

O legado do torcer em estádios após os megaeventos esportivos: economia, apropriação do espaço e o turismo

Cheering in Stadiums After Mega Events:
Economy, Space Appropriation and Tourism

Fillipe Soares Romano

Universidade de São Paulo, São Paulo/SP, Brasil
Doutorando em Turismo, USP
fillipe.romano@usp.br

Natália Rodrigues de Melo

Université Grenoble Alpes, Grenoble, França
Doutora em Arquitetura, UFRJ

Felipe Queiroz

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte/MG, Brasil
Doutorando em Estudos do Lazer, UFMG

RESUMO: O presente artigo apresenta perspectivas do torcer após as reformas e/ou (re)construções de estádios para a Copa Mundo de 2014 a partir de três eixos analíticos em três estádios: o impacto econômico no Mineirão/MG; o impacto social dada a (re)apropriação do espaço pelos torcedores no Maracanã/RJ; e o impacto sociocultural do turismo na Neo Química Arena/SP. O objetivo é de elucidar e refletir como as mudanças estruturais para os megaeventos esportivos afetaram nas formas de torcer e nos novos usos desses equipamentos. Após análises empíricas realizadas com o auxílio de métodos qualitativos e quantitativos, foi possível atestar que o saldo dos legados dos estádios transformados foi, em sua maioria, negativo: processo de *gentrificação*; sensação de não pertencimento do espaço totalmente modificado; mudança da compreensão de torcedor para consumidor; o empobrecimento da ambiência do lugar. Diante disso, denota-se a necessidade de refletir o estádio como espaço de diversidade econômica e sociocultural que retome maior centralidade na formação identitária do torcedor.

PALAVRAS-CHAVE: Torcer; Estádios; Legados de megaeventos; Economia; Turismo.

ABSTRACT: This paper presents perspectives on cheering after the renovations and/or (re)constructions of stadiums for the 2014 World Cup based on three analytical axes, in three stadiums: the economy impact– Mineirão/MG; the social impact given the (re)appropriation of space – Maracanã/ RJ; and the sociocultural impact due to tourism – Neo Química Arena/SP. The goal is to elucidate and reflect about how the new structural changes for the Mega Sporting Events have affected the ways of cheering and the usages of these arenas. Using empirical analysis carried out by qualitative and quantitative methods, it was possible to verify that the legacy balance of the reformed stadiums was mostly negative due to: the gentrification; the feeling of not belonging to the place; the shift from supporter to consumer; the deterioration of the stadium atmosphere. In light of this, it is pointed out the need to reflect upon the stadium as a space of economic and social diversity that retakes a greater centrality in the identity formation of the supporter.

KEYWORDS: Cheer; Stadiums; Legacy of Mega Events; Economy; Tourism.

INTRODUÇÃO

O futebol, além de ser parte integrante da cultura-história do Brasil, desponta o torcer como parte do imaginário social nacional e forma de lazer popular. Os debates gerados, a partir da escolha do Brasil como sede da Copa do Mundo de 2014, entorno das transformações que envolveram para realização desse megaevento, nortearam-se dentre as diversas questões, na dimensão econômica, na (re)apropriação dos estádios e no turismo.

O encarecimento no preço dos ingressos antes mesmo da realização da Copa do Mundo de 2014 mostrou-se como principal razão para uma percepção de elitização e consequente exclusão do torcedor mais popular nos estádios. Além disso, novas formas de torcer foram impostas, dado o aumento da segurança, vigilância dos corpos e da hipersetorização do espaço, desconsiderando qualquer relação de identificação e apropriação do lugar pelo torcedor. Consequentemente, o turismo desses equipamentos também é afetado, ainda que o turista/visitante se aproprie das arenas esportivas como atrativos, utilizando-os como entretenimento, lazer, consumo e até mesmo, trabalho (centro de convenções) e ensino (universidades), a forma como dinamizam essa prática, inclusive em dias sem jogos de futebol.

O presente artigo apresenta perspectivas do torcer após as reformas e/ou (re)construções de estádios para a Copa do Mundo de 2014, a partir de três eixos analíticos e em três estádios: o impacto econômico no Mineirão/MG; o impacto social dada a (re)apropriação do espaço pelos torcedores no Maracanã/RJ; e o impacto sociocultural do turismo na Neo Química Arena/SP. É importante destacar que o presente estudo é resultado da intersecção de duas dissertações e uma tese de pós-graduação de diferentes autores e procedimentos metodológicos. Entretanto, o ponto em comum analisa as mudanças físicas e as consequentes interferências econômicas, sociais e culturais no modo de torcer e nos usos desses novos espaços, objetivo do presente artigo. Dessa forma, busca-se analisar os legados e os impactos de um megaevento esportivo e, por consequência, do próprio capital operacionalizado nesse cenário, no torcer em estádios de futebol no Brasil.

MINEIRÃO: FUTEBOL, ECONOMIA E O TORCER

Para analisar os desdobramentos possíveis observados no torcer do ponto de vista econômico, a partir da reestruturação esportiva para os megaeventos, o recorte espacial proposto foi o estádio Governador Magalhães Pinto, o Mineirão.¹ O estádio compartilha com o Maracanã e Neo Química Arena, um espaço representativo do futebol brasileiro, tanto quantitativamente como qualitativamente. Ainda que a gestão esportiva envolvendo preço do ingresso e estádio esteja sujeita a uma complexa rede de atores locais do futebol, os resultados encontrados no Mineirão permitem, pela representatividade do estádio, inferências para uma visão global do futebol brasileiro.

Com o recorte espacial em questão, buscou-se compreender os desdobramentos econômicos do fruir do lazer futebolístico em estádios após a reforma para a Copa do Mundo. Entretanto, reconhece-se que essa expressão de lazer acontece em outros espaços no âmbito público e privado – bares, casa, smartphones –, mas que é na origem da produção do espetáculo que se buscou compreender suas transformações.

O recorte temporal proposto geral da pesquisa foi o intervalo dos anos entre 1994 e 2018, no qual se iniciou o plano real. Nesse período o futebol vivia um momento de transição influenciado por um movimento internacional de reestruturação do esporte desde os anos 1980.² Porém, o foco da análise deste artigo será o triênio que antecede a escolha do Brasil como país sede da Copa do Mundo até o ano de 2018, justificado pelas transformações econômicas vivenciadas pelos megaeventos esportivos, Olimpíadas e Paralimpíadas, além da Copa do Mundo de futebol masculino. A periodização contribuiu na compreensão do tema, na medida em que compartilha elementos dos dois eixos estruturais dessa análise – economia e torcer em estádios de futebol – em um período chave para entender o futebol brasileiro e o modelo econômico contemporâneo.

No âmbito empírico, a pesquisa parte da variável *preço do ingresso* para construir um desenho da evolução do custo do lazer futebolístico no estádio Mineirão. Esse parâmetro econômico é o elemento central demonstrativo na composição do custo,

¹ QUEIROZ. *O preço da emoção: as transformações do custo do lazer futebolístico no estádio Mineirão*.

² PRONI. *Esporte-espetáculo e futebol-empresa*.

sendo possível notar outros, como transporte, alimentação e bebidas – mas que estavam sobre um regime e influência de flutuações macro e microeconômicas diferentes, as quais se distanciam do escopo proposto e, portanto, não foram analisadas.

Cabe ressaltar que o preço do ingresso é o fator determinante na tomada de decisão do consumo do lazer em estádios, sendo elemento central na relação oferta e demanda.³ O preço dos ingressos foi analisado a partir de alguns critérios que consideram a diversidade do espetáculo esportivo em seu âmbito espacial e econômico. Para tanto, busca-se identificar o comportamento dos preços em competições estaduais, nacionais e internacionais. Além das fases, momentos diferentes na competição, ou seja, preço do ingresso na fase classificatória, em etapas eliminatórias, decisões de campeonato ou jogos de maior apelo devido à rivalidade dos clubes. O objetivo dessas escolhas foi compreender a produção do espetáculo esportivo e seu direcionamento e cerceamento econômico no acesso a certos tipos de emoção.

