
O processo de reterritorialização do Atlético-MG na Arena MRV: Uma análise dos sentidos atribuídos ao estádio por quem controla o espaço (2019- 2024)¹

André Quintão da Silva²

Ana Carolina Vimieiro³

Pedro Silva Marra⁴

Luísa Almeida de Paula⁵

Gabriela Lopes Gomes⁶

Rafael Cyrne⁷

Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, MG

RESUMO

Partindo de discussões sobre espacialidades e territorialidades do esporte, este artigo analisa posts do Instagram oficial da Arena MRV (@arenamrv), novo estádio do Atlético-MG, inaugurado em 2023, em busca de compreender os significados atribuídos ao espaço por quem o controla. Entendendo o espaço como um conjunto móvel de contradições entre objetos e relações, olhamos para o discurso institucional presente no perfil buscando compreender as projeções de sentido lançadas antes do início da construção da edificação, durante o período de obras e nos 12 meses seguintes à inauguração. O estudo faz parte de pesquisa mais ampla que analisa também o discurso da imprensa e das/os torcedoras/es do clube.

PALAVRAS-CHAVE

Geografia do esporte; espacialidades; territorialização; estádios de futebol; Arena MRV.

INTRODUÇÃO

O processo de urbanização das capitais brasileiras, somado à nova rodada de mercantilização de seus espaços, tem causado um fenômeno de des-re-territorialização. Isso implica que, à medida que as cidades incentivam a revitalização (ou imaginação) dos espaços urbanos, os habitantes também buscam adequar suas práticas ao espaço ou

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Esporte, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da UFMG e integrante do Coletivo Marta (Grupo de Pesquisa em Comunicação e Culturas Esportivas). Email: andreqwntao@gmail.com

³ Professora do Departamento de Comunicação Social (DCS) e do PPGCOM/UFMG. Coordenadora do Coletivo Marta.

⁴ Professor do Departamento de Comunicação Social da UFES e dos PPGCOM/UFES e UFOP. Coordenador do Ateliê de Sonoridades Urbanas - UFES.

⁵ Mestranda no PPGCOM/UFMG e integrante do Coletivo Marta.

⁶ Mestranda no PPGCOM/UFOP com bolsa financiada pela instituição. Integrante do Grupo Ateliê de Sonoridades Urbanas - UFES. Email: lopes.gabrielagomes@gmail.com

⁷ Estudante do curso de Jornalismo da UFMG e integrante do Coletivo Marta.

adaptá-lo às suas práticas. No nosso caso, nos interessa compreender esse processo no contexto dos estádios de futebol.

Estádios de futebol são lugares centrais para a compreensão do futebol profissional compreendido como fenômeno comunicacional. Para além de serem os locais onde as partidas de futebol - tomadas como eventos midiáticos - se realizam, eles configuram-se como territórios ocupados e disputados por torcidas que buscam afirmá-los um espaço próprio, ou tomá-los de seus adversários, com cantos, gritos de guerra, bandeiras, faixas e outros elementos audíveis e visuais. Ademais, o estádio conforma um certo tipo de espetatorialidade do futebol específica, marcada pela proximidade e relação direta e imediata entre torcedores e atletas, o que o coloca como meio privilegiado para a interação entre as práticas torcedoras nas arquibancadas e os eventos de jogo no campo. Reformas nos estádios e mudanças de locais onde acontecem a disputa esportiva impactam diretamente nestas questões, o que produz as dinâmicas de des-re-territorialização acima elencadas e que buscamos compreender neste trabalho.

Os estádios localizados nas metrópoles brasileiras sofrem reformas constantes que ampliam a vigilância interna e externa, criando barreiras físicas entre os torcedores e regras que limitam e normatizam a prática torcedora. Essas transformações são acompanhadas por uma mudança na nomenclatura desses espaços, que passam a se chamar Arenas, algumas chamadas de Arenas Multiuso, evidenciando um projeto de urbanização que invade o tempo de lazer dos habitantes, confinando suas práticas em um espaço que pode ser monitorado e controlado. Assim, a arenização do futebol atende aos interesses de uma ideia de cidade que, como descrito por Foucault (2014), cria dispositivos para controlar os corpos e docilizar os habitantes.

No contexto da urbanização, a arenização dos estádios de futebol faz parte de um processo chamado mercantilização da cidade. Isso porque a “atualização” dos estádios não traz apenas uma mudança física do espaço, mas também é responsável por criar signos e significados. Neste sentido, Silva (2023) afirma que os estádios podem ser vistos como territórios concebidos por uma estrutura de rede que conecta as quatro vertentes territoriais (política, cultural, econômica e natural) (Haesbaert, 2020), e por uma cultura que se hibridiza através das relações existentes entre o vivido, o percebido e o imaginado (Lefebvre, 2001; Harvey, 2016). O estádio também é um local onde ocorre a

desterritorialização devido a essa mesma rede de conectividade e relações mencionadas anteriormente.

