

## **Do Colosso do Derby à Arena Maracanã: Elitização e memória afetiva em um estádio de futebol<sup>1</sup>**

Camila ALVES<sup>2</sup>

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

### **RESUMO**

Partindo do conceito de “Mapa Noturno” - sustentado pelas noções de cotidianidade, temporalidade e gênero - desenvolvido pelo semiólogo espanhol Jesús Martín-Barbero, propõe-se uma análise do Estádio Jornalista Mário Filho (Maracanã) tomando por base a ideia de lugar enquanto construção social e histórica. A partir dessa concepção teórica, observa-se, de início, a maneira como a sociedade brasileira e suas respectivas relações de poder são reencenadas dentro deste cenário esportivo. Da mesma forma, percebe-se, ainda, o desenvolvimento de práticas sociais específicas com relação ao espaço, bem como em que aspectos a estratégia de leitura e, conseqüentemente, de comunicabilidade e interação sofreu alterações à medida em que o Maracanã era modificado, “reformado” e (re) caracterizado.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cotidiano; Espaço; Estudos Culturais; Mapa Noturno; Maracanã

Em 1964, na Inglaterra, um grupo de pesquisadores – destaque para Raymond Williams, crítico de literatura britânico, E. P. Thompson, historiador, e Richard Hoggart, primeiro diretor do Centro de Birmingham – investe na criação do denominado Centro de Estudos Culturais Contemporâneos, ligado à Universidade de Birmingham, modificando de forma expressiva a maneira pela qual estavam sendo tratados, até então, a análise dos meios de comunicação de massa.

Em meados de 1970-1980, a América Latina se encontrava inserida em uma nova conjuntura política e social, em meio a um processo de democratização e de luta contra as ditaduras vigentes - verdadeiras disputas simbólicas pela representação do mundo trazida pelas novas práticas sociais. Nesse período, o campo da comunicação na região sofre profundas transformações decorrentes das novas correntes teóricas que surgiam.

Segundo Douglas Kellner (2001), os estudos culturais “delineiam o modo como as produções culturais articulam ideologias, valores e representações de sexo, raça e classe na

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

<sup>2</sup> Graduanda do Curso de Jornalismo da UFPE, artigo realizado para a disciplina de Sociologia da Comunicação sob a orientação do prof. Dr. Thiago Soares; email: camilac.alves@hotmail.com.

sociedade, e o modo como esses fenômenos se inter-relacionam” (KELLNER, 2001, p. 39). A partir dessa ideia, faz-se pertinente ressaltar que os Estudos Culturais Latino-Americanos obtêm destaque no debate no âmbito da recepção midiática, tendo Jesús Martín-Barbero como uma das principais referências. No entanto, é na década de 1980, com a perspectiva das mediações culturais, que os Estudos de Recepção crescem na academia.

Em sua tese, Martín-Barbero defende o deslocamento da análise do meio de comunicação propriamente dito para onde ocorre a produção de sentidos. Para o autor,

“O eixo do debate deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade das matrizes culturais.” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 258).

Em sua obra, a partir de uma perspectiva crítica, e utilizando o conceito de hegemonia desenvolvido por Gramsci, Barbero procura abordar a comunicação a partir da cultura e, para isso, parte de um conceito fundamental para os estudos de recepção: a mediação. É a partir do olhar dos Estudos Culturais Latino-Americanos, portanto, que este artigo se constitui como forma de interpretação de um espaço: o estádio de futebol. A perspectiva é debater a forma como o Maracanã se reconfigurou historicamente no Brasil, acompanhando os jogos de poder presentes no contexto do futebol.