A fonte utilizada foram as fichas técnicas conhecidas como Borderôs, documentos disponíveis no site oficial do Estádio Mineirão. A escala temporal definida associada aos recursos estatísticos e de representatividade percentual permitiram uma análise comparativa do período. As variações de preços observadas ao longo dos anos foram associadas à inflação. Essa variável teve como referência o comportamento médio do aumento de preços da economia brasileira, o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA, o intuito foi perceber as diferenças entre os valores reais (preço médio do ingresso corrigido pela inflação) e os valores nominais (preço médio do ingresso registrado).

No desenvolvimento do trabalho, foi utilizado o software estatístico R, sendo essencial o emprego de dois pacotes: “ggplot2” e “deflateBR”. O primeiro aprimorou a construção dos gráficos e o segundo possibilitou os cálculos de ajuste financeiro envolvendo o IPCA. A metodologia utilizada para analisar os dados registrados no banco de dados foi a estatística descritiva. O método consiste em um conjunto de ferramentas que possibilitam o resumo, organização e descrição das variáveis observadas. Essas análises podem ser aplicadas individualmente, ou na comparação de grupos.⁴

³ MANKIW. *Introdução à Economia*, p. 67.

⁴ FARIAS; LAURENCEL. *Estatística Descritiva*, 2000.

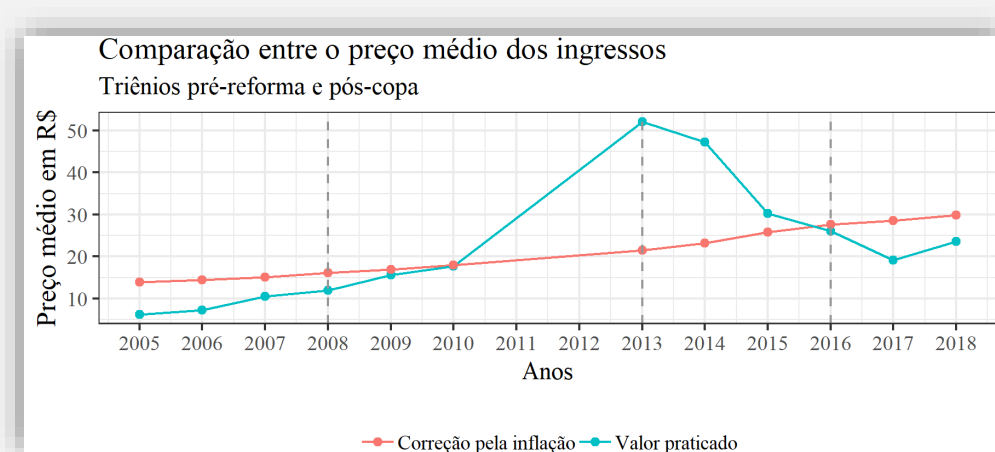


Gráfico 1 - Porcentagem do salário-mínimo que o ingresso representa entre os triênios pré-reforma e pós-copa. Fonte: QUEIROZ (2018).

De 2005 a 2010, a proporção entre preço médio do ingresso e salário mínimo teve um comportamento crescente, sempre se mantendo abaixo de 4%. No primeiro triênio, após a reforma, houve um aumento nessa proporção, para quase 8%, que voltou a cair ainda em 2015. A reta ascendente que começa em 2007 e atinge seu máximo em 2013, com preço médio dos ingressos custando acima dos R\$ 50,00. Ainda que até 2010 os preços tenham permanecido abaixo da inflação histórica ou equivalentes a ela, a percepção de encarecimento pode ser observada pelo consumidor por meio do aumento acintoso.

O tempo é uma variável fundamental para se pensar sobre a reação do consumidor. Ainda que no longo prazo possa existir uma coincidência no final do período estudado dos preços praticados versus os preços corrigidos pela inflação, o comportamento das variações ao longo do tempo é que determina a percepção. Os preços praticados posicionaram-se de maneira deflacionária durante um período, mas o que pode ter determinado a reação dos consumidores, e do próprio debate público e privado, foram as oscilações abruptas. Conforme o gráfico 1, a diferença é um fator relevante quando se discute essa comparação dos preços médios. Comparativamente, poucos produtos e serviços comportaram-se dessa forma entre 2010 e 2013 no consumo do brasileiro médio.

Sendo assim, o aumento do preço médio dos ingressos após a reinauguração do Mineirão em 2013 talvez seja o ponto crucial na percepção da elitização do futebol do ponto de vista econômico. Se em 2010 o preço médio era de R\$ 17,10 e em

2013 foi para R\$ 52,10, houve um aumento percentual de quase 200%. E em se tratando do estádio Mineirão, o impacto do torcedor, levando em conta o período fechado, foi ainda mais contundente.

O gráfico de comparação entre preço médio dos ingressos corrigidos pela inflação ano a ano e preço médio praticado permite constatar que houve uma mudança no padrão do custo no período de 2013, 2014, 2015. Nesses anos, o valor real dos ingressos superou o valor calculado de acordo com a inflação anual. Nos outros períodos foi observado o comportamento oposto. O que se percebe nesse contexto é uma variação no preço do ingresso regida por uma mudança ligada ao universo do futebol. O triênio de alta nos preços dos ingressos compreendeu a reinauguração do Estádio Mineirão após reforma para a Copa do Mundo, a Copa das Confederações e a Copa do Mundo. Em uma pesquisa feita pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), Blumenschein e Navarro (2013) estimaram as expectativas microeconômicas no setor do futebol em detrimento da Copa do Mundo.

A pesquisa usou como referência os dados do ano de 2009, em que os fluxos monetários diretos do setor futebol no país alcançavam a ordem de R\$ 3,5 bilhões anuais, sendo que o valor adicionado gerado por toda a cadeia produtiva do futebol alcança o patamar de R\$ 6,5 bilhões anuais, representando 0,2% do PIB brasileiro.⁵

Embora o futebol já tenha uma representatividade importante da economia brasileira, a participação pode crescer substancialmente em função de mudanças no perfil dos clubes em um *cenário potencial* no qual os clubes brasileiros desenvolvam sua rentabilidade até um patamar comparável àquele verificado nos clubes europeus. Neste cenário, estima-se que os fluxos monetários diretos do setor futebol nacional pode vir a somar R\$ 21,5 bilhões. Estas mudanças poderão contribuir com mais de R\$ 28 bilhões para a expansão do PIB brasileiro, o que corresponde a um impacto de 0,9% em relação ao Produto Interno Bruto do país em 2009.⁶

A projeção realizada pelos economistas denota a dimensão da expectativa envolvida na Copa do Mundo. Sendo a fruição em estádios um elemento importante nessa contabilização, parte desses efeitos macroeconômicos deveria vir da renda na

⁵ QUEIROZ. *O preço da emoção*.

⁶ BLUMENSCHIEIN; NAVARRO. Impactos socioeconômicos da Copa do Mundo FIFA 2014 e seu legado para o futebol brasileiro, p. 86.

bilheteria e no conseqüente aumento nos preços dos ingressos, haja vista que a própria capacidade dos estádios reformados diminuiu.

Quando analisamos os gráficos desagregados, que consideram cada campeonato separadamente, compreendemos melhor que essa coincidência atual no preço médio dos ingressos e o valor corrigido pela inflação devem ser ponderados. O que os dados demonstram é uma relação inferior dos preços do campeonato brasileiro e do campeonato mineiro em relação ao corrigido conforme a inflação. Já a Copa do Brasil e a Libertadores comportam-se de maneira inversa.