De acordo com dados da Confederação Brasileira de Futebol (CBF) e pesquisas de Gilmar Mascarenhas (2015), o Brasil possui mais de 600 estádios, sendo que 70% possuem capacidade de público inferior a 10.000 pessoas e são utilizados de maneira esporádica. Além disso, “uma pequena parcela desse conjunto concentra mais de 80% ou 90% da renda auferida por todo o universo do sistema futebolístico nacional” (Mascarenhas, 2015).

Assim, a presente pesquisa tem o intuito de compreender os processos de produção dos espaços no cenário de desterritorialização e arenização do futebol. Entendemos o estádio de futebol como um espaço socialmente dinâmico, que é ocupado por diferentes atores, incluindo torcedores, comerciantes, moradores e profissionais envolvidos no evento. Cada grupo possui seus próprios objetivos e formas de identificar seu território e seus conflitos. Ainda que os estádios contemporâneos tenham intensificado as estratégias de controle e vigilância, também compreendemos que o espaço não é estável e pode ser foco de uma intensa luta social onde outros sentidos e práticas são projetados para além daqueles estabelecidos por quem os controla. Particularmente, olhamos para o contexto de Belo Horizonte e para o mais recente equipamento de lazer inaugurado na cidade: a Arena MRV, estádio do Atlético-MG.

Este artigo é uma primeira aproximação com o fenômeno empírico que estamos analisando. O estudo inclui olhar para as expectativas das/os torcedoras/es sobre o estádio (pré-inauguração), as percepções no pós-inauguração, os discursos sobre o estádio circulados na imprensa e também as narrativas construídas pelo clube sobre o espaço. A pesquisa aplicou um survey antes da inauguração, está aplicando atualmente questionários in loco durante os jogos em que o Atlético-MG é o mandante durante todo o ano de 2024, vem fazendo uma análise de notícias jornalísticas sobre o estádio desde o momento em que ele ainda era apenas projeto e, por fim, estamos analisando discursos sobre a Arena MRV postados na rede social Instagram por torcedoras/es do clube e pelo Atlético-MG. Neste primeiro trabalho, exploramos o material postado na conta oficial do estádio, o @arenamrv, desde a criação da conta (abril de 2019) até o dia 02 de agosto de 2024, quando completa um ano da inauguração do espaço.

IMPRESSÕES INICIAIS

Até o presente momento, foram coletados 1829 posts da conta @arenamrv, o que inclui dados de abril de 2019 a junho de 2024 (o material de coleta será atualizado anteriormente ao congresso para englobar posts até o dia 02 de agosto). O material foi coletado usando a ferramenta Instagram Profile Post Extrator a partir do aplicativo Phantom Buster. O Phantom Buster é um aplicativo criado por uma empresa francesa de tecnologia que fornece serviços automatizados de raspagem de dados. O Instagram Profile Post Extrator coleta todos os posts de uma dada conta pública no Instagram, incluindo várias informações adicionais além do próprio post (metadados) como número de comentários, curtidas, data de publicação, tipo de publicação (vídeo/foto/carrossel), etc.

Os posts incluem diferentes momentos da trajetória de construção do estádio. O primeiro post registrado na conta é de 26 de abril de 2019. Esta mensagem anuncia publicamente que o perfil será utilizado para mostrar o passo a passo da obra. Ainda no mesmo dia, a conta registra um momento importante na linha do tempo da Arena MRV: os primeiros tapumes são instalados, anunciando publicamente e visivelmente que a obra está para começar.

