



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

INGRYD MELYNA DANTAS DA SILVA

**“O ESTÁDIO ME ESPERA, VAI COMEÇAR A FESTA”: O ESPETÁCULO
PROMOVIDO PELA *EQUIPE VAI ROLAR A FESTA* E A *EQUIPE DE BATERIA
DA TOC* NOS ESTÁDIOS CEARENSES NO PERÍODO PÓS-COPA DE 2014**

FORTALEZA

2020

INGRYD MELYNA DANTAS DA SILVA

“O ESTÁDIO ME ESPERA, VAI COMEÇAR A FESTA”: O ESPETÁCULO
PROMOVIDO PELA *EQUIPE VAI ROLAR A FESTA* E A *EQUIPE DE BATERIA DA
TOC* NOS ESTÁDIOS CEARENSES NO PERÍODO PÓS-COPA DE 2014

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Centro de Humanidades da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Sociologia. Área de concentração: Cidade, Movimentos Sociais e Práticas Culturais.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Fábio Silva Paiva.

FORTALEZA

2020

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

- S58" Silva, Ingrid Melyna Dantas da.
"O estádio me espera, vai começar a festa" : O espetáculo promovido pela Equipe Vai Rolar a Festa e a Equipe de Bateria da TOC nos estádios cearenses no período pós-copa de 2014 / Ingrid Melyna Dantas da Silva. – 2020.
353 f. : il. color.
- Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Fortaleza, 2020.
Orientação: Prof. Dr. Luiz Fábio Silva Paiva.
1. Megaeventos Esportivos. 2. Estádio. 3. Arena. 4. Torcidas Organizadas. 5. Equipes de Festa. I.
Título.

CDD 301

INGRYD MELYNA DANTAS DA SILVA

“O ESTÁDIO ME ESPERA, VAI COMEÇAR A FESTA”: O ESPETÁCULO
PROMOVIDO PELA *EQUIPE VAI ROLAR A FESTA* E A *EQUIPE DE BATERIA DA
TOC NOS ESTÁDIOS CEARENSES NO PERÍODO PÓS-COPA DE 2014*

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Centro de Humanidades da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Sociologia. Área de concentração: Cidade, Movimentos Sociais e Práticas Culturais.

Orientador: Prof. Dr. Luiz Fábio Silva Paiva.

Aprovada em: ____/____/_____.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Luiz Fábio Silva Paiva (Orientador)
Universidade Federal do Ceará – UFC

Profa. Dra. Hayeska Costa Barroso
Universidade de Brasília - UNB

Prof. Dr. Irapuan Peixoto Lima Filho
Universidade Federal do Ceará – UFC

Prof. Dr. Domingos Sávio Abreu
Universidade Federal do Ceará – UFC



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
REITORIA
CENTRO DE HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA

ATA DE REUNIÃO

**ATA DA SESSÃO DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE Mestrado
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA**

Como parte das exigências para concessão do grau de mestra, às 10:00 horas do dia 30 de Julho de 2020, realizou-se a sessão pública da defesa de dissertação de mestrado da aluna INGRYD MELLYNA DANTAS DA SILVA. O trabalho tinha como título: "O ESTÁDIO ME ESPERA,VAI COMEÇAR A FESTA: O ESPETÁCULO PROMOVIDO PELA EQUIPE VAI ROLAR A FESTA E A EQUIPE DE BATERIA DA TOC NOS ESTÁDIOS CEARENSES NO PERÍODO PÓS-COPA DE 2014".

Compunham a banca examinadora os professores(as) doutores(as) LUIZ FABIO SILVA PAIVA, orientador, IRAPUAN PEIXOTO LIMA FILHO, DOMINGOS SÁVIO ABREU e HAYESKA COSTA BARROSO. A candidata expôs oralmente a dissertação, em seguida os membros da banca procederam à arguição, e a sessão foi finalizada com a APROVAÇÃO, por parte da banca examinadora, do trabalho sem ressalvas.

Foi lavrada a presente ata que é abaixo assinada pelos membros da referida banca:

LUIZ FABIO SILVA PAIVA
Orientador

IRAPUAN PEIXOTO LIMA FILHO
Examinador Interno

DOMINGOS SÁVIO ABREU
Examinador Externo ao Programa

HAYESKA COSTA BARROSO
Examinadora Externa à Instituição

Fortaleza, 30 de Julho de 2020



Documento assinado eletronicamente por **Hayeska Costa Barroso, Usuário Externo**, em 30/07/2020, às 12:51, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **LUIZ FABIO SILVA PAIVA, Vice Diretor**, em 05/08/2020, às 12:02, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **DOMINGOS SAVIO ABREU, Professor Titular-Livre Magistério Superior**, em 17/08/2020, às 10:35, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).

19/08/2020

SEI/UFC - 1484697 - Ata de Reunião



Documento assinado eletronicamente por **IRAPUAN PEIXOTO LIMA FILHO, Coordenador**, em 19/08/2020, às 10:17, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufc.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1484697** e o código CRC **D11C3B9B**.

Referência: Processo nº 23067.031575/2020-57

SEI nº 1484697

Ao Estádio Presidente Vargas. Estádio que desde 1941 é palco das alegrias e das comemorações dos torcedores de futebol cearenses e que, em 2020, foi escolhido como palco da promoção e recuperação da saúde de centenas de cearenses, visto que se tornou Hospital de Campanha para o combate à Covid-19.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Francisco Angélico e Suely Dantas, por terem cotidianamente dedicado amor e cuidado e por terem feito o possível e o impossível para que eu tivesse acesso a uma educação de qualidade. Sobretudo ao meu pai, que me apresentou a uma das minhas maiores paixões, o Ceará Sporting Club. E que, além disso, foi meu auxiliar durante esta pesquisa.

Ao Luis Ricardo, por ter me incentivado a ingressar neste programa de pós-graduação e por comemorar comigo cada etapa vencida durante a seleção; por apostar tanto na minha carreira profissional; e por entender minhas angústias e receios com o futuro. Além disso, agradeço por ter decidido caminhar ao meu lado e por topar fazer projetos grandiosos mesmo em um período de tanta incerteza.

À minha irmã Mylena Dantas e à minha prima Ananda Karla, por se mostrarem dispostas a ouvir minhas reclamações (que são muitas) e por me lembrarem que, por vezes, preciso ignorar meu cronograma de estudos e organizar um cronograma de autocuidado e lazer. Aos meus avós, Terezinha Angélica e José Alves, e à minha tia, Maria do Carmo, que sempre comemoraram minhas conquistas e me ofereceram suporte.

Às *citygirls*, as que serão pra sempre “As meninas da Copa”: Andrezza Gomes, Viviane Araújo, Lady Ellen, Tuany Abreu e Thatiane Nunes, por terem decidido fazer parte da minha vida mesmo após o encerramento da graduação, por perdoarem as minhas ausências, por toda preocupação e carinho. Em especial, à Lady Ellen, que tem sido minha principal companheira nesta jornada em busca da aprovação em um concurso público.