Entretanto, os dados ora considerados para gerar todos os gráficos tratam de um somatório geral ou de modalidades competitivas específicas. Essa afirmação acima com relação às diferenças do que foi esperado no debate público e privado precisa ser aprofundada. Um movimento de desagregar os dados e correlacioná-los de maneira a capturar comportamentos que envolvem momentos de maior apelo e emoção envolvidos mostraram-se necessários. Para tanto, optou-se por trazer dois gráficos que podem ampliar esse debate em cima dos preços dos ingressos.

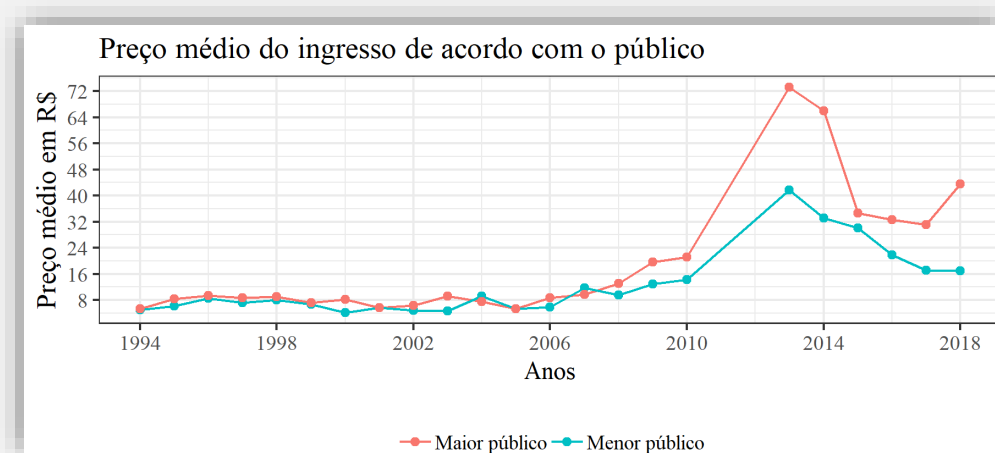


Gráfico 2 - Preço médio do ingresso de acordo com o público. Fonte: QUEIROZ (2018).

O gráfico 2 utilizou-se do preço médio dos dez maiores públicos do ano e dos dez menores, com o objetivo de avaliar o comportamento dos ingressos em momentos das competições que geraram maior demanda e conseqüente emoção esperada envolvida. O gráfico demonstra que, no período pós-copa, o regime de preços mudou. Se até 2010 o preço dos ingressos variava pouco em momentos diferentes da

competição, esse regime estável reconfigura-se em uma nova dinâmica flutuante. Essas assimetrias, em alguns momentos, demonstram variações consideráveis entre jogos de menor apelo e maior, o que nos permite inferir uma elitização relativa mediada pelo cerceamento econômico a certos tipos de emoção, qual sejam as partidas que envolvem grande apelo por parte dos torcedores.

Esse cenário pode indicar uma reconfiguração de pertencimento ao estádio e ao clube, na medida em que os torcedores podem ser selecionados diante ao tipo de jogo que será jogado ou fase da competição. Questões sobre fidelidade clubística e barreiras de acesso a um esporte historicamente popular surgem diante dessa precificação dinâmica do espetáculo esportivo iniciado a partir da reinauguração do Mineirão para a Copa do Mundo de 2014.

MARACANÃ: PÓS-REFORMA E A AMBIÊNCIA DO LUGAR

Um estádio de futebol encerra um conjunto de relações sociais que corroboram para o processo de apropriação e ressignificação como território.⁷ Contudo, para territorializar determinado espaço, não basta somente se apropriar dele, mas ser aceito como parte daquele território, isto é, ser “legitimado” como tal.⁸ Na contemporaneidade presencia-se uma forte tendência de intervir nas cidades,⁹ desconsiderando-se redes sociais e comunitárias. Essas intervenções chegaram aos estádios brasileiros reformados para a Copa do Mundo de 2014. As ditas “melhorias”¹⁰ que os projetistas têm buscado na construção e reforma de muitos deles têm trazido, em contrapartida, um empobrecimento da qualidade sensível desses lugares para o espectador.

Essas transformações dos estádios brasileiros e principalmente nos hábitos de torcer foi objeto de um estudo etnográfico no estádio do Maracanã pós-Mundial de 2014,¹¹ com objetivo principal de conhecer e compreender como a reforma ali

⁷ MASCARENHAS. A mutante dimensão espacial do futebol, p. 61-70.

⁸ LEFEBVRE. *La production de l'espace*. RAFFESTIN. *Pour une géographie du pouvoir*.

⁹ MONTANER; MUXÍ. *Arquitectura y política*.

¹⁰ ROUX. *L'ambiance des stades*, p. 393.

¹¹ MELO. *O grande palco futebolístico: ambiência e memória no estádio do Maracanã pós-reforma para a Copa de 2014*.

realizada tinha impactado a ritualística social do futebol e, conseqüentemente, a atmosfera do lugar, na perspectiva dos torcedores. A ambiência é que o precede e determina os modos de ação e integração de todos os elementos do espaço físico em conjunto com as relações humanas e os aspectos sensíveis ali presentes.¹² Tudo o que está contido em um dado ambiente é cercado ou rodeado por essa “atmosfera moral e material” chamada ambiência. Esta, no entanto, só pode ser compreendida por meio do corpo situado no espaço e é por meio da experiência, do envolvimento/movimento do corpo com o meio, que o ambiente será (re)conhecido.¹³ Havendo a conscientização dessa atmosfera do lugar, o usuário a analisará segundo seus aspectos emocionais e afetivos, tornando-a passível de ser arquivada na memória.

A ambiência do Maracanã vem sendo criada e recriada há muitos anos. Esse estádio foi construído para a Copa do Mundo de 1950 para ser o maior estádio de futebol do mundo. Ao longo de sua extensa história, tornou-se a casa de várias torcidas e, claro, passou por diversas mudanças.¹⁴ Nos anos 2000 é reconhecido pela UNESCO como Patrimônio Histórico da Humanidade.¹⁵ A partir de então, as reformas estruturais realizadas deveriam, por princípio, atentar e respeitar o projeto original do imóvel e o valor cultural atrelado à ocupação das torcidas.¹⁶ Três reformas foram realizadas após esse reconhecimento: 1) para o Mundial de Clubes em 2000; 2) para os Jogos Pan-americanos em 2007; e 3) para a Copa do Mundo em 2014. Foi essa última reforma, no entanto, que alterou significativamente a arquitetura do Maracanã, especialmente em sua parte interna. Dentre essas mudanças, a mais significativa consiste no processo de hipersetorização,¹⁷ que “confina” os torcedores dentro de setores específicos e, delimitados pelo valor do ingresso (setores oeste e leste com ingressos mais caros e setores norte e sul os mais populares). Conseqüentemente, foram implementadas novas formas de controle dos corpos e, por conseqüente, novas formas de torcer.

¹² THIBAUD. O Ambiente Sensorial das Cidades: para uma abordagem de Ambiências urbanas.

¹³ THIBAUD. O Ambiente Sensorial das Cidades.

¹⁴ BUARQUE DE HOLLANDA. *A formação das torcidas organizadas de futebol do Rio de Janeiro*.

¹⁵ GIRÃO. Maracanã: destruir ou preservar.

¹⁶ GIRÃO. Maracanã: destruir ou preservar.

¹⁷ FERREIRA. *O estádio de futebol como arena para a produção de diferentes territorialidades torcedoras: inclusões, exclusões, tensões e contradições presentes no novo Maracanã*.