### **Mapa Noturno**

A necessidade de se pensar o lugar ocupado pela comunicação nas dinâmicas sociais acabou por trazer à tona o debate quanto a relação entre as práticas cotidianas do receptor e a hegemonia cultural a que está ligado o processo de recepção das mensagens midiáticas. Os meios, agora, não só transmitem as informações como são ferramenta indispensável para o agendamento de problemas, e para a construção da opinião pública e da representação da realidade. Por esse motivo, segundo Martín-Barbero, estudar os usos que os indivíduos fazem, por exemplo, das narrativas televisivas resulta no deslocamento para o lugar onde se dá a produção de sentido, neste caso, as mediações.

Com base nessa concepção, Martín-Barbero (2003) elege três lugares fundamentais de mediação: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. A partir destes itens, o autor propõe a elaboração de um “Mapa Noturno”, que não se constitui enquanto metodologia, mas como lugar estratégico para se localizar as mediações que atuam

no processo comunicacional. De maneira geral, objetiva entender as articulações entre comunicação, cultura e política. A análise deve ser feita não para avaliar, mas para compreender o funcionamento destes. Como explicitado por Martín-Barbero,

[...] a tendência mais secreta parece ser outra: avançar tateando, sem mapa ou tendo apenas um mapa noturno. Um mapa que sirva para questionar as mesmas coisas - dominação, produção e trabalho - mas a partir do outro lado: as brechas, o consumo e o prazer. (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 300)

Para o autor, a recepção não consiste em um lugar estático, mas em um processo, que se encontra em constante transformação. Propõe, a partir dessa concepção, desenvolver uma análise a partir do lugar onde se estabelece a relação de enfrentamento, onde a relação entre os receptores e os meios acontece: o campo das mediações. Com base nessa ideia, faz-se necessário destacar que a leitura, para o autor, é concebida como um processo de produção de sentidos, que passa pelos significados impressos pelo produtor do texto e conclui-se no senso subjetivo de cada receptor, obtendo sentido em suas práticas sociais. Dessa forma, o cotidiano consta como espaço pertinente para realização de análise. Em sua obra, Martín-Barbero, ainda, destaca a forma como a televisão tornou-se o centro da nova dinâmica cultural vigente.

A partir dos anos 1960, a cultura popular urbana passa a ser tomada por uma indústria cultural cujo raio de influência se torna cada vez mais abrangente, [...] A proposta cultural se torna sedução tecnológica e incitação ao consumo, homogeneização dos estilos de vida desejáveis, banimento do nacionalismo [...] e incorporação dos antigos conteúdos sociais, culturais e religiosos à cultura do espetáculo. (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 280)

Observa-se, assim, que a mediação desempenhada pela cotidianidade familiar, por se inscrever no próprio discurso televisivo, através da simulação de contato, não se limita ao que é possível analisar desde o âmbito da recepção. A simulação do contato atende à própria condição da recepção televisiva, mas, sobretudo, trata-se da irrupção do mundo da ficção e do espetáculo no espaço da cotidianidade e da rotina. A cotidianidade familiar, portanto, refere-se à unidade básica em que se localiza a família e onde as pessoas se reconhecem e manifestam sua opinião. É o lugar onde as narrativas televisivas são reconhecidas. Observa-se, a partir dessa concepção, a maneira como os elementos do cotidiano se fazem presentes em um produto – midiático ou não -, a forma como este é reencenado.

Em seguida, Martín-Barbero disserta a respeito do conceito de temporalidade social e, a partir deste, procura entender como o tempo se faz organizado pela televisão partindo das práticas sociais dos telespectadores: observar a forma como a televisão inscreve o cotidiano no mercado. Para isso, fala do tempo produtivo, medido em termos de mercado; a televisão montando sua grade e inserindo-se no tempo do ritual e da rotina, marcada pelo fragmento e pela repetição, “um tempo feito não de unidades contáveis, mas sim de fragmentos. ” (MARTÍN-BARBERO, 2003. p. 307). Assim, organizando sua programação com base na rentabilidade:

O tempo com que organiza sua programação contém a forma da rentabilidade e do palimpsesto, um emaranhado de gêneros. Cada programa, ou melhor, cada texto televisivo remete seu sentido ao cruzamento de gêneros e tempos. Enquanto gênero, pertence a uma família de textos que se replicam e se reenviam uns aos outros nos diferentes horários do dia e da semana. Enquanto tempo ‘ocupado’, cada texto remete à sequência horária daquilo que o antecede e daquilo que o segue, ou àquilo que aparece no palimpsesto nos outros dias, no mesmo horário. (MARTÍN-BARBERO, 2003. p. 308)

O autor, ainda, pensa as mediações a partir do conceito de competência cultural, aquela que, para ele, afirma-se nesse espaço concebendo a televisão não apenas como veiculadora de informações, mas também promotora de cultura. Faz-se necessário, aqui, lembrar a concepção da recepção como um espaço de interação - que se dá não somente com as mensagens, mas também com a sociedade e outros atores sociais -, bem como, observar que é a partir da circulação do discurso que se constrói o sentido dos produtos midiáticos.

A partir dessa ideia, Martín-Barbero destaca o conceito de gênero como unidade mínima da comunicação de massa, já incorporado pela televisão e concebido como ferramenta “que articula narrativamente as serialidades, mediação fundamental entre as lógicas do sistema produtivo e as do sistema de consumo, entre a do formato e a dos modos de ler, dos usos. ” (MARTÍN-BARBERO, 2003. p. 311) observando, ainda, a partir disso, que a demanda de mercados por parte do público, bem como dos meios, aos produtores se faz no nível dos gêneros. O gênero pode ser definido por sua estrutura interna, assim como pelo lugar que ocupa na grade de programação; trata-se, sobretudo, de uma estratégia de leitura e, conseqüentemente, de comunicabilidade e interação.

Martín-Barbero, ainda, é visto como fundamental para a construção de uma nova abordagem dos gêneros televisivos por tentar entendê-los na totalidade de seu processo, concebendo-os não apenas como estratégia de comunicabilidade, mas, ao mesmo tempo,

considerando seu caráter fortuito e transitório e as distintas temporalidades que convoca. Ao articular a ideia de competência cultural com a concepção de gênero, o autor constrói as bases para a definição de um conceito de gênero como categoria cultural e, a partir disso, faz ser possível o desenvolvimento de uma abordagem analítica que entenda o processo de comunicação em sua relação com a cultura, a política e a sociedade.

Diante do apanhado conceitual dos Estudos Culturais e da noção de “Mapa Noturno” proposta por Jesús Martín-Barbero, fazemos uma tentativa de interpretação desta perspectiva analítica que se voltou, marcadamente, para a televisão, agora, para tentar debater um espaço. Neste caso, um estádio de futebol.

### **Estádio Jornalista Mário Filho, o Maracanã**

Ao se pensar no lugar enquanto construção social, compreende-se que a experiência vivenciada nos locais em que frequentamos acabam por transformá-los em referência de pertencimento e identidade. Fazem destes, lugares humanizados, dotam-nos de valor, afetividade e simbolismos. Esses espaços representam a comunidade na qual os homens se integram, são o local onde manifestações, práticas e identidades sociais são construídas o tempo todo. Quando pensamos em uma cidade, o estádio de futebol é uma obra arquitetônica que se destaca nesse aspecto.

200 milhões de cruzeiros, 195.600 metros quadrados de área, 10.500 toneladas de ferro, 193 mil quilos de pregos, 993 mil tijolos, 90 estandes de venda de cigarros, 58 bares, 45 bonbonnières, 50 "cadeiras de deputados". Capacidade oficial para 150 mil pessoas. Maracanã. Palavra de origem tupi, maracá (chocalho) + nã (semelhante), originalmente nomeia um papagaio conhecido no norte do país, o Maracanã-Guaçu, por emitir um som semelhante ao de um chocalho.