Aos meus companheiros de farra e de vida Thatiane Nunes, Jarllys Reis e Israel Carlos, por não desistirem de me convidar pra sair e por compartilharem cervejas e mesas de bares comigo. Cada momento que passo com vocês sinto que meu ânimo e minhas forças se renovam. Espero tê-los sempre em minha vida.

Ao melhor presente que o Mestrado em Sociologia me deu, Ana Letícia. Fico feliz que nossa parceria não tenha se limitado às atividades acadêmicas. Obrigada por todo apoio, mensagens de consolo, palavras de ânimo, abraços na hora do gol e compartilhamento de fofocas. Que bom que você aguentou por tanto tempo nossa amizade apenas virtual e não desistiu.

Às minhas queridas professoras do curso de Serviço Social da UECE, que hoje são amigas, Laura Cunha e Hayeska Barroso, por todo o conhecimento repassado e por terem forjado em mim o amor pela pesquisa.

À professora Hayeska Costa e aos professores Irapuan Peixoto e Domingos Sávio, por terem se disponibilizado a participar da minha banca e por compartilharem comigo conhecimentos tão valiosos. Além disso, gostaria de agradecer à professora Alba Carvalho pelo acolhimento, pelas conversas calorosas e pelos comentários valiosos sobre minha pesquisa.

Ao meu querido orientador, Luiz Fábio Paiva, que me acolheu e acreditou na minha pesquisa. Obrigada por entender meus sumiços, por se mostrar sempre disponível e por ter me ajudado a construir esse trabalho de forma leve e cuidadosa.

Ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará – UFC e à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, por terem financiado e permitido a realização da minha pesquisa.

À Nação Alvinegra, que diariamente pintam as ruas desta cidade de preto e branco e que estremeçam as arquibancadas dos estádios cearenses.

Aos meus companheiros de luta e amigos da Vozão Antifascista. Obrigada por apostarem no meu trabalho e por serem os principais apoiadores e difusores da minha pesquisa. Que bom que eu encontrei outros alvinegros que lutam pelo fim das opressões na arquibancada e que acreditam que o futebol e os clubes são do povo e para o povo.

Às Torcidas Organizadas e à Equipe de Festa do Ceará Sporting Club, que tornam as partidas do nosso time ainda mais emocionantes através dos seus espetáculos na arquibancada.

Aos torcedores alvinegros que se disponibilizaram a contribuir com nossa pesquisa e compartilharam um pouco de suas vivências na bancada conosco.

Há quem diga que o Estádio é apenas um monte de concreto, uma edificação. Eu devo ser *uma romântica* por acreditar que o *Gigante da boa vista* tem sentimentos e lembranças próprias. Imagine cada coisa que ele já presenciou. Todo tipo de emoção, de sofrimento, de glórias. Seja quando foi palco de verdadeiras epopeias ou em um domingo qualquer em que um pai levou *sua filha* pela primeira vez para conhecer o estádio [...] (INTER, 2012. Texto Adaptado.)

RESUMO

Através desta pesquisa, buscamos compreender os efeitos sociais dos Megaeventos Esportivos Copa das Confederações 2013 e Copa do Mundo 2014, assim como as transformações realizadas no Estádio Castelão, e entender de que forma eles contribuíram para as alterações na dinâmica das torcidas que atuam na cidade de Fortaleza/CE, sobretudo as torcidas vinculadas ao Ceará Sporting Club. Para isso, traçamos os seguintes objetivos específicos: apresentar as normalizações pensadas para a Copa do Mundo 2014, sobretudo através da Lei Geral da Copa e do Código de Conduta nos Estádios, que continuaram sendo aplicadas nos estádios de futebol cearense mesmo após o término dos megaeventos esportivos; especificar como as novas normalizações aplicadas nos estádios de futebol cearense, sobretudo no Estádio Castelão, intervieram na performance das torcidas do Ceará Sporting Club; e descrever os elementos que compõem a performance das torcidas do Ceará Sporting Club atualmente. Para melhor análise do objeto, utilizamos a abordagem qualitativa, e, quanto aos procedimentos, adotamos as pesquisas bibliográfica, documental e de campo. Em relação à pesquisa de campo, acompanhamos a Equipe de Bateria da Torcida Organizada Cearamor e a Equipe Vai Rolar a Festa nos espaços em que foram realizadas suas atividades, sobretudo no Estádio Plácido de Aderaldo Castelo, o Castelão. Por meio da pesquisa, foi possível perceber que os estádios brasileiros foram submetidos a intensas transformações ao longo do anos e que estas transformações causaram refrações para os torcedores e para as torcidas. Além disso, identificamos três ciclos de construção de estádios no país, com o terceiro e último ciclo iniciado quando o Brasil foi escolhido como sede da Copa do Mundo 2014. Na ocasião, doze estádios foram construídos ou remodelados para atender às exigências da FIFA. Entre eles, o Estádio Castelão, em Fortaleza. A partir dos relatos do torcedores, podemos inferir que, após a remodelação do Estádio Castelão para Arena e após a realização da Copa do Mundo 2014, os mecanismos de vigilância e controle dos torcedores aumentaram, assim como as proibições, sobretudo dos instrumentos que compõem a performance torcedora. Isto ocorreu porque parte das orientações que foram repassadas pela FIFA para serem aplicadas durante os megaeventos continuaram a ser utilizadas nos estádios brasileiros mesmo após o Mundial. Portanto, acreditamos que a Copa do Mundo 2014 causou impactos nas práticas torcedoras e alterou a dinâmica dos torcedores e das Torcidas brasileiras. Um dos impactos observados foi a substituição de instrumentos para realizar a performance torcedora e a ampliação da festa realizada nas arquibancadas. Presentemente, estas festas se assemelham a grandes espetáculos, visto que necessitam de várias pessoas

envolvidas nas etapas de elaboração e montagem; assim como necessitam de dinheiro e tempo de preparação. Além disso, foi possível perceber que os espetáculos promovidos pelas Torcidas Organizadas e pelas Equipes de Festa ganham outros contornos quando são realizados em dias de Clássico-Rei, isto porque o próprio espetáculo se torna elemento de disputa. Assim, as Torcidas Organizadas e as Equipes de Festa dedicam dias de preparação para garantir a vitória nas arquibancadas e torcem para que o seu time vença em campo.

Palavras-chave: Megaeventos Esportivos. Estádio. Arena. Torcidas Organizadas. Equipes de Festa.