A investigação realizada no Maracanã pautou-se na análise etnotopográfica, um desdobramento da etnografia cujo escopo visa investigar a configuração dos atributos do espaço, a fim de compreendê-lo como materialização das culturas, das subjetividades e dos projetos de vida.¹⁸ Foram realizadas também observações com os participantes e entrevistas com os torcedores. Em seguida, com base nas narrativas colhidas, foram construídos quadros de relatos que surgem como inspiração da ferramenta “Arquivo Mnemônico do Lugar”,¹⁹ para a montagem de histórias coletivas do lugar. Foi criado então o *Arquivo Maracanã*, no qual foram extraídas as metáforas presentes nos fragmentos e traços dos depoimentos dos torcedores.²⁰

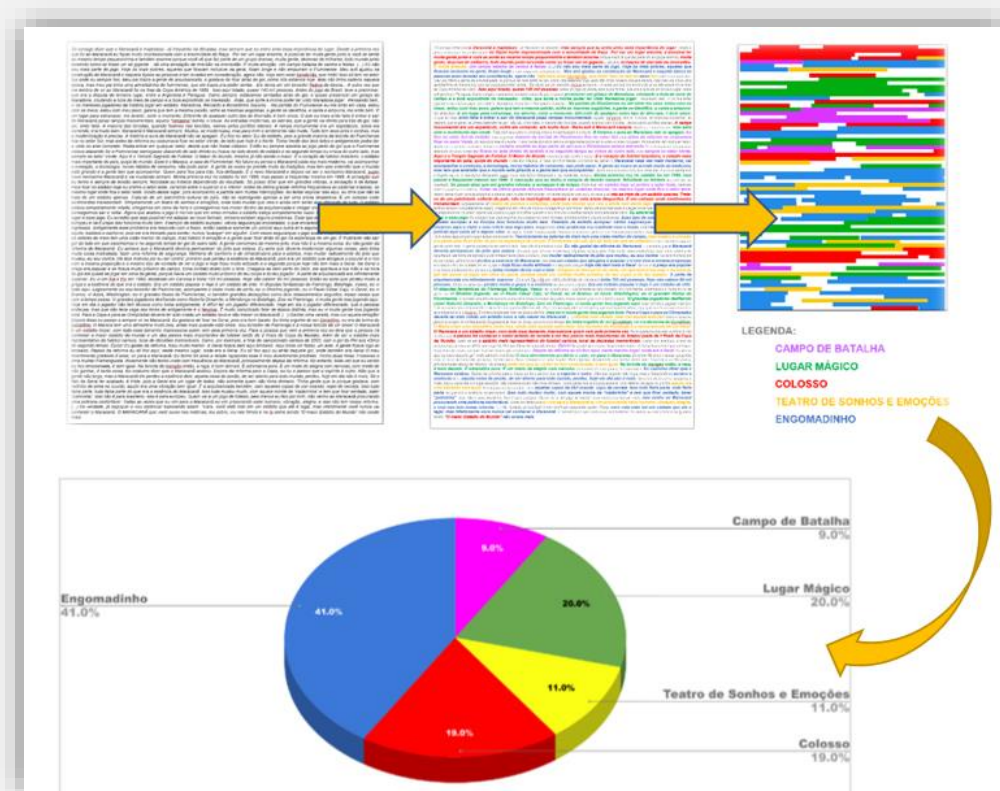


Imagem 1 – Esquema gráfico das etapas metodológicas sobre a análise do Maracanã.
Fonte: MELO (2018).

¹⁸DUARTE *et al.* *O lugar do projeto no ensino e na pesquisa em arquitetura e urbanismo.*

¹⁹UGLIONE. *A memória na cidade e a invenção do lugar.*

²⁰MELO. *O grande palco futebolístico.*

O trabalho do Arquivo une e entrelaça narrativas individuais, tomando-se como fio condutor as metáforas que elas possuem em comum. Com esse procedimento, identificaram-se extratos metafóricos, tomados como signos que definem e qualificam o lugar para um certo grupo de sujeitos/narradores. Foram identificadas cinco metáforas do Maracanã e seus respectivos extratos metafóricos, revelados no entrelaçamento das narrativas de 26 torcedores frequentadores do local, entre o período de 2016 e 2017.

O primeiro extrato metafórico, oriundo da metáfora *Campo de Batalha*, narra a partida de futebol como uma “guerra”, do estádio como um território de disputa entre adversários. O inimigo é temporário, mas a ambiência formada no combate do estádio cria e invoca a simbologia que sustentará batalhas presentes e futuras.

Através desse extrato, o processo de reterritorialização foi observado pela formação de microambiências²¹ e na formação de ondas que as dissolvem. Ambas são diferentes em cada jogo, porém elas acumulam e reproduzem grandes similaridades de comportamentos e símbolos. As microambiências são como trincheiras: criadas para o confronto e disseminadas por todo o território.

Um exemplo de microambiência constantemente observada é formada pelas torcidas organizadas. Os membros desses grupos foram forçados pelos gerentes do estádio a estabelecerem suas trincheiras mais ao centro dos setores norte e sul, no nível superior após a última reforma e transformação em Arena. Entretanto, espontaneamente esses torcedores foram expandindo seus territórios para as laterais e para o nível inferior desses mesmos setores, criando uma borda com cânticos, bandeiras e camisetas com as cores do time e símbolos próprios a cada torcida organizada. Outra microambiência característica do Maracanã é a formada pelos “pós-geraldinos”, os saudosistas da “Geral”, conhecido espaço próximo ao campo onde os torcedores assistiam de pé aos jogos e que foi extinta na reforma de 2007. Após a

²¹ As microambiências são fragmentos menores circunscritos dentro de uma ambiência maior. Eles comportam pequenos grupos que “compartilham e/ou experimentam um mesmo acontecimento num determinado espaço, cujas características sensitivas ajudam a proporcionar práticas sociais que se constituem em bordas de menor reverberação” (LIRA, 2015, p. 64). As microambiências clarificam as constantes alterações de elementos sensíveis e as dinâmicas das ocupações dos espaços. No estádio, as microambiências existem pela necessidade dos torcedores em marcar presença, serem identificados e darem respostas viscerais ao seu clube, como afirmou Edensor (2015).

destruição desse espaço, os pós-geraldinos o recriam provisoriamente e formam bordas ao se debruçarem nas divisórias com o gramado, ora xingando os jogadores, ora vibrando com a partida, reforçando assim seu território.

As microambiências levam à compreensão da dominação do território como parte do direito adquirido no *Campo de Batalha*. Não existe mais a “livre territorialização” cunhada pela livre circulação do passado e atualmente dificultada pela hipersetorização. Em dias de partida, as torcidas podem transformar o estádio em um campo de forças e, em consequência, tentam se reapropriar desse território que se dá muitas vezes por identificação,²² mas também por combinação de controles, funções e simbolizações.

O segundo extrato metafórico ligado à metáfora do *Lugar Mágico* representa a transcendência do Maracanã. Nele se traduz a ascendência da ambiência embebida no encantamento que o “gigante do futebol” produz em seus torcedores. Esse extrato fala da dimensão de magia do lugar Maracanã, envolto em ritos, portador de uma alma. Esse templo do futebol lançou os moldes do torcer em massa, “inventou” ídolos, criou formas inusitadas de encorajar as equipes. Ele abriga memórias de finais improváveis e fantasmas de grandes derrotas. Ele possibilitou a criação de uma identidade torcedora e dirimiu diferenças.