Inaugurado em um sábado, dia 17 de junho de 1950, o “Colosso do Derby” teve sua entrega ao público festejada com uma partida entre as seleções de novos do Rio de Janeiro e de São Paulo. Construído em menos de dois anos, o estádio estava ainda inacabado – havia andaimes de pé, grades por fixar, montes de cimento pelos cantos – mas sua magnitude impressionou a todos que lá compareceram. Projetado especialmente para sua realização, o “Gigante de Concreto” serviria de palco para as principais partidas da IV Copa do Mundo. O estádio de dimensões “ciclópicas” – adjetivo cunhado pelo jornalismo ufanista vigente na época – era visto como uma prova da capacidade realizadora do brasileiro. O momento era

chave para a construção de uma imagem do Brasil como um país empreendedor, vitorioso e bem-sucedido que, afinal, havia sido escolhido para sediar a primeira Copa do Mundo depois da 2ª Guerra, 5 anos após o fim do Estado Novo.

Realizada entre os dias 24 de junho e 16 de julho de 1950, a Copa do Mundo fez convergir para o Brasil todos os focos do esporte mundial, representando grande visibilidade e consequente propaganda para o país perante o mundo. Assim, a decisão de patrociná-lo não atendeu apenas aos interesses particulares do esporte, mas, além da projeção de uma imagem do Brasil, preconizava a busca por uma identidade nacional através da bola nos pés. O mundo acabara de sair de uma grande guerra e achava-se dividido, polarizado. O Brasil sentia a necessidade de encontrar seu lugar nesse mundo. Portanto, ao mesmo tempo em que buscava o progresso e crescimento econômico, o país investia na conquista de sua integração nacional e o esporte era, nesse sentido, visto como propiciador da união, capaz de aglutinar em torno de um time – no caso, a Seleção – as diversidades regionais do país. Como já afirmado pelo antropólogo e jornalista Roberto da Matta (DA MATTA, 1994, p.71), foi principalmente através do futebol que, no Brasil, conseguimos somar Estado nacional e sociedade.

Não à toa, o Maracanã consagrou-se como principal palco – mundialmente falando – de grandes momentos do esporte que tem sido progressivamente associado à construção de um sentimento patriótico, constituinte do *ethos* da brasilidade. Assim, o estádio tornou-se *locus* de manifestações populares, transformando-se num símbolo do pluralismo cultural e do encontro democrático das diferentes classes sociais. Tal fato faz-se presente quando se fala a respeito de quando, em 1983, mais precisamente em uma partida entre Brasil e Argentina, o secretário do Ministério da Educação e Cultura, ao notar o péssimo estado de conservação do estádio, encaminhou a sugestão de seu tombamento junto ao antigo Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN). Em seu parecer sobre o tombamento, o arquiteto Nestor Goulart Reis Filho destacava,

O Urbanismo e a Arquitetura (sobretudo as obras de uso coletivo) têm uma dimensão simbólica, que ultrapassa os limites dos aspectos utilitários. Mas poucas vezes a monumentalidade reúne qualidades simbólicas de caráter democrático. Em geral, as obras monumentais são afirmações de poder sobre o povo. Neste caso, ocorre o contrário. O Maracanã tem a monumentalidade da massa que o utiliza, a qual representa. Não deve ser descaracterizado. (REIS FILHO, 2000, p. 4).

Esta discussão, no entanto, estendeu-se por longa data, ao passo que o monumento foi tombado somente 17 anos após sua solicitação, tendo passado por diversas intervenções, não

apenas no período anterior ao tombamento, mas também, e paradoxalmente, posterior a esse.

O Maracanã, que na Copa de 1950 chegou a receber um público de 200 mil pessoas, perdeu seu posto de maior do mundo em decorrência das constantes reformas que sofreu ao longo dos anos. Em 1999, durante o governo de Anthony Garotinho (1999-2002), o estádio, que serviria de palco para a realização do Mundial de Clubes de 2000, devido às exigências da FIFA para a realização do evento, foi submetido a mudanças que visavam a “modernização” do local – construção de um museu, centro de convenções, cinemas, teatros, restaurantes; sob o pretexto de oferecer mais conforto e segurança aos torcedores. Além da modernização de suas instalações físicas, constava a ideia de transferi-lo para a iniciativa privada.