ABSTRACT

Through this research we intend to understand the social effects of the Sports Mega Events Confederations Cup 2013 and World Cup 2014, as well as the transformations carried out at Castelão Stadium, and comprehend in what way they have contributed to changes in the dynamics of the fans who operate in the city of Fortaleza/CE, especially fans linked to Ceará Sporting Club. For that, we have outlined the following specific goals: present normalizations thought for the World Cup 2014, especially through the General Law of the Cup and the Code of Conduct in the Stadiums continued to be applied in the Ceará Sporting Club soccer stadiums even after the end of the Sports Mega Events; specify how the new normalizations applied in the Ceará Sporting Club soccer stadiums, especially in Castelão Stadium, intervened in the performance of the Ceará Sporting Club fans; and describe which elements compose the performance of the Ceará Sporting Club fans nowadays. To better analyze the object, we use the qualitative approach, and as for procedures, we adopt bibliographic, documentary and field research. Regarding the field research, we accompanied the Cearamor Organized Crowd Drums Team and the Vai Rolar a Festa Team in the spaces where their activities were carried out, especially in Plácido Aderaldo Castelo Stadium, the Castelão. Through the research, we could see that the Brazilian stadiums have undergone intense transformations over the years and that these transformations have caused refractions for fans and supporters. In addition, we identified three stadium construction cycles in the country. The third and final cycle began when Brazil was chosen to host the World Cup 2014. On that occasion, twelve stadiums were built or refurbished to meet FIFA's requirements. Among them, the Castelão Stadium in Fortaleza. From the fan reports, it is possible to infer that, after the remodeling of Castelão Stadium into an Arena and after the World Cup 2014, the mechanisms of surveillance and control of fans have increased, as well as the bans, especially on the instruments that make up the fan performance. This occurred because part of the guidelines that were passed on by FIFA to be applied during the Mega Events continued to be used in Brazilian stadiums even after the World Cup. Therefore, we believe that the World Cup 2014 has had an impact on fan practices and has changed the dynamics of Brazilian fans and fans. One of the impacts observed was the replacement of instruments to perform the fan performance and the expansion of the party held in the stands. Presently, these parties resemble huge concerts, as they need several people involved in the elaboration and assembly stages; as well as good amounts of money and preparation time. In addition, it was possible to see the shows promoted by the Organized Supporters and the Party Teams gain other

contours when they are performed on Clássico-Rei days, because the show itself becomes an element of dispute. Thus, the Organized Supporters and the Party Teams dedicate days of preparation to ensure victory in the stands and hope that their team wins on the field.

Keywords: Sports Mega Events. Stadium. Arena. Organized Supporters. Party Teams.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Divisão dos setores da arquibancada do Estádio Castelão.	312
Figura 2 - Distribuição das torcidas do Ceará e Fortaleza em dias de Clássico-Rei – Divisão 50/50 – Mando de campo do Ceará.	313
Figura 3 - Distribuição das torcidas do Ceará e Fortaleza em dias de Clássico-Rei – Divisão 50/50 – Mando de campo do Fortaleza.	313
Figura 4 - Distribuição das torcidas do Ceará e Fortaleza em dias de Clássico-Rei – Divisão 70/30 – Mando de campo do Ceará.	314
Figura 5 - Distribuição das torcidas do Ceará e Fortaleza em dias de Clássico-Rei – Divisão 70/30 – Mando de campo do Fortaleza.	314

LISTA DE FOTOS

Foto 1 - Distribuição das faixas das Torcidas Organizadas do Ceará Sporting Club nos setores Premium, Inferior Norte e Superior Norte do Estádio Castelão.....	297
Foto 2 - Distribuição das faixas das Torcidas Organizadas do Ceará Sporting Club nos setores Superior Norte e Superior Central do Estádio Castelão.	298
Foto 3 - Distribuição das faixas das Torcidas Organizadas do Ceará Sporting Club no setor Superior Central do Estádio Castelão.....	299
Foto 4 - Material utilizado no Projeto 25/08, Ceará x Flamengo, Estádio Castelão, 25 de agosto de 2019 – Material prateado no recipiente original: bobinas.	332
Foto 5 - Material utilizado no Projeto 25/08, Ceará x Flamengo, Estádio Castelão, 25 de agosto de 2019 – Material prateado cortado em formato retangular.	333
Foto 6 - Mosaico sendo exibido na arquibancada – Projeto 02/06, 105 anos – Ceará x Santos, Estádio Castelão, 02 de junho de 2019.....	341
Foto 7 - Papeis para compor o mosaico sendo erguidos pelos torcedores na arquibancada – Projeto 02/06, 105 anos – Ceará x Santos, Estádio Castelão, 02 de junho de 2019.....	342
Foto 8 - Mosaico e 3D sendo exibido na arquibancada – Projeto 03/08 – Clássico, Ceará x Fortaleza, Estádio Castelão, 03 de agosto de 2019 – Mosaico de papel do Bioma Semiárido.	343
Foto 9 - Mosaico e 3D sendo exibido na arquibancada – Projeto 03/08 – Clássico, Ceará x Fortaleza, Estádio Castelão, 03 de agosto de 2019 – 3D com a imagem de Luiz Gonzaga.	344
Foto 10 - Mosaico e 3D sendo exibido na arquibancada – Projeto 03/08 – Clássico, Ceará x Fortaleza, Estádio Castelão, 03 de agosto de 2019 – 3D com a imagem de Luiz Gonzaga e explosão de serpentinas.	345
Foto 11 - Mosaico de papel e bandeiras sendo exibido na arquibancada – Projeto Ceará x Flamengo, Estádio Castelão, 25 de agosto de 2019 – Mosaico de papel com as emblemas do Rio Branco e do Ceará.....	346
Foto 12 - Mosaico de papel e bandeiras sendo exibido na arquibancada – Projeto Ceará x Flamengo, Estádio Castelão, 25 de agosto de 2019 – Mosaico de bandeiras com a expressão “Time do Povo”.	347
Foto 13 - Torcedores do Ceará vestidos com a camisa de TNT para formar o Mosaico Permanente – Projeto 10/11 Clássico-Rei – Ceará x Fortaleza, Estádio Castelão, 10 de Novembro de 2019.	348

Foto 14 - Exibição do Mosaico Permanente – Projeto 10/11 Clássico-Rei – Ceará x Fortaleza, Estádio Castelão, 10 de Novembro de 2019.....	349
Foto 15 - Banda responsável por tocar na Festa “Esquentando o Vozão” – Momentos antes da partida entre Ceará e Vitória, 25ª rodada do Campeonato Brasileiro Série A 2018, 15 de setembro de 2018.....	350
Foto 16 - Realização da Festa “Esquentando o Vozão” no estacionamento do Centro de Formação Olímpica e Paraolímpica – CFOP – Momentos antes da partida entre Ceará e Vitória, 25ª rodada do Campeonato Brasileiro Série A 2018, 15 de setembro de 2018.....	351
Foto 17 - Realização da “Rua de fogo” na Av. do Contorno momentos antes da partida entre Ceará e Londrina, 4ª rodada do Campeonato Brasileiro Série B 2017, 02 de junho de 2017.	352
Foto 18 - Realização da “Rua de fogo” na Av. do Contorno momentos antes da partida entre Ceará e Londrina, 4ª rodada do Campeonato Brasileiro Série B 2017, 02 de junho de 2017.	353

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Ocupação dos estádios onde mandou jogos – Ceará Sporting Club – 2013-2020.	323
Gráfico 2 - Ocupação dos estádios onde mandou jogos – Fortaleza Esporte Clube – 2013- 2020.	329

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 - Distribuição dos bolsões de estacionamento na cidade de Fortaleza como parte do esquema especial de trânsito para a Copa das Confederações 2013 e para a Copa do Mundo 2014.	335
Mapa 2 - Área de restrição no entorno do Estádio Castelão em dias de jogos da Copa das Confederações 2013 e da Copa do Mundo 2014.	336
Mapa 3 - Distribuição dos setores do Estádio Castelão e a demarcação dos locais destinados as mais diversas categorias e preços de ingressos ofertados para a Copa do Mundo 2014.	339