Um dos exemplos da magia do novo Maracanã emerge quando ídolos ou mesmo os grandes jogos decisivos são lembrados, retrazidos à tona, denotando que aquele lugar foi o palco de algo memorável, mesmo quando é lembrado também por ter sido lócus de derrotas. Esses fragmentos são acionados pelos torcedores, usando de sua memória, de forma a acharem seu lugar e se sentirem (re)pertencentes ao Maracanã. A construção de mitos²³ não é uma coisa do passado, e sim um conhecimento que temos como indivíduos e como membros de uma determinada sociedade, possuindo forte aderência ao lugar, desde que reutilizados.

Para muitos, o Maracanã ainda é o maior estádio do mundo. Embora sua capacidade máxima tenha sido reduzida na última reforma para cerca de 79 mil torcedores, em oposição aos 200.000 lugares que havia anteriormente, ele ainda é tratado como gigante em sua potencialidade, em seu eco e representatividade para o futebol

²² HAESBAERT. *O mito da desterritorialização*.

²³ TUAN. *Space and Place: The Perspective of Experience*.

e para a arquitetura mundial. E muitas pessoas ainda pensam dessa forma, pois a ideia do terceiro extrato metafórico, conectado à metáfora do *Colosso*, surgiu com muita força em algumas narrativas dos torcedores.

Contudo, essa dimensão da grandiosidade do Maracanã é pautada sobretudo pelo campo simbólico, pelas marcas deixadas no tempo. Além disso, a grandiosidade do estádio se altera com a ambiência de cada partida, nos diferentes jogos, uma vez que ela não está representada somente pelo tamanho físico, mas principalmente pela circulação dos elementos sensíveis. Dado o encarecimento dos ingressos dos jogos, a ambiência da partida e da dimensão do estádio é afetada e sentida pelos aficionados.

O quarto extrato metafórico explicado pela metáfora do *Teatro de Sonhos e Emoções* sintetiza as encenações que se desenrolam no estádio durante uma partida de futebol, das quais os torcedores são espectadores e, ao mesmo tempo, participantes do que se passa no palco futebolístico. Esse extrato foca, sobretudo, nas representações que envolvem um jogo de futebol e todo o ritual desenvolvido por essas atuações.

Em dias de partida, os torcedores analisados insistem na teatralização do novo Maracanã. O *Teatro de Sonhos e Emoções* começa com os rituais de preparação e se estendem ao entorno urbano do estádio, antes do início de cada disputa. Por exemplo, nos bares do entorno, os torcedores ainda são observados devidamente trajados com o uniforme de sua equipe e eles aproveitam para beber, conversar e cantar. Há sempre muitos vendedores de comidas, bebidas, *souvenirs* e torcedores fantasiados com as cores das equipes, cumprindo o papel de animadores do pré-jogo. Embora o que se preveja é uma grande batalha, o ritual que a antecede é bastante festivo, efusivo, com pitadas de tensão, mas, acima de tudo, é muito representativo.

O *Teatro de Sonhos e Emoções* é o rompimento no cotidiano. Torcer é uma festa, as pessoas comuns se transvestem de torcedores, se transformam e se entregam de corpo e alma a essa festa que é a torcida pelo seu time.

Por fim, o quinto extrato metafórico, que é o desdobramento da metáfora do *Engomadinho*, é o resumo da reverberação da angústia, da tristeza e da revolta com as reformas do Maracanã. A frase “não é mais o mesmo Maracanã” foi narrada muitas vezes pelos torcedores e motivou essa pesquisa.

Para alguns, o novo Maracanã continua sendo o gigante. Porém, para outros, ele foi maior em outra época, pois a sua grandeza estava associada ao seu caráter

mais acolhedor e popular. Pelo fato de não ter sido consultado sobre as alterações que foram feitas no Maracanã, o torcedor sente-se marginalizado e ainda mais resistente às mudanças, ampliando a sensação de diminuição do lugar.

No estádio *Engomadinho*, o torcedor também se sente tolhido e vigiado pelo que ele considera um excesso de segurança. A ambiência do estádio é transpassada pelo controle da vigilância que denota um caráter menos espontâneo à partida. Mas os torcedores são transgressores e aos poucos vão se apossando do que por direito é seu: o direito de encorajar sua equipe. Eles já não obedecem mais à numeração das cadeiras, usam espaços vazios como arquibancadas improvisadas (escadas, locais com cadeiras quebradas, divisórias de setores, rampas), levantam, pulam e buscam romper com toda ordem de controle. As vítimas simbólicas²⁴ da mudança de paradigma desses equipamentos, os “lugares de pé” são combatidos energeticamente pelos novos designers de estádios. O *Engomadinho* sem dúvida fala de um processo que se pode dizer de despertencimento, o que está ligado sempre à busca do sentido,²⁵ quando alguma perda é vivenciada, o que, no caso desses torcedores, se refere a eles não se sentirem mais como parte do Maracanã.

De forma geral, os extratos metafóricos sintetizam a angústia e a ira dos torcedores do novo Maracanã. No entanto, esse ente movido à paixão e emoção cria narrativas que simbolizam e (tentam) ainda ressignificar o espaço futebolístico.

NEO QUÍMICA ARENA: DE UM NOVO LAR CORINTHIANO AO USO E APROPRIAÇÃO DO TURISMO ESPORTIVO NACIONAL

No projeto inicial de candidatura do Brasil para sediar a Copa do Mundo de 2014, objetivou-se demonstrar a imagem do país na capacidade de organizar, planejar e executar diretrizes políticas econômicas de projeção internacional,²⁶ além de relatar que os investimentos em diversas áreas nas cidades sede retornariam como legados

²⁴ ROUX. L'ambiance des stades.

²⁵ HEIDEGGER. *Lettre sur l'humanisme*.

²⁶ MARCELLINO. *Legados de megaeventos esportivos*. RODRIGUES *et al.* *Legados de megaeventos esportivos*. MASCARENHAS. *O jogo continua: megaeventos esportivos e cidades*. UVINHA. *Megaeventos esportivos: legados para o turismo e a hotelaria*.

positivos à população. Conforme Brasil,²⁷ esse possível legado se expressa no desenvolvimento de diversos setores, sendo o Turismo destaque por ser um campo interdisciplinar diretamente relacionado ao fluxo migratório; meios de hospedagem; mobilidade; hospitalidade; entretenimento; planejamento e infraestrutura turística.²⁸

No entanto, como investigou a rede Observatório das Metrôpoles,²⁹ há muito mais impactos econômicos, de urbanização e de violação dos direitos humanos³⁰ oriundos desses megaeventos esportivos no Brasil. Com a construção dos estádios para a realização dos megaeventos esportivos, os possíveis legados negativos tangíveis podem resultar em conflitos ao longo do processo de planejamento e organização,³¹ além de outros processos como: remoções, processos de gentrificação, aumento da dívida interna, endividamento a longo prazo, aumento das desigualdades, redução de serviços públicos, valorização econômica da área e “elefantes brancos”.³²

O futebol sofreu diversas modificações ao longo dos anos, em especial suas instalações, de acordo com Mascarenhas.³³ No Brasil, duas alterações marcam o início da “nova geração de estádios”, a mudança característica do torcedor para consumidor, exacerbando as questões econômicas e financeiras e a compreensão do estádio como uma arena multiesportiva que deve ser utilizada para além do jogo de futebol, modelo estratégico de negócios apresentado pela FIFA e concebido às sedes dos megaeventos esportivos, dentre elas, a Neo Química Arena em São Paulo.

No dia 22 de julho de 2011, assinou-se entre diversos representantes o documento que dava início à construção do novo estádio do SCCP, dentre outros objetivos, o desenvolvimento da infraestrutura na região Leste de São Paulo. A construção do estádio teve como responsável a empreiteira Odebrecht Infraestrutura, com capacidade para 68 mil lugares, sendo 20 mil assentos removíveis, parte integrante aos requisitos mínimos da FIFA para abertura da Copa do Mundo no Brasil.³⁴

²⁷ BRASIL. Guia de Recomendações de Parâmetros e Dimensionamentos para Segurança e Conforto em Estádios de Futebol.