Em seguida, sofreu, ainda, intervenções visando a realização dos Jogos Pan-Americanos de 2007. As principais modificações da época foram: a divisão da arquibancada nos setores verde, amarelo, branco e nas cadeiras especiais azuis (que foram ampliadas), cabines novas para a imprensa, a construção do Hall da Fama e dos camarotes na parte de cima das arquibancadas, além da recuperação das estruturas das rampas de acesso e marquises.

Por fim, entra em vigência a reforma para a Copa de 2014, justificada por argumentos que atestavam que o estádio ainda não atendia aos padrões estabelecidos pela FIFA. Com base no laudo emitido por técnicos contratados pelo governo do estado do Rio de Janeiro, que atestava estar a estrutura da marquise de concreto (que cobria as arquibancadas) completamente comprometida e que sua restauração demoraria mais tempo do que o previsto para a obra, levando à impossibilidade de ter o estádio pronto para a Copa das Confederações de 2013, decidiu-se pela sua demolição e substituição por uma lona tensionada. A ação acabou por levantar inúmeras discussões em torno do SPHAN pelo grau de intervenção realizado num bem tombado, e também por levar a cabo a proposta de sua concessão à iniciativa privada, relativizando o caráter efetivamente público de um importante e complexo equipamento, com intenso uso social. Espaço público e sob posse do Governo do Estado do Rio de Janeiro, vê-se hoje administrado pelo Consórcio Maracanã (Odebrecht Serviços de Eng. e Construção S.A, Delta Construções S/A e Construtora Andrade Gutierrez S.A).

O projeto, ainda, apresentava previamente a demolição de algumas extensões do complexo esportivo, além da escola municipal Friendenreich e do prédio do antigo Museu do índio, ocupado pelo movimento indígena “Aldeia Maracanã”. As intervenções eram “justificadas” com base na necessidade de construção de estacionamentos e um shopping

center, para que o estádio atendesse às exigências da FIFA por vagas e tornasse-se um importante atrativo comercial para a iniciativa privada.

Contudo, dentre essas, a mais polêmica e significativa mudança foi a supressão da Geral<sup>3</sup>, realizada em 2007, sob a alegação de serem proibidos, pela FIFA, assistentes de pé durante jogos oficiais internacionais. A área emblemática localizava-se mais próxima ao campo que as outras, costumava acomodar até 30 mil espectadores de pé e dotava de ingressos vendidos a preços populares, chegando, algumas vezes, a custar cerca de R\$1.

### **Elitização dos estádios: Arenas de entretenimento**

Partindo desse fato, e diante dos argumentos acionados para justificar a “modernização”, para os que defenderam a reforma, ou a “descaracterização” para os que a contestam, é pertinente destacar que a discussão precisa ir além de aspectos de ordem estritamente técnica e estética, pois o fato é que a transformação do Maracanã enquanto espaço rebate diretamente em seu sentido simbólico, na essência do local e sua apropriação.

Observa-se, aqui, um processo de elitização e consequente exclusão de uma significativa parcela da população de vivenciar um esporte já tido como cultura e parte do cotidiano dos cidadãos brasileiros. Este, decorre da transformação do futebol em mercadoria em um momento que se caracteriza pelo crescimento de recursos financeiros no esporte. A modernização do futebol possibilitou a comercialização do espetáculo futebolístico, a introdução da publicidade ao redor do gramado, nas camisas dos times e o televisionamento ao vivo de partidas de futebol.