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - As seis características da performance torcedora.....	286
Quadro 2 - Capacidade dos estádios que receberam partidas da Copa das Confederações 2013 e a quantidade de jogos realizados ao longo do evento.....	295
Quadro 3 - Capacidade dos estádios que receberam partidas da Copa do Mundo 2014 e a quantidade de jogos realizados ao longo do evento.	296
Quadro 4 - Quantidade de estádios no Brasil por região.....	300
Quadro 5 - Quantidade de estádios no Brasil, por região, com capacidade acima de 40 mil.	300
Quadro 6 - Quantidade de estádios no Brasil, por região e estado, com capacidade superior a 40 mil.....	301
Quadro 7 - Adaptações necessárias aos estádios localizados em capitais brasileiras que disputavam uma vaga de subsede da Copa do Mundo 2014 (Partes 1, 2 e 3).....	303
Quadro 8 - Adaptações realizadas nos estádios localizados nas capitais brasileiras escolhidas como subsede da Copa do Mundo 2014 (Partes 1, 2 e 3).....	306
Quadro 9 - Média de ocupação por estádios onde mandou jogos – ABC Futebol Clube – 2015 a 2019.	315
Quadro 10 - Média de ocupação por estádios onde mandou jogos – Esporte Clube Bahia – 2015 a 2019.	316
Quadro 11 - Média de ocupação por estádios onde mandou jogos – Esporte Clube Vitória – 2015 a 2019.	317
Quadro 12 - Ocupação por estádios onde mandou jogos durante o Campeonato Cearense – Ceará Sporting Club – 2007-2011.	318
Quadro 13 - Ocupação dos estádios onde mandou jogos e participação nos campeonatos – Ceará Sporting Club – 2013-2016.	319
Quadro 14 - Ocupação dos estádios onde mandou jogos e participação nos campeonatos – Ceará Sporting Club – 2017-2020.....	321
Quadro 15 - Ocupação por estádios onde mandou jogos durante o Campeonato Cearense – Fortaleza Esporte Clube – 2007-2011.	324
Quadro 16 - Ocupação dos estádios onde mandou jogos e participação nos campeonatos – Fortaleza Esporte Clube – 2013-2016.	325
Quadro 17 - Ocupação dos estádios onde mandou jogos e participação nos campeonatos – Fortaleza Esporte Clube – 2017-2020.	327

Quadro 18 - Comparativo entre o texto do Art.13-A do Estatuto do Torcedor e o Art.28 da Lei Geral da Copa.....	330
Quadro 19 - Pacote “Individual Match Ticket” de ingressos ofertados para a Copa do Mundo 2014.	337
Quadro 20 - Pacote “Team Specific Ticket” de ingressos ofertados para a Copa do Mundo 2014.	337
Quadro 21 - Pacote “Venue Series Ticket” de ingressos ofertados para a Copa do Mundo 2014.	338
Quadro 22 - Estádios erguidos durante o segundo ciclo construtivo – Os Estádios das Massas.	340

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABAM	Associação das Baianas de Acarajé e Vendedoras de Mingau
ADC	Associação Desportiva Cearense
AFC	Asian Football Confederation
ALCE	Assembleia Legislativa do Estado do Ceará
AMBEV	Companhia de Bebidas das Américas
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
BPE/CE	Batalhão de Policiamento de Eventos da Polícia Militar do Ceará
CBJD	Código Brasileiro de Justiça Desportiva
CNEF	Cadastro Nacional de Estádios de Futebol
CAF	Confédération Africaine de Football
CBD	Confederação Brasileira de Desportos
CBF	Confederação Brasileira de Futebol
CCJR/ALCE	Comissão de Constituição, Justiça e Redação da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará
CFOP	Centro de Formação Olímpica e Paraolímpica do Ceará
CND	Conselho Nacional de Desporto
CNPJ	Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
COB	Comitê Olímpico Brasileiro
COI	Comitê Olímpico Internacional
COJUV	Coordenadoria Especial de Políticas Públicas de Juventude do Governo do Estado do Ceará
CONCACAF	The Confederation of North, Central America and Caribbean Association Football
CONMEBOL	Confederación Sudamericana de Fútbol
CPDOC	Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil
CPF	Cadastro de Pessoa Física
FCD	Federação Cearense de Desportos
FCF	Federação Cearense de Futebol
FGV	Fundação Getúlio Vargas
FIFA	Federação Internacional de Futebol Associado
GP F1	Grande Prêmio de Fórmula 1

GPSID/UFPE	Grupo de Pesquisa em Sistema de Informações e Decisão da Universidade Federal de Pernambuco
GT	Grupo de Trabalho
INPI	Instituto Nacional de Propriedade Industrial
IPECE	Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará
IPCC	Independent Police Complaints Commission
ISL	International Sport and Leisure
LAPESS/ UECE	Laboratório de Pesquisas e Estudos em Serviço Social da Universidade Estadual do Ceará
LU	Lagardère Unlimited
LUARENA	Lagardère Unlimited Arena
MOFI	Movimento Organizado Força Independente
MORENA	Movimento de Renovação Alvinegra
MPCE	Ministério Público do Estado do Ceará
NUDTOR/ MPCE	Núcleo do Desporto e Defesa do Torcedor do Ministério Público do Estado do Ceará
OI	Organização Internacional
OING	Organização Internacional Não Governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
PDT	Partido Democrático Trabalhista
PEPRTO	Plano Estadual de Pacificação e Regulamentação das Torcidas Organizadas
PL	Projeto de Lei
PPP	Parceria Público-Privada
PT	Partido dos Trabalhadores
PV	Estádio Presidente Vargas
RGC	Regulamento Geral das Competições
SECOPAFO	Secretaria Extraordinária da Copa em Fortaleza
R	
SEINF	Secretaria Municipal de Infraestrutura
SEJUV	Secretaria do Esporte e Juventude do Ceará
SESPORTE	Secretaria do Esporte do Estado do Ceará
SINAENCO	Sindicato da Arquitetura e da Engenharia
STF	Supremo Tribunal Federal

STJD	Supremo Tribunal de Justiça Desportiva
TA	Torcida Antifascista
TCE/CE	Tribunal de Contas do Estado do Ceará
TNT	Tecido não tecido
TOC	Torcida Organizada Cearamor
TUF	Torcida Uniformizada do Fortaleza
UFMS	Universidade Federal do Mato Grosso do Sul
UEFA	Union des Associations Européenes de Football
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura
YIA	Yearbook International Associations