²⁸ ROMANO *et al.* Megaeventos Esportivos: uma reflexão sobre os legados da UEFA Eurocopa.

²⁹ OBSERVATÓRIO DAS METRÓPOLES.

³⁰ SANTOS JÚNIOR *et al.* *Os impactos da Copa do Mundo 2014 e das Olimpíadas 2016.*

³¹ MATIAS. Os efeitos dos megaeventos esportivos nas cidades.

³² RUBIO. *Megaeventos esportivos, legado e responsabilidade social.* CASHMAN. *The Bitter-Sweet Awakening: The Legacy of the Sydney 2000 Olympic Games.*

³³ MASCARENHAS. A mutante dimensão espacial do futebol, p. 62.

³⁴ ROMANO. *Atratividade turística em estádios de futebol: visitação no estádio Arena Corinthians.*

O Corinthians teria uma perda com a escolha do Morumbi, pois deixaria escapar uma oportunidade única de obter o seu tão acalentado estádio – que tornaria sua concretização possivelmente mais demorada, cara e incerta. Não seria, portanto, uma situação de mera indiferença, o ganho foi significativo, porque não só passou a ter um estádio que sequer possuía, como o obteve em condições especiais e num padrão muito elevado.³⁵

O valor de construção previsto na matriz de responsabilidade da Copa do Mundo 2014, no início, girou em torno de R\$1,08 bilhão de reais, sendo, destes, R\$400 milhões de financiamento federal, R\$420 milhões em investimentos do governo local e R\$260 milhões de iniciativa privada. Em 2018, os valores totais do estádio chegaram a R\$1,792 bilhão, considerando os juros, encargos e o valor dos Certificados de Incentivo ao Desenvolvimento – CIDs.³⁶

Vários torcedores utilizavam tal expressão [nós que vamos pagar o estádio] em sentido pejorativo, indicando ser equivocado por parte do clube elevar os valores para arrecadar a quantia necessária para saldar as contas. Outras críticas emergiam nesse contexto, como a de que não era necessário ter construído uma “Arena Padrão FIFA” para o clube e o envolvido em negociações com a “política da copa”. O aumento para “pagar o estádio” era tomado como “roubar o corintiano” e que a exclusão dos torcedores mais pobres dos jogos do clube maculava a arena como “casa do Corinthians”.³⁷

A venda dos *naming rights* para empresa Hypera Pharma por 20 anos pelo valor aproximado de R\$300 milhões de reais a partir de 2020 auxiliou, mas não esmiuçou, a dívida, na qual a torcida pagou a maior parte dessa conta, através dos preços altos de ingressos, dos aumentos nos valores dos planos de sócio-torcedor, modificando o perfil do público encontrado nessas “Arenas Padrão FIFA”.

Desde então a Neo Química Arena adotou o uso do turismo esportivo em diversas ações relacionadas (ou não) à temática futebolística, abordando diferentes públicos, desde a pessoa física a conglomerados corporativos, com o objetivo de usufruir da infraestrutura que o legado tangível — estádio de futebol — proporciona como parte integrante do lazer e turismo da maior megalópole do hemisfério sul, o retorno financeiro para custeio e manutenção do estádio.

³⁵ COUTO. A disputa política em torno do Estádio em São Paulo, p. 70.

³⁶ ROMANO. *Atratividade turística em estádios de futebol*. CASSUCCI, B. Comissão do Corinthians sugere acordo com Odebrecht e detalha dívida da Arena.

³⁷ BOCCHI. *Do estádio do Pacaembu para a Arena Corinthians: etnografia de um processo...* p. 169.

Salienta-se que a presente seção é um fragmento da dissertação desenvolvida com objetivo de apresentar a Arena Corinthians — na época, como um dos principais atrativos turísticos e de lazer da cidade de São Paulo. Na correlação conceitual com o turismo, pode-se classificar na categoria de turismo de Nostalgia, “que engloba turistas de estádios, arenas ou museus esportivos motivados pelo conhecimento de novas culturas, realidades, significados e estruturas”.³⁸

A pesquisa de método qualitativo e exploratória usufrui de levantamento bibliográfico, documental e pesquisa de campo através da técnica de observação participante e entrevistas temáticas aos atores sociais – Gestor da Arena; Gestora do Órgão público de turismo local; Moradores do entorno; e visitantes de eventos de lazer e turismo realizados nesses espaços.

Dentre os diversos eventos de cunho esportivo, musical, corporativo, social, de entretenimento além de exposições, congressos realizados na arena, destaca-se o Treino Aberto³⁹ como um evento cultural, histórico e de resguardo na antiga forma de torcer. Salienta-se que essa iniciativa demandada pelos torcedores e para os torcedores teve apoio do clube e dos gestores da Arena, sendo uma recente iniciativa nacional na qual usufruem de equipamentos ora proibidos, ora limitados pelos órgãos de segurança do estado de São Paulo em partidas oficiais.



Figura 1 - Treino Aberto – Pirotecnia e Nostalgia nas Arquibancadas da Neo Química Arena.
Fonte: Acervo Pessoal – Fillipe Romano (2018).

³⁸ GIBSON. *Sport Tourism*, p. 134. ROMANO; UVINHA. *Turismo Esportivo e Patrimônio Cultural*, p. 183.

³⁹ ROMANO. *Atratividade turística em estádios de futebol*.

O treino aberto ocorreu numa sexta-feira, 6 de abril de 2018, às 20h, sendo que os 37 mil ingressos disponíveis para o treino haviam sido adquiridos pelos torcedores — era necessária a troca de 1kg de alimento não perecível. Faz-se pertinente frisar que as Torcidas Organizadas do Corinthians convocaram os torcedores para escoltar o ônibus do clube.

Os dados apresentados a seguir foram obtidos através da análise participante; entrevista semiestruturada com 25 visitantes do evento Treino Aberto e, posteriormente, foram entrevistados, através de um roteiro temático, 5 visitantes e moradores do entorno do estádio que preenchessem estes requisitos: morar em um raio de 5 km do estádio há pelo menos 8 anos, frequentar os eventos e atividades no estádio, ser maior de 18 anos.

Como síntese do público entrevistado, destaca-se como perfil médio: homens com faixa etária entre 29 anos, moradores da capital paulista, a maioria não sócios do clube e frequentadores do estádio pela primeira vez.

Perfil Visitantes Treino Aberto	
Média Faixa Etária	29 anos
Gênero	
Feminino	10
Masculino	15
São associados do SCCP?	
Sócio do SCCP	4
Não Sócio do SCCP	21
Frequência no estádio	
1ª vez na Arena	17
Já frequentou outras vezes	8

Tabela 1 – Perfil dos Visitantes Respondentes do Treino Aberto. Fonte: ROMANO (2018).

Correlacionado aos dezessete visitantes que estavam no estádio pela primeira vez, questionaram-se os motivos que os fizeram não visitar o espaço anteriormente, obteve-se a questão financeira (9) e a falta de tempo/oportunidade (7), revalidando o perfil de torcedores de baixa renda e torcedores organizados

apontados durante a análise observacional. O último questionamento referiu-se sobre as motivações para a participação no Treino Aberto, sendo o principal motivo para dezenove respondentes o incentivo ao clube.

Evidencia-se o evento dentro do turismo de nostalgia, com o objetivo de reviver momentos vividos nos anos 1990, com a presença de materiais proibidos em estádios no estado de São Paulo, como pirotecnia com fogos de artifício, sinalizadores, bandeiras de mastro, bandeirões e quantidade ilimitada de materiais de percussão. Isso perpassa uma sensação dicotômica de apoio, divagação, melancolia e, principalmente, nostálgica.