Essa ideia fica explícita ao se observar, por exemplo, o discurso de Daniel Fernandes, desenvolvedor do projeto executivo do ‘novo’ Maracanã, que declara:

O alvo agora é o que chamamos de público premium, ao qual será oferecido uma série de produtos: camarotes (geralmente corporativos, pois são caros), business seats (mais baratos que os camarotes), club seats (mais ou menos como as numeradas atuais) e o season ticket (quando o torcedor compra o ingresso pra temporada inteira). É isso que vai manter o Maracanã, pois um estádio tem que viver do futebol. (FERNANDES, 2010. Fonte: Portal 2014)

Reitera-se que, para Martín-Barbero, os gêneros são compreendidos como a unidade mínima do conteúdo da comunicação de massa, ferramenta de linguagem capaz de articular

---

<sup>3</sup> Área mais próxima ao campo, com ingressos a preços populares, onde os espectadores assistiam às partidas em pé.



o público e os produtores, consiste em uma estratégia de comunicabilidade ou de interação. Deslocando-se a perspectiva de gênero da análise televisiva para do espaço, no caso do Maracanã, observa-se aqui o novo tipo de relação proposto para com o torcedor. Antes, pensava-se em como dar ao telespectador, o famoso “torcedor de sofá”, a experiência do estádio. Hoje, pensa-se em como trazer a experiência de sofá para o estádio.

O estádio deixa de ser um espaço para assistir ao jogo e torna-se uma Arena de entretenimento. Observa-se, ainda, que esse processo de elitização, que reduz o futebol a espetáculo urbano a ser mercantilizado, possui um público bastante específico: aquele capaz de pagar e reproduzir a lógica mercantil, reduzindo a experiência social e coletiva ao consumo como um fim. Através do conceito de temporalidade social, o autor refere-se às formas como a organização do tempo pela televisão reproduz a mesma matriz cultural que organiza o tempo cotidiano. De maneira análoga, observa-se como a organização da Arena ilustra a reprodução das lógicas de classe no Brasil. A divisão do estádio em setores por si só demarca uma ferramenta de segregação. Cada uma das zonas meticulosamente delimitadas e separadas umas das outras. Mais conforto para aquele de maior poder aquisitivo.

### **Cotidianidade vigiada: o “uso adequado” do estádio**

Surge, ainda, uma campanha pelo “uso adequado” do espaço, numa tentativa de moldar o comportamento das torcidas, que forja uma nova distinção social entre aqueles que iriam passar a frequentar a Arena e seus antigos frequentadores. Um novo estádio exige uma nova torcida. Imposições severas de comportamento, que vão desde os jogadores ao público, como a proibição de “torcer de pé”, faz parte do novo “termo de conduta” do espaço. Preconiza-se agora um torcedor-consumidor, valorizado como espectador e não protagonista, que almeja o conforto e a segurança individual. Por conseguinte, a transformação do estádio em Arena e consequente aumento crescente do valor do ingresso tem submetido torcedores que ainda almejam os 90 minutos de senso de pertencimento, de sentimento coletivo compartilhado, a se deslocar até as imediações do Maracanã, mas não ingressar: acompanhar o jogo de fora.

As reformas caracterizam-se, majoritariamente, como uma tentativa de mudança na forma de apropriação do estádio, no que diz respeito ao seu consagrado caráter popular e democrático. “O fim da geral é o fim de uma concepção de um estádio e é a derrota de um projeto de cidade”, declarou o deputado estadual Marcelo Freixo (PSOL-RJ). Aquele antigo Gigante de Concreto, famoso por abrigar as massas que, de maneira coletiva, povoaram-no

de significados, não é mais o mesmo. Essa mesma massa já não mais reconhece o Maracanã. Mais que isso, não se identifica com aquele conjunto de torcedores essencialmente formulados com base no “padrão europeu”, todos muito bem comportados, de classe média e, em sua maioria, brancos. Isso porque, talvez, seja essa a imagem que se pretende mostrar. O Brasil burguês há muito deseja pertencer ao primeiro mundo em decorrência, também, da ideia constantemente alimentada pela mídia de que bom mesmo é o mundo desenvolvido caucasiano. A Copa de 2014 foi palco de uma tentativa de mascarar, mais uma vez, os aspectos de pluralidade que caracterizam o país. Era hora de esconder as diferenças, homogeneizar. Se queríamos uma Copa “padrão FIFA”, era também preciso de um povo a altura do “paladar” europeu.