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	28
2	“E QUANDO ELA ROLA, O MUNDO PARA, SÓ NA TORCIDA, SEM RESPIRAR”: A FORMAÇÃO E AS TRANSFORMAÇÕES DO FUTEBOL E DO ATO DE TORCER”	45
2.1	A experiência brasileira com eventos esportivos no século XX.....	46
2.2	O futebol na era Havelange: produto a ser vendido e consumido mundialmente..	57
2.3	Megaeventos Esportivos como estratégia de promoção das cidades no mercado mundial.....	67
2.4	A “copa das copas”: o mundial de 2014 no Brasil.....	83
3	“NÃO QUERO CADEIRA NUMERADA, VOU FICAR NA ARQUIBANCADA PRA SENTIR MAIS EMOÇÃO”: OS EFEITOS DA REALIZAÇÃO DE MEGAEVENTOS ESPORTIVOS NO BRASIL PARA AS PRÁTICAS TORCEDORAS.....	102
3.1	Os ciclos de construção dos estádios brasileiros	104
3.2	O legado da copa: a “arenização” dos estádios brasileiros.....	121
3.3	De Estádio a Arena: reforma, gestão e ocupação do Castelão	141
4	“NO ESTÁDIO LEVO MINHA BANDEIRA PRETA, NA GARGANTA O GRITO PRA TE INCENTIVAR”: A EXPERIÊNCIA DOS TORCEDORES DO CEARÁ SPORTING CLUB NOS ESTÁDIOS NO PERÍODO PÓS-COPA 2014.....	164
4.1	As novas regras de uso das praças esportivas e as alterações na relação do torcedor com o estádio	166
4.2	Os “esquentas” e as “ruas de fogo”: quando o estacionamento e a rua se tornam uma extensão da arquibancada	192
4.3	O espetáculo alvinegro nas arquibancadas: as ações da Equipe de Bateria da Torcida Organizada Cearamor e os projetos da Equipe Vai Rolar a Festa	196
4.3.1	Equipe de Bateria da TOC: o coração da torcida alvinegra	196
4.3.2	Equipe Vai Rolar a Festa	214
4.4	A performance nas arquibancadas como elemento de disputa: dia de Clássico-Rei.....	227
4.5	Os efeitos sociais dos Megaeventos Esportivos e as transformações nas performances torcedoras	238

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	247
REFERÊNCIAS	256
LIVROS, TESES, DISSERTAÇÕES E ARTIGOS	256
LEGISLAÇÕES	266
PUBLICAÇÕES EM SITES	268
GLOSSÁRIO	281
APÊNDICES	285
APÊNDICE A – QUADRO COM AS SEIS CARACTERÍSTICAS DA PERFORMANCE TORCEDORA.....	286
APÊNDICE B – ROTEIROS DE ENTREVISTA QUE FORAM APLICADOS COM OS INTEGRANTES DA EQUIPE VAI ROLAR A FESTA E COM OS COMPONENTES DA EQUIPE DE BATERIA DA TORCIDA ORGANIZADA CEARAMOR	289
APÊNDICE C – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO APRESENTADO AOS INTEGRANTES DA EQUIPE VAI ROLAR A FESTA E DA EQUIPE DE BATERIA DA TORCIDA ORGANIZADA CEARAMOR.....	293
APÊNDICE D – QUADROS COM A CAPACIDADE DOS ESTÁDIOS E A QUANTIDADE DE JOGOS REALIZADO DURANTE A COPA DAS CONFEDERAÇÕES 2013 E A COPA DO MUNDO 2014	295
APÊNDICE E – FOTOS DA DISTRIBUIÇÃO DAS FAIXAS DAS TORCIDAS ORGANIZADAS DO CEARÁ SPORTING CLUB NA ARQUIBANCADA DO ESTÁDIO CASTELÃO	297
APÊNDICE F – QUADROS COM A QUANTIDADE DE ESTÁDIOS PELO BRASIL POR REGIÃO, POR ESTADO E POR CAPACIDADE.....	300
APÊNDICE G – QUADROS COM AS ADAPTAÇÕES NECESSÁRIAS AOS ESTÁDIOS BRASILEIROS NO PERÍODO PRÉ-COPA 2014	303
APÊNDICE H – QUADROS COM AS ADAPTAÇÕES REALIZADAS NOS ESTÁDIOS BRASILEIROS PARA RECEBER A COPA DE 2014	306
APÊNDICE I – DIVISÃO DE SETORES NA ARQUIBANCADA DO ESTÁDIO CASTELÃO	312
APÊNDICE J – QUADROS COM AS MÉDIAS DE OCUPAÇÃO DE ESTÁDIOS BRASILEIROS – 2015 a 2019	315
APÊNDICE L – QUADROS COM A OCUPAÇÃO DOS ESTÁDIOS CEARENSES PELO CEARÁ SPORTNG CLUB – 2007-2020	318

APÊNDICE M – QUADROS COM A OCUPAÇÃO DOS ESTÁDIOS CEARENSES PELO FORTALEZA ESPORTE CLUBE – 2007-2020.....	324
APÊNDICE N – QUADRO COMPARATIVO ENTRE O TEXTO DO ART.13-A DO ESTATUTO DO TORCEDOR E O ART.28 DA LEI GERAL DA COPA	330
APÊNDICE O – FOTOS DOS MATERIAIS UTILIZADOS PELA EQUIPE VAI ROLAR A FESTA PARA EXIBIR UM MOSAICO	332
ANEXOS	334
ANEXO A – ESQUEMA ESPECIAL DE TRÂNSITO PARA A COPA DAS CONFEDERAÇÕES 2013 E PARA A COPA DO MUNDO 2014 EM FORTALEZA	335
ANEXO B – VALORES DOS INGRESSOS PARA A COPA DO MUNDO 2014.....	337
ANEXO C – LOCALIZAÇÃO POR CATEGORIA E PREÇOS DOS SETORES DO ESTÁDIO CASTELÃO DURANTE A COPA DO MUNDO 2014.....	339
ANEXO D – ESTÁDIOS ERGUIDOS DURANTE O SEGUNDO CICLO CONSTRUTIVO – OS ESTÁDIOS DAS MASSAS.....	340
ANEXO E – PROJETOS DE FESTA NA ARQUIBANCADA ELABORADOS PELA TORCIDA DO CEARÁ SPORTING CLUB E EXIBIDOS NO ESTÁDIO CASTELÃO	341
ANEXO F – OS “ESQUENTAS” E AS “RUAS DE FOGO”: QUANDO O ESTACIONAMENTO E A RUA SE TORNAM UMA EXTENSÃO DA ARQUIBANCADA.....	350

1 INTRODUÇÃO

[...] o campeonato tem a força do amor do torcedor por um clube. O torcedor vai, de uma certa maneira, defender seu clube na geral, na arquibancada, na cadeira numerada. Torcer. Torcer-se. Chutar mentalmente quando o seu jogador chuta, defender mentalmente quando seu goleiro defende. E, às vezes, não tão mentalmente. Fisicamente. [...] (MÁRIO FILHO, 2010, p. 291)

Mário Filho escreveu essas palavras pouco tempo depois da derrota do Brasil para o Uruguai na final da Copa do Mundo de 1950. Havia uma grande expectativa por parte dos brasileiros para a conquista deste título, já que esta edição do Mundial de futebol estava sendo realizada em nosso país e porque a Seleção Brasileira vinha apresentando uma boa campanha durante as fases anteriores do campeonato. Contudo, no dia 16 de julho do mesmo ano, o time verde e amarelo foi impedido de levantar a taça de campeão. Mário Filho (2010) nos conta que “um silêncio como nunca houvera antes baixou sobre o Maracanã [...] (p.288)” e muitos brasileiros juraram nunca mais ir a um campo de futebol, “[...] a impressão que se tinha era a de que os campos iam ficar vazios (p.291).”