Ao planejar ações e atividades nos estádios ou entorno, deve-se atentar aos critérios sociais: o impacto da obra sobre o meio ambiente, sobre a escala urbana e sobre a comunidade na execução dessas atividades.⁴⁰ As experiências significativas e positivas ofertam maior probabilidade de esses equipamentos serem frequentados,⁴¹ entretanto, o que se constatou com as entrevistas aos moradores é a sensação de exclusão e não pertencimento desse espaço.

Não, até pra mim que sou corintiano já é difícil estar aqui, as coisas mudaram muito e a diretoria acham que quem mora na Zona Leste é playboy, se for olhar esses ingressos pra sentar no concreto a R\$ 60 reais é quase um crime, pra sentar no concreto e [urinar] no mármore, preferia pagar R\$ 10 no Pacaembu que pelo menos dava pra levar alguém. É difícil pra gente que mora aqui ter isso e não usar, temos que escolher bem, se parar pra pensar eu que estou com mulher e filhos, qualquer jogo aqui na Arena, gastaria pelo menos R\$ 200 reais e olha que moro aqui do lado, imagina quem vem de longe?.⁴²

Ainda que o turismo esportivo se desponte como um facilitador econômico, em especial no que tange à autossustentabilidade financeira de uma arena esportiva, pretende-se destacar a importância do turismo esportivo de nostalgia que o estádio de futebol trouxe ao imaginário do seu torcedor e ao cotidiano da população do entorno, tanto como ambiente, espaço de lazer e entretenimento quanto na promoção de eventos corporativos e ações de marketing que viabilize o uso para além das partidas de futebol.

⁴⁰ GIRALDI. Equipamentos de lazer: uma reflexão sobre o espaço urbano.

⁴¹ RODRIGUES; RECHIA. A relação entre as transformações dos espaços de lazer advindas dos megaeventos esportivos e a humanização das cidades.

⁴² Morador 4 entrevistado por ROMANO. *Atratividade turística em estádios de futebol*.

A Neo Química Arena, que nomeou o tour temático como Casa do Povo, faz jus às inúmeras ações e atividades desenvolvidas em seus domínios, dentre elas, o Treino Aberto surge como forma de resgatar (ou até mesmo criar) a sensação de pertencimento que havia com o Pacaembu e com a forma do torcer, que foi perdida para as inúmeras mudanças e adequações às novas regras impostas pela FIFA. O Turismo de nostalgia destaca essas ações afirmativas ainda que não sejam a ideal – falta de planejamento e cooperação acaba por se destoar como uma ação em prol da retomada cultural no ato de torcer do brasileiro.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pode-se afirmar que estádios de futebol representam o principal legado tangível dos megaeventos esportivos. Prova disso é que as dinâmicas dos clubes e as configurações dos atos de torcer são recriadas; as formas de lazer e socialização das comunidades do entorno impactadas; a mobilidade urbana e os acessos logísticos aos estádios são afetados; em suma, uma série de políticas públicas de planejamento urbano, de esporte e de turismo é exigida em função de uma perenização que justifique grande empenho e financiamento na construção e/ou renovação desses monumentos.

Entretanto, nem sempre os legados são de fato tão harmoniosos e positivos como esperados. No caso do Brasil, *a priori*, o saldo das reformas, construções e reconstruções de estádios para a Copa do Mundo de 2014 foi consideravelmente negativo. Além de falhas projetuais e econômicas mais evidentes, como atrasos nas entregas das Arenas, superfaturamento das obras, demolições sem consultas públicas aos residentes/torcedores, percebem-se em nossas pesquisas impactos sociais e culturais significativamente danosos. Menciona-se o processo de *gentrificação* ocasionado pelo aumento no preço dos ingressos; a sensação de não pertencimento do espaço totalmente modificado e/ou modulado pelo excesso de vigilância; a mudança significativa da compreensão de torcedor para consumidor; o empobrecimento da ambiência do lugar, dadas as manifestações controladas; entre outras considerações anteriormente citadas.

Essas constatações individuais podem ser entendidas como desdobramentos ocorridos noutros estádios de futebol em todo o país pós-Copa do Mundo, especialmente dos estádios que são geridos em parceria ou de propriedade de clubes de futebol tradicionais do Brasil. Muito mais que isso, esse fenômeno de modificação dos modos de torcer, motivado sobretudo pela transformação física do equipamento esportivo, é um fenômeno das cidades. O empobrecimento das redes de relacionamentos em espaços atomizados e a elitização que afasta e ignora a periferia e as comunidades marginalizadas mostram que os estádios são microcosmos inseridos em uma dinâmica muito maior.

As reformas/construções dos estádios despontam como inegáveis rupturas dicotômicas, frequentemente citadas nas falas dos torcedores/visitantes que buscam de alguma maneira ressignificar aquele espaço através das memórias afetivas e simbolismos. Eles debatem, sobretudo, contra a barreira socioeconômica imposta, um dos principais fatores na mudança do torcer do brasileiro. Para custear as caras Arenas, medidas de financiamento via programas de sócio-torcedores, encarecimento do preço dos ingressos e comercialização do lazer são exemplos do dinamismo econômico de curto prazo que muda a característica do estádio e promove uma elitização que gera a conseqüente exclusão no acesso a certos tipos de emoção.

Como contraponto, aponta-se que os estádios hoje são muito mais tecnológicos, seguros, limpos, democráticos (vide a maior presença de torcedores excluídos do ambiente masculinizado de outrora, como mulheres, idosos e crianças) e multifuncionais (com garagens, comércio, museus, alimentação, tours e eventos, que garantem lazer para além dos 90 minutos da partida de futebol e possibilitam a autosustentabilidade das modernas arenas). No entanto, as modificações ou (re)construções tendem a negligenciar as manifestações de paixão das camadas mais populares por um clube ou o ambiente autêntico de socialização plural movido pelo futebol, que é a função primária de um estádio.

Por essa razão, o presente artigo apresenta a necessidade de reflexão do estádio como espaço de diversidade econômica e social, com foco na retomada cultural e centralidade na formação identitária do torcedor. Um estádio menos violento, sujo, precarizado não significa a exclusão ou desterritorialização de certo tipo de público, mas a criação de políticas que orientem o torcedor sem o segregar, confinar ou adestrar.

Uma coisa é certa: assim como o futebol, o estádio vai continuar mudando e, para alguns, ressignificá-lo nunca mais será possível. Para outros, assim como na imprevisibilidade do jogo, o estádio vai mudar sempre e ainda assim será possível “ressemantizá-lo” com o tempo, atribuindo um novo significado ao lugar.⁴³ Os estádios são palimpsestos que comportam camadas simbólicas que são recriadas nas fissuras inerentes de toda transformação.