### **Temporalidade memorialista**

Observa-se, portanto, que a experiência de assistir a um jogo de futebol no Maracanã é atravessada também por uma perspectiva memorialista. Estar naquele espaço, ainda que transformado em uma Arena de entretenimento, atrela a vivência a uma lógica distintiva da história. Pensamos aqui através da premissa de Roger Silverstone (2002), para quem a memória é um acionamento do passado no presente através das tessituras da experiência. “A memória é o que temos, no âmbito privado e público, para nos fixar no espaço e especialmente no tempo.” (SILVERSTONE, 2002, p. 237). Não se forma aleatoriamente, a experiência age sobre sua construção. A textura da memória se entrelaça com a textura da experiência.

Não somente um estádio, o Maracanã – compreendendo reconhecimentos, usos, desempenhos e participações -, consiste em uma complexa obra da prática e do hábito, que se desenvolveu aglutinando experiências e expectativas daqueles que o experimentaram ao longo do tempo. Entender seu espaço permite ultrapassar o limite dos comportamentos individuais, observando, da mesma forma, de que modo os modelos desses comportamentos são interiorizados, participam da reprodução social e como se dá a reprodução e reajuste desses modelos por parte dos indivíduos. O processo de construção através das práticas, hábitos e sentimentos projetados no estádio é responsável por sinonimizar, adjetivar e substantivar o Maracanã.

Em função das reformas às quais foi submetido, através da criação de uma nova tradição em torno do estádio, os torcedores vão aos poucos “ressacralizando” o Gigante de

Concreto. Fora o lugar de instalação, no entanto, não há muito que os faça lembrar o “velho” Maracanã. Da estrutura original, apenas as tradicionais rampas de acesso do Bellini e da Uerj permanecem no local.

A perspectiva memorialista, portanto, pode se construir através e a partir da instalação do Museu do Futebol nas dependências do Estádio. Inaugurado em 2006 pela Secretaria Estadual Turismo Esporte e Lazer, o museu temático é o primeiro Museu do Brasil dedicado ao futebol. A proposta começou ainda no ano de 2000, quando inaugurada a “Calçada da Fama” em comemoração aos 50 anos do estádio. O espaço ocupa três andares do anexo portão 18 do Maracanã e possui um acervo composto em sua maior parte por artigos que rememoram a Seleção Brasileira e os 40 principais clubes do país. Dentre as principais peças expostas estão: camisa e chuteira usadas por Garrincha na Copa de 1962, a bola e a rede do gol número mil de Pelé, bem como as camisas oficiais usadas pelo Brasil em todas as Copas até os dias de hoje, com destaque para as de 1950 e 1970. Além das instalações do museu, os visitantes têm acesso a lojas de artigos esportivos, espaços recreativos e auditórios com palestras sobre a modalidade.

Observa-se, a partir desse contexto, que a descaracterização do espaço, não somente arquitetônica, mas também a forma como têm rebatido diretamente na relação com seus frequentadores, vêm, aos poucos, demandando um processo de ressignificação do estádio. Removendo marcas, sua desconstrução prescinde da fragmentação e supressão dos elementos estabelecidos como signos compreendidos e incorporados pelos indivíduos. As intervenções, portanto, desconsideram a produção de prejuízos no patrimônio e no espaço social circunscrito ao seu redor.