O autor sabia que o futebol não poderia sobreviver sem a massa de apaixonados que dedicam parte de sua vida para acompanhar as partidas e uma parcela de seu amor para movimentar os campeonatos, pois, “[...] no futebol, os espectadores não são nenhum pouco passivos. As torcidas sabem que têm o poder de interferir no placar do jogo. [...] (SANTOS, 2004, p.120)”. Para Santos (2004), “[...] o homem e o evento se interpenetram. [...] (p.44)”, visto que, ao chegar em um estádio de futebol, o torcedor “[...] sente vibrações e emoções, conjugadas com o “calor” de pertencerem a uma massa. [...] (p. 44)”.

Concordamos com Santos (2004) quando ela afirma que ser torcedor, além de pertencer a um determinado grupo, significa compartilhar uma memória coletiva e que o ato de torcer faz parte de um ritual, já que está embebido de magia e de um forte componente psíquico. Além disto, acreditamos que há elementos que configuram parte da *performance torcedora*. Dito isto, elencamos seis características observadas da *performance torcedora* a partir de uma obra cinematográfica brasileira chamada “O Dia do Galo”¹. Destacamos que a obra não trabalha estas características de forma explícita, elas são apresentadas de forma fragmentada através das imagens da rotina de cinco torcedores atleticanos. Contudo, consideramos importante sistematizá-las por considerá-las traços que se repetem no ritual

¹ O documentário, lançado em 2015, com duração de uma hora e dirigido por Cris Azzi, Célio Dutra e François Khoury, mostra a rotina de cinco torcedores do Atlético Mineiro no dia de uma das disputas mais importantes do clube, a final da Copa Libertadores da América de 2013. O nome do documentário, além de fazer referência a um dia histórico para os torcedores atleticanos, remete ao mascote do clube que é um galo.

daqueles que possuem um apreço pelo futebol. Vale ressaltar que não as consideramos exclusivas dos torcedores brasileiros ou atributos obrigatórios².

A primeira delas é a adrenalina vivenciada em dia de jogos importantes. Notamos que quase todas as cenas começaram com o seguinte diálogo entre os personagens: “É hoje!”. Cada torcedor-personagem³ mostrou possuir um ritual⁴ diferente para lidar com a expectativa, mas todos pareciam inquietos e não conseguiam se concentrar em suas atividades corriqueiras⁵.

A segunda característica é a de conseguir envolver no ambiente futebolístico mesmo aqueles que não possuem apreço pelo esporte. Os torcedores-personagens repetiam para seus familiares e colegas de trabalho que haveria jogo naquele dia. De acordo com as imagens, notamos que os outros participantes já estavam incomodados com o discurso repetitivo dos torcedores-personagens, mas não conseguiam mudar o assunto. O que nos lembra que mesmo aqueles que não acompanham futebol têm suas vidas afetadas pelo esporte, seja por ter a programação dos canais de TV aberta alterada ou por ter que mudar o trajeto em dia de jogo para não cruzar com uma leva de torcedores a caminho do estádio.

A terceira característica é: o torcedor deixa de ser um indivíduo isolado e passa a integrar um grupo. Grupo que construiu uma identidade própria e que garante um reconhecimento mútuo entre seus integrantes. Esse atributo é apresentado a nós em uma cena

² Destacamos que a discussão sobre as seis características da *performance torcedora* já foi apresentada por nós em trabalhos anteriores, sobretudo em Silva (2017). Optamos por revisitá-las neste trabalho por entendermos que a apresentação delas é fundamental para a compreensão de alguns debates que serão realizados nas próximas páginas. Além disso, ressaltamos que, devido aos novos elementos que se apresentaram a nós durante a pesquisa de campo, o texto sofreu alterações, isto é, extrações e acréscimos.

³ Utilizaremos este termo para identificar os torcedores que protagonizaram o filme que estamos discutindo no texto. Gostaríamos de destacar que não faremos uma distinção entre os cinco protagonistas.

⁴ De acordo com Schechner em Ligiéro (2012), rituais são memórias em ação e podem ser experiências poderosas para os indivíduos. Comumente, os rituais são associados a atividades religiosas, contudo, o autor acredita que eles não são os únicos, por isso, classifica-os de duas formas: Rituais Sagrados e Rituais Seculares. Os Sagrados “[...] são aqueles associados com a expressão ou a promulgação de crenças religiosas [...] (p.53)”, já os Seculares, “[...] são aqueles associados com cerimônias de estado, vida diária, esportes e qualquer outra atividade não especificamente de caráter religioso (p.54)”. Desse modo, Schechner acredita que nosso cotidiano é constituído por uma série de rituais e que ao longo de um único dia podemos realizar diversos deles. Além disso, ressalta que a divisão apontada por ele não é pura, uma vez que há cerimônias que incluem elementos dos dois tipos de rituais, como os realizados por torcedores de futebol. A princípio poderíamos afirmar que os rituais executados por torcedores de futebol são Seculares, visto que são realizados em virtude de um esporte. Contudo, parte desses torcedores incluem elementos religiosos em seu ritual, sejam eles símbolos, como o terço e as imagens sagradas; ou ações, como as orações, o juntar das mãos em reverência, o se ajoelhar em súplica.

⁵ Para melhor compreensão das seis características da *performance torcedora* que serão apresentadas a seguir, elaboramos um quadro com o nome e a descrição de cada uma delas. As informações serão exibidas no Quadro 1 do Apêndice A.

em que um torcedor-personagem caminha na rua em direção ao ponto de ônibus e escuta alguém gritar “Galo!”. Em seguida, ele grita de volta “Galo!”, mesmo sem conhecer a pessoa que proferiu a saudação. Desta forma, é possível percebermos que, o torcedor-personagem não se importava em conhecer ou não o indivíduo que o cumprimentou, o fato deste indivíduo ter dito “Galo” já o classificava como um dos seus.

A superstição⁶ é a quarta característica. Isto porque, ainda que possuam religiões diferentes, alguns torcedores podem ser bastante supersticiosos. É possível que a superstição seja consequência da própria estrutura do esporte, pois o futebol não é disputado só na técnica. Por vezes, suas partidas são ganhas devido a uma combinação de situações favoráveis, ou, como muitos dizem, por pura sorte. O torcedor, conhecedor dessas situações, e, por vezes, testemunha ocular de diversos lances em que a sorte influenciou em um jogo, não se contenta em confiar na boa escalação feita pelo técnico, no bom desempenho de seus jogadores, ou na eficácia da arbitragem. Por isso, ele utiliza estratégias próprias para convencer a sorte a soprar a seu favor, a favor do seu time. Mas não há uma única fórmula para atrair a sorte, há várias fórmulas e cada torcedor utiliza a sua. Quando o time ganha, os torcedores fazem questão de se vangloriar e de dizer que foi sua fórmula que atraiu a sorte. Contudo, quando o time perde, estes torcedores reconstituem o seu dia para descobrir qual parte do ritual não foi realizada corretamente.

