, 2008.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. Organização, introdução e Revisão Técnica de Roberto Machado. 24ª edição. Rio de Janeiro: Ed. Graal, 2007.

GLOBOESPORTE.COM. 10 anos após fim da Geral do Maraca geraldinos ainda freqüentam o estádio. **Globoesporte.com**, 21 de junho de 2015. Disponível em: <<http://globoesporte.globo.com/programas/esporte-espetacular/noticia/2015/06/10-anos-apos-fim-da-geral-do-maraca-geraldinos-ainda-frequentam-o-estadio.html>>. Acesso em: 7 jul. 2015, 10:47:05.

HOLLANDA, Bernardo B. Buarque de. **O fim do Estádio-Nação? Notas sobre a construção e remodelagem do Maracanã para a Copa de 2014**. In: CAMPOS, Flavio de; ALFONSI, Daniela. Futebol objeto das Ciências Humanas. Leya, 2014.

LANCENET!. Torcedora símbolo do Fla, Dona Zica sofre com ingresso caro e leva doação. **Lancenet!**, 26 de julho de 2013. Disponível em: <http://www.lancenet.com.br/flamengo/Torcedora-Fla-Dona-Zica_ingresso_0_962903885.html#ixzz3gqlpiRpU>. Acesso em: 11 jul. 2015, 13:53:11.

KOTE, Cláudio. Vovó Tricolor, exemplo de amor ao Flu. **Canal Fluminense**, 04 de outubro de 2013. Disponível em: <<http://www.canalfluminense.com.br/ler.php?id=10874&VOVO+TRICOLOR+EXEMPLO+DE+AMOR+AO+FLU+VOVO+TRICOLOR+VAI+ASSUMINDO+POSTO+DE+TORCEDORA+SIMBOLO+DO+CLUBE>>. Acesso em: 11 jul. 2015, 14:17:41.

MASCARENHAS, Gilmar. O direito ao estádio. **Puntero Izquierdo**, 2015. Disponível em: <<https://medium.com/puntero-izquierdo/o-direito-ao-est%C3%A1dio-ae73eb43848f>>. Acesso em: 8 jul. 2015, 12:08:13.

ORLANDI, Eni P. **Análise do discurso: princípios e procedimentos**. 8. Ed. Campinas: Pontes, 2009.