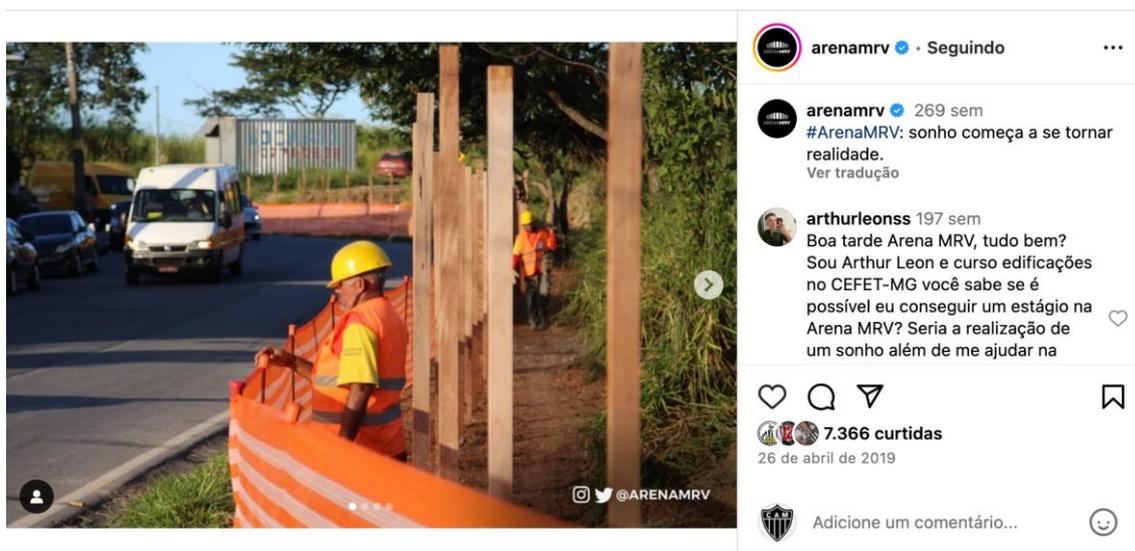


Figura 1: Segundo post da conta @arenamrv, de 26 de abril de 2019

Ao longo de 2019 a 2023, os momentos-chave da construção do estádio puderam ser acompanhados pelas/os torcedoras/es do clube através do perfil. Entre os posts com maior número de curtidas nesse intervalo de tempo temos, por exemplo, fotos de um dos escudos que compõem a fachada sendo içado, detalhes do andamento das obras como a

cobertura em preto-e-branco dos taludes na lateral da via que passa ao lado do estádio, assim como vídeos das duas “inaugurações” do estádio: em abril de 2023, quando houve um jogo comemorativo com jogadores ilustres da história do clube em evento nomeado “O Nascimento do Campo”, e em agosto de 2023 quando ocorre o primeiro jogo válido do Campeonato Brasileiro de futebol masculino no espaço.

Nossa análise trabalha com estratégias típicas da análise de conteúdo para olhar para os discursos acionados na comunicação institucional da Arena MRV ao longo desse período. Por exemplo, até o momento identificamos que o estádio é representado de diferentes formas por quem o controla. Alguns dos principais discursos são: a Arena MRV como sonho das/os atleticanas/os; a Arena MRV como um estádio bom para a sociedade e para a cidade de Belo Horizonte; a Arena MRV como arte.

No primeiro discurso, temos narrativas que falam de como o estádio é o sonho do/a torcedor/a do clube, o sonho que passa por ter a casa própria, por construir um estádio pensado para a “massa”, um grande caldeirão, que é uma grande vitória do atleticano. Nessa seara, o estádio é também apresentado como “prestes a nascer”, numa narrativa de construção de laços e de conexão das/os torcedoras/es com esse espaço, que nem existia ainda, mas que já nasce como um bebê em uma família (amado, mesmo que ainda não o conheçamos).



Figura 2: O mêsversário da obra, post de 21 de agosto de 2020

O discurso da Arena MRV como um estádio bom para a sociedade e para a cidade de Belo Horizonte aparece de diferentes formas ao longo desse período: primeiro, no apelo para a suposta sustentabilidade do projeto; depois como trazendo melhorias para aquela região da cidade, incluindo melhorias viárias, de saúde (com a construção de uma unidade básica de saúde na região), de lazer (construção de um parque) e educacionais (com um Centro de Língua e Inovação e Criatividade para alunas/os da rede pública). Há também a presença de discursos sobre a acessibilidade do estádio, que possui rampas e elevadores que facilitam a movimentação de pessoas cadeirantes pelos arredores e dentro da edificação e a defesa do espaço como a arena mais tecnológica do Brasil.

O último discurso que destacamos aqui é o da Arena MRV como arte que remete para as escolhas estéticas do projeto e para o relevo privilegiado do espaço, erigido no alto de uma via de trânsito rápido da cidade, assim como a presença de várias intervenções urbanas nas imediações do estádio, que promovem uma aproximação do espaço com aqueles que iriam ocupá-lo/o ocupam. Destaca-se aqui as movimentações em torno do Califórnia Alvinegro, ação de um coletivo de grafiteiros torcedores do clube que se uniram, segundo o perfil oficial do projeto (@californialvinegro), para “transformar o Califórnia no bairro mais atleticano do mundo!”.

REFERÊNCIAS

- FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir: nascimento da prisão**; tradução de Raquel Ramalhte. 42ed. Petrópolis, RJ : Vozes, 2014.
- HAESBAERT, R. **O mito da desterritorialização**: do "fim dos territórios" à multiterritorialidade. 12aEd. - Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2020.
- HARVEY, D. **Condição Pós-Moderna**: Uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural (26a ed.). (M. S. Adail Ubirajara Sobral, Trad.) São Paulo: Edições Loyola Jesuítas. 2016.
- LEFEBVRE, H. **A cidade do capital** (2 ed.). (M. H. Ramos, & M. Janur, Trads.) Rio de Janeiro/RJ: DP&A Editora. 2001.
- MASCARENHAS, G. **Pacificação e exclusão: o estádio de futebol na produção da cidade-espetáculo**. Belo Horizonte: Anais XVI ENAPUR - Espaço, Planejamento & Insurgências. 2015.
- SILVA, A. Q. **Cidades, territórios e estádios de futebol**: uma análise do consumo do espaço no entorno do Independência e Mineirão em Belo Horizonte. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social), Universidade Federal de Minas Gerais, 2023.