* * *

REFERÊNCIAS

- BLUMENSCHNEIN, F.; NAVARRO, D. Impactos socioeconômicos da Copa do Mundo FIFA 2014 e seu legado para o futebol brasileiro. **Política Externa**, v. 22, n. 2, 2013.
- BOCCHI, G. M. M. **Do estádio do Pacaembu para a Arena Corinthians**: etnografia de um processo de “atualização”. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social), Universidade de São Paulo, 2016.
- BRASIL. Ministério do Esporte. **Guia de Recomendações de Parâmetros e Dimensionamentos para Segurança e Conforto em Estádios de Futebol**. Brasília, DF: Ministério do Esporte, 29 jun. 2011. Disponível em: <https://bit.ly/3xNrEqy>. Acesso em: 21 abr. 2022.
- BUARQUE DE HOLLANDA, B. B. A formação das torcidas organizadas de futebol do Rio de Janeiro: uma leitura de sua dinâmica histórica a partir das fontes impressas do *Jornal dos Sports* (1940-1980). **Brasiliana: Journal for Brazilian Studies**, v. 5, n. 1, p. 367-404, 2016.
- CASHMAN, R. **The Bitter-Sweet Awakening: The Legacy of the Sydney 2000 Olympic Games**. Sydney: Walla Walla Press, 2006.
- CASSUCCI, B. Comissão do Corinthians sugere acordo com Odebrecht e detalha dívida da Arena. **Globo Esporte**, São Paulo, 25 set. 2017. Disponível em: <http://glo.bo/3dHVG8E>. Acesso em: 21 jun. 2022.
- COUTO, C. A disputa política em torno do Estádio em São Paulo. In: CARVALHO, M.; GALGIARDI, C. (Org.). **Megaprojetos, megaeventos, megalópole**: a produção de uma nova centralidade em São Paulo. São Paulo: Olho d’Água, 2015.
- DUARTE, C. R. *et al.* O Projeto como Metáfora: explorando ferramentas de análise do espaço construído. In: DUARTE, C. R. de S.; RHEINGANTZ, P. A.; BRONSTEIN, L.; AZEVEDO, G. **O lugar do projeto no ensino e na pesquisa em arquitetura e urbanismo**. Rio de Janeiro: Contra Capa/PROARQ, 2007.

⁴³ PEIXOTO. *Paisagens urbanas*.

- EDENSOR, T. Producing Atmospheres at the Match: Fan Cultures, Commercialisation and Mood Management in English Football. **Emotion, Space and Society**, 2015.
- FARIAS, A.; LAURENCEL, L. **Estatística Descritiva**, 2000. (Desenvolvimento de material didático ou instrucional – Apostila). Disponível em: <https://bit.ly/3E6sqDp>. Acesso em: 6 jun. 2022.
- FERREIRA, F. DA C. **O estádio de futebol como arena para a produção de diferentes territorialidades torcedoras**: inclusões, exclusões, tensões e contradições presentes no novo Maracanã. Tese (Doutorado em Geografia) – UERJ, Rio de Janeiro, 2017.
- GIBSON, H. Sport Tourism: Concepts and Theories: An Introduction. **Sport in Society**, v. 8, n. 2, p. 133-41, 2005.
- GIRALDI, R. de C. Equipamentos de lazer: uma reflexão sobre o espaço urbano. *In*: LAGES, B. (Org.). **Lazer e turismo**: conceitos e reflexões. São Paulo: Plêiade, 2009. v.1, p. 53-73.
- GIRÃO, C. Maracanã: destruir ou preservar. **Vitruvius**, São Paulo, a. 12, 2012.
- HAESBAERT, R. **O mito da desterritorialização**: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.
- HEIDEGGER, M. **Lettre sur l’humanisme**. Paris: Gallimard, 1966.
- LEFEBVRE, H. **La production de l’espace**. Paris: Éditions Anthropos, 2000.
- LIRA, E. M. R. **Um convite à reciprocidade**: bordejando ambiências e [contra] fluxos urbanos-humanos. Tese (Doutorado em Arquitetura), UFRJ, Rio de Janeiro, 2015.
- MANKIW, N.G. **Introdução à Economia**: princípios de micro e macroeconomia. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- MARCELLINO, N. C. (Org.). **Legados de megaeventos esportivos**. Campinas, SP: Papyrus, 2013. (Coleção Fazer/Lazer).
- MASCARENHAS, G. A mutante dimensão espacial do futebol: forma simbólica e identidade. **Espaço e Cultura**, Rio de Janeiro, n. 19-20, p. 61-70, 2005.
- MASCARENHAS, G.; BIENENSTEIN, G.; SANCHEZ, F. **O jogo continua**: megaeventos esportivos e cidades. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2011.
- MATIAS, M. Os efeitos dos megaeventos esportivos nas cidades. **Revista Turismo & Sociedade**, Curitiba, v. 1, n. 2, p. 175-198, 2008.
- MELO, N. R. de. **O grande palco futebolístico**: ambiência e memória no estádio do Maracanã pós-reforma para a Copa de 2014. Tese (Doutorado em Arquitetura), UFRJ, Rio de Janeiro, 2018.
- MONTANER, J. M.; MUXÍ, Z. **Arquitectura y política**: ensayos para mundos alternativos. Barcelona: Editorial GG, 2011.
- OBSERVATÓRIO DAS METRÓPOLES. Quem somos. **Histórico**, [201-]. Disponível em: <https://bit.ly/3ffXdmK>. Acesso em: 15 maio 2022.
- PEIXOTO, N. B. **Paisagens urbanas**. São Paulo: Editora Senac, 1996.
- PRONI, M. W. **Esporte-espetáculo e futebol-empresa**. Campinas/SP, 1998.

- QUEIROZ, F. **O preço da emoção**: as transformações do custo do lazer futebolístico no estádio Mineirão entre 1994 e 2018. Dissertação (Mestrado em Estudos do Lazer), UFMG, Belo Horizonte, 2018.
- RAFFESTIN, C. **Pour une géographie du pouvoir**. Paris: Litec, 1980.
- RODRIGUES, E.; RECHIA, S. A relação entre as transformações dos espaços de lazer advindas dos megaeventos esportivos e a humanização das cidades. **Revista Brasileira de Estudos do Lazer**, Belo Horizonte, v. 3, n. 3, p. 61-81, 2016.
- RODRIGUES, R. P. *et al.* (Org.) **Legados de megaeventos esportivos (Legacies of Sports Megaevents)**. Brasília/DF: Ministério do Esporte, 2008.
- ROMANO, F. S. **Atratividade turística em estádios de futebol**: visitação no estádio Arena Corinthians. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento do Turismo), USP, São Paulo, 2018.
- ROMANO, F. S.; UVINHA, R. R. Turismo esportivo e patrimônio cultural: o museu do futebol no Brasil como atrativo temático. **Revista Museologia e Patrimônio**, v. 14, n. 1, p. 182-211, 2021.
- ROMANO, F. S.; VICO, P.; SILVA, A.; UVINHA, R. Megaeventos Esportivos: uma reflexão sobre os legados da UEFA Eurocopa. **PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review**, São Paulo, v. 4, n. 3, p. 153-168, 2015.
- ROUX, J-M. L'ambiance des stades. *In*: MESTRES, J-M. (ed.). **Grands stades en quête d'urbanité**. Urbanisme, 393, France, 2014.
- RUBIO, K. (Org.) **Megaeventos esportivos, legado e responsabilidade social**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2007. ISBN 978-85-7396-588-9.
- SANTOS JÚNIOR, O.; GAFFNEY, C.; RIBEIRO, L. (Org.). **Os impactos da Copa do Mundo 2014 e das Olimpíadas 2016**. Rio de Janeiro: e-papers, 2015.
- THIBAUD, J-P. O Ambiente Sensorial das Cidades: para uma abordagem de Ambiências urbanas. *In*: TASSARA, E. T. O; RABINOVICH, E. P.; GUEDES, M. C. (ed.). **Psicologia e Ambiente**. São Paulo: Educ, 2004.
- TUAN, Yi-Fu. **Space and Place: The Perspective of Experience**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1977.
- UGLIONE, P. **A Memória na cidade e a invenção do lugar**. 2008. Tese (Doutorado em Arquitetura) – Programa de Pós-graduação em Arquitetura, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.
- UVINHA, R. R. Megaeventos esportivos: legados para o turismo e a hotelaria. *In*: MARCELLINO, N. C. (Org.). **Legados de megaeventos esportivos**. Campinas/SP: Papirus, 2013, p. 107-122.

* * *

Recebido em: 15 de outubro de 2021
Aprovado em: 20 de abril de 2022