Os torcedores escolhidos para protagonizar “O Dia do Galo” não eram diferentes. Há inúmeras cenas em que eles põem em práticas suas “fórmulas da vitória”. Vemos o primeiro torcedor amanhecer o dia aos pés de inúmeras imagens religiosas, beijando todos os santos e se rendendo em preces; há outro que carrega consigo durante o dia inteiro a bandeira do clube; e o terceiro acredita que precisa vestir a mesma camisa e o mesmo gorro que vestiu em conquistas anteriores. Não há como sabermos se uma das fórmulas é a eficaz ou se é a combinação delas que garante o bom resultado. A questão é que nenhum torcedor está disposto a arriscar a vitória do seu time para descobrir. Assim, ele respeita o ritual do outro e segue com o seu.

Apesar de em “O Dia do Galo” não haver relatos da relação do torcedor atleticano com o torcedor rival, consideramos que é um ponto interessante a ser discutido. O torcedor

⁶ “[...] As práticas supersticiosas no futebol são frequentes e podem ser constatadas pela imprensa esportiva nas manifestações das torcidas nos estádios e no comportamento de jogadores, técnicos e dirigentes. Matthew Shirts (1982) afirma que os fatores sorte/azar perpassam o futebol, apresentando uma visão de mundo em que a ordem se explica pelo sobrenatural (DAOLIO, 2005, p. 06-07)”. De acordo com Daolio (2005), “[...] no futebol, uma derrota pode ser compreendida e mais bem aceita pela fato de algum torcedor não ter realizado algum ato de fé, como uma oração, ou pelo fato de o jogo ter sido realizado em uma data não propícia (p.16)”.

vive as emoções do jogo como se sua vida dependesse daquilo, pois ele fica desconfortável com a ideia de que será alvo de chacotas por semanas, caso seu time perca. Assim, a quinta característica é a rivalidade. A disputa entre torcedores de clubes diferentes por vezes se expressa através de brincadeiras que buscam provar qual clube é o melhor e o maior. Por isso, o torcedor deve estar preparado para lidar com as provocações do torcedor rival. Isto é, ele precisa conhecer todas as grandes conquistas do seu time, assim como precisa ter gravado na memória os detalhes dos jogos em que seu time foi superior ao rival. Caso contrário, este torcedor pode ser enlaçado pelas provocações do adversário.

A sexta e última característica é a festa⁷. Nos últimos minutos do documentário, assistimos às cenas da festa realizada pelos torcedores atleticanos após a vitória, nos *pênaltis*, e a conquista da taça mais importante para o futebol latino-americano. As imagens mostram os gritos, os choros, a alegria dos torcedores-personagens e a festa na arquibancada. A festa é o que sucede todas as cinco características, é a recompensa por toda apreensão e expectativa pelo jogo vivenciada durante o dia, por ter ocupado os ouvidos de todos os conhecidos para falar sobre seu time, por ter suspenso sua individualidade para fazer parte de uma multidão e por ter dedicado tanto tempo realizando o ritual para atrair a sorte.

A festa é o momento que o cotidiano é suspenso. É durante a festa que o torcedor grita, chora, abraça o companheiro ao lado, pula e agradece por não precisar se submeter às chacotas dos torcedores rivais. A festa é o momento em que a bandeira é estendida; que os sinalizadores são acionados; que os fogos de artifício estouram no céu; e que o hino e outras músicas da torcida são cantadas com toda a força. É o momento que ficará registrado na memória. Memória que será revisitada em diversos momentos, desde as conversas nos bares da cidade aos almoços em família, sobretudo quando houver a possibilidade de realizar aquela festa novamente.

Contudo, a festa realizada pelos torcedores de futebol ganharam outros contornos. Presentemente, elas não se resumem às reações dos torcedores na arquibancada após um gol ou uma vitória, como demonstrações de afeto ou comemorações individuais, mas se assemelham a grandes espetáculos. Para que o espetáculo nas arquibancadas ocorra é necessário um número significativo de pessoas envolvidas nas etapas de elaboração, arrecadação de recursos, aquisição e preparação de materiais e montagem; assim como é

⁷ Segundo Barroso (2013), a festa tem “[...] o poder de ser utilizada para construir e solidificar os laços sociais dos locais onde se realiza, tendo sido utilizada para construir uma unidade e (re)significar a identidade de grupos historicamente subalternizados [...] (p.58)”. Para a autora, as festas possuem um sentido de “tempo extraordinário”, este “tempo” é composto por “[...] inversão dos sentidos, aparente modificação das regras do cotidiano, rituais libertadores, prazer, fartura, permissividade, extroversão, vícios, música e dança, [...] (p.58)”.

necessário dinheiro e tempo de preparação. Estas festas são elaboradas com o intuito de chamar a torcida para lotar o estádio; para engrandecer e projetar nacionalmente o clube; para mostrar a força da torcida; e para mostrar ao clube o quanto a sua torcida é apaixonada e dedicada. Ressaltamos que a exibição deste novo jeito de fazer festa não depende do resultado em campo, visto que ela ocorre antes do início da partida ou nos minutos iniciais.

No caso das festas realizadas pela torcida do Ceará Sporting Club, há dois grupos que conduzem o espetáculo, são eles: a Torcida Organizada Cearamor – TOC e a Equipe Vai Rolar a Festa. A Torcida Organizada Cearamor foi fundada em 26 de outubro de 1982 por um grupo de amigos que costumavam ir aos jogos do Ceará Sporting Club juntos e possuíam o hábito de levar fogos de artifício, bandeiras e instrumentos para os estádios e elaborar gritos de guerra. O surgimento desta Torcida e, por consequência, o uso de materiais e a elaboração de gritos de guerra simbolizou uma alteração no comportamento do torcedor nas arquibancadas cearenses.

De acordo com um dos entrevistados de Silva (2017), contabilizamos que a Cearamor tenha aproximadamente quinze mil associados. Além disso, estimamos que a Organizada esteja presente em cerca de setenta bairros de Fortaleza; em algumas cidades da Região Metropolitana de Fortaleza e do interior do Ceará; e que possua extensões da torcida em cidades localizadas em outros estados do país. Além disso, a TOC possui uma Equipe de Bateria que conta com 25 integrantes e que movimenta as arquibancadas em dias de jogos do Ceará com os ritmos funk e axé. Para os torcedores e as torcedoras, a principal função da Equipe de Bateria é não deixar o estádio morrer; não deixar o restante da torcida desmotivar; e ser “o coração da torcida”.

Já o outro grupo que conduz o espetáculo nas arquibancadas cearenses, a Equipe Vai Rolar a Festa, foi fundado em novembro de 2018, por três mulheres, com o objetivo de inovar e ampliar as festas realizadas nos estádios em dias de jogos do Ceará Sporting Club. Além da exigência por inovação e criatividade, as idealizadoras da Equipe Vai Rolar a Festa almejavam envolver outros torcedores e outros setores do estádio, e atrair visibilidade para a torcida do Ceará. Atualmente, a Equipe conta, em média, com 30 integrantes, que estão distribuídos em seis comissões. Para os torcedores e as torcedoras, o papel da Equipe Vai Rolar a Festa é chamar a torcida alvinegra de volta ao estádio; engrandecer o nome do Ceará através das festas; e mostrar a força da torcida do Ceará.