### **Considerações Finais**

Baseando-se nos conceitos desenvolvidos por Martín-Barbero (2003) em seu método de estudo, Mapa Noturno, a análise do Estádio Jornalista Mário Filho – Maracanã – revela um verdadeiro processo de elitização, segregação e exclusão, reencenando, dentro de si, a realidade social brasileira. As relações de poder representadas nas arquibancadas, o desenvolvimento de novas práticas sociais em torno do espaço, bem como os aspectos que delineiam a mudança exercida em sua estratégia de leitura, comunicabilidade e interação são alguns dos fatores que constroem uma imagem representada do que compõe a sociedade brasileira historicamente e nos dias de hoje. Da mesma forma em que são submetidos

determinados e específicos grupos sociais do país, dentro do Arena, calaram-se gritos e cantos, encerrou-se o encanto, deu-se lugar ao (dês) significado.

No final das contas, faz-se pertinente questionar: Temos que perder tudo isto pela sofisticação asséptica do jogo? Para a transmissão televisiva, programas de sócio torcedores, conforto, segurança? Seremos, agora, o pragmático futebol dos outros? O futebol, dito moderno, incorporou o estilo europeu e vem, aos poucos, alterando a maneira de vivenciar o universo da bola no Brasil. Contudo, é preciso entender que o modelo das arenas não precisa ser copiado, temos uma cultura própria de futebol, de torcida, de estádio. Temos uma cultura própria. E não é preciso copiar ninguém. O Maraca é um espaço público, democrático e símbolo de união e compartilhamento. Não conta, e nem deveria contar, uma história de poder, de opressores sobre oprimidos. Mas fizeram com que justamente ele, agora então Arena Maracanã, contasse uma história de exclusão.

## REFERÊNCIAS

**Arquiteto do Maracanã fala sobre o projeto para a Copa**, 9.12.2010. Na revista Grandes Construções e na Gazeta Esportiva. Disponível em <[www.grandesconstrucoes.com.br](http://www.grandesconstrucoes.com.br)> e <<http://agecopa2014.com.br>>. Acesso em: 6.out.2015

BLOIS, Caio. **10 anos sem geral do Maraca; filme mostra como ela acabou**. Disponível em <[http://espn.uol.com.br/noticia/500853\\_10-anos-sem-geral-do-maraca-filme-mostra-como-ela-acabou](http://espn.uol.com.br/noticia/500853_10-anos-sem-geral-do-maraca-filme-mostra-como-ela-acabou)> Acesso em: 4.out.2015

DA MATTA, Roberto. **Antropologia do óbvio: notas em torno do significado social do futebol brasileiro**, em: Revista USP: Dossiê Futebol. Número 22, 1994

**Estádio Maracanã – Elaboração do Projeto Executivo e Execução de Obras de Reforma e Adequação**. Disponível em <<https://www.copatransparente.gov.br/acoes/estadio-do-maracana-elaboracao-do-projeto-executivo-e-execucao-das-obras-civis>> Acesso em: 12.out.2015

MARTIN-BARBERO, L. F. **Dos Meios às Mediações**: caminhos percorridos. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

RAMALHO, Erica. **Rio de Janeiro > Estádios > Reforma do Estádio Mário Filho (Maracanã)**. Disponível em <<http://www.transparencia.gov.br/copa2014/cidades/execucao.seam?empreendimento=50>> Acesso em: 4.out.2015

REIS Filho, Nestor Goulart Reis, **Parecer Ref. Estádio Mário Filho (Maracanã)**, 12.4.2000 e Ata da 21ª Reunião do Conselho Consultivo do Patrimônio Cultural/IPHAN, 13.4.2000. Inscrição do —Estádio Mário Filho, conhecido como Estádio Maracanã”, sob o nº 125, no Livro Arqueológico, Etnográfico e Paisagístico, 26.12.2000.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a Mídia?**. Tradução por Milton Camargo Mota. Editora Loyola, São Paulo, Brasil, 2002.