Destacamos que as Torcidas Organizadas, em especial a Torcida Organizada Cearamor, e as Equipes de Festa, em especial a Equipe Vai Rolar a Festa, utilizam materiais específicos para realizar o espetáculo nas arquibancadas. Há os que são mais simples e mais

fáceis de exibir, como as camisas, as bandeiras, as faixas de mão e as faixas extensas; há os que são mais bem elaborados e que demandam um nível de organização maior, como a elaboração de cânticos, o uso de instrumentos musicais, os bandeirões e a preparação de um mosaico; e há aqueles que, atualmente, estão proibidos de serem utilizados individualmente pelos torcedores e que só podem ser instalados com autorização dos órgãos competentes e manuseados por uma equipe especializada, como os materiais pirotécnicos.

Ressaltamos que as restrições ao uso dos materiais pirotécnicos, assim como a proibição da entrada no estádio com pequenos utensílios ou gêneros alimentícios, está prevista na Lei nº 10.671 de 15 de maio de 2003, mais conhecida como Estatuto do Torcedor, sobretudo por conta das reformulações apresentadas na Lei nº 12.299 de 27 de julho de 2010. Acreditamos que as alterações realizadas no Estatuto do Torcedor são uma consequência das transformações vivenciadas no mundo do futebol, pelos Torcedores e pelas Torcidas Organizadas, principalmente por conta do aumento de conflitos violentos nos estádios e das mortes ocasionadas por esses conflitos.

Contudo, as alterações apresentadas na Lei nº 12.299/2010 antecipam algumas proibições expressas na Lei 12.663 de 05 de junho de 2012, mais conhecida como Lei Geral da Copa. Esta Lei foi formulada após o Brasil ser escolhido como país sede da Copa das Confederações 2013 e da Copa do Mundo 2014. O objetivo dela era reafirmar o compromisso do Brasil com a entidade organizadora da Copa do Mundo, a FIFA, e delinear quais ações seriam permitidas ou proibidas ao longo dos eventos. Ressaltamos que as exigências da entidade organizadora não estavam expressas apenas na Lei Geral da Copa, na verdade, esta lei apresentava apenas orientações iniciais. O detalhamento das proibições foi apresentado no *Guia de Ingressos Nacional da Copa das Confederações da FIFA Brasil 2013* (FIFA, 2013), no trecho *Código de Conduta no Estádio*.

Destacamos que a Copa do Mundo de Futebol compõe uma lista extensa de megaeventos esportivos que foram realizados no Brasil nas duas últimas décadas. Foram eles: Jogos Pan-Americanos Rio 2007, Jogos Parapan-Americanos 2007, Copas das Confederações FIFA 2013, Copa do Mundo FIFA 2014, Jogos Olímpicos Rio 2016, Jogos Paraolímpicos Rio 2016 e Copa América 2019. Isto ocorreu porque, como veremos adiante, organizar megaeventos esportivos tornou-se uma meta de política pública no Brasil. Meta

esta que começou a ser idealizada na primeira metade da década de 1990, quando a cidade de Brasília demonstrou interesse em concorrer à sede dos Jogos Olímpicos de 2000⁸.

Contudo, o Brasil só foi inserido na rota dos megaeventos esportivos em 2007, ano em que a cidade do Rio de Janeiro recebeu os Jogos Pan-Americanos e Parapan-Americanos. Estes jogos, ainda que sejam eventos de menor porte, sobretudo quando comparados aos Jogos Olímpicos⁹, contribuíram positivamente para a candidatura do Brasil à país sede da Copa do Mundo 2014 e dos Jogos Olímpicos de 2016, uma vez que ofertaram ao nosso país a oportunidade de mostrar sua capacidade organizativa. Não à toa, três meses depois do Pan, o Brasil é anunciado oficialmente como país sede da Copa do Mundo 2014. Lembremos que, diferentemente de outros eventos, como os Jogos Olímpicos ou os Jogos Pan-Americanos, que costumam concentrar todas as praças esportivas necessárias em um única cidade-sede, a Copa do Mundo permite e, em alguma medida, orienta que várias cidades-sede sejam escolhidas.

A escolha oficial das cidades-sede do Mundial de 2014 só ocorreu em 2010. No caso do Brasil, doze capitais foram selecionadas e Fortaleza foi uma delas. Desta maneira, a segunda reforma do Estádio Castelão foi requisitada, assim como uma série de obras de mobilidade urbana e adaptações no sistema hoteleiro e no porto e aeroporto da cidade. Essas requisições foram pensadas com o intuito de atender a todas as exigências da FIFA, exigências essas que se expressaram principalmente através da Lei Geral da Copa e da Matriz de Responsabilidade¹⁰.

⁸ RANGEL, Sérgio. Eterna candidata: Após 3 tentativas frustradas, Brasil usa Pan do Rio para tentar emplacar Olimpíada de 2016. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 23 jun. 2007. Especial. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/fj2306200707.htm>. Acesso: 21 ago. 2019.

⁹ Quando nos referimos ao Pan e ao Parapan como eventos de menor porte não estamos diminuindo a importância deste evento esportivo, pois reconhecemos o peso que eles possuem para os atletas locais e para a projeção de determinadas práticas esportivas. No entanto, consideramos que o fato deles agregarem apenas países de um único continente interfere na significância que indivíduos de outros países dão a eles, tanto no que diz respeito ao interesse em se deslocar para o país-sede para acompanhá-los presencialmente, quanto para assisti-los à distância. Por consequência disto, os Pans costumam receber um número menor de competidores, demandam instalações de dimensões menores e atraem um volume menor de interesse midiático. De acordo com Maturana (2008), essas características não são exclusivas do Pan realizado no Rio de Janeiro, mas devem ser consideradas em qualquer edição do Pan. Isto ocorre, pois, “[...] em síntese, jogos continentais não transferem repercussões fora de seus países limítrofes, o que não invalida o sucesso do Pan 2007, mas o coloca nas devidas proporções à vista de projetos futuros similares (p.341)”.

¹⁰ De acordo com o site do Governo Federal brasileiro sobre a Copa do Mundo FIFA 2014, Portal da Copa, a Matriz de Responsabilidades trata das áreas prioritárias de infraestrutura das 12 cidades que receberam os jogos da Copa do Mundo de 2014. O documento definiu os encargos da União, dos Estados, Municípios e Distrito Federal acerca das melhorias nas áreas de infraestrutura como a construção de estádios, obras de mobilidade urbana, melhorias em portos e aeroportos, dentre outros. Essas intervenções visaram, sobretudo, adequar as cidades sedes para receberem o evento.

Destacamos que nos primeiros anos de preparação para a Copa do Mundo, um dos termos mais utilizados para consolidar a ideia de que receber um megaevento esportivo era vantajoso e para justificar os gastos que o poder público teria para prepará-lo era “legado”. Acreditava-se e disseminava-se a mensagem que, após a realização da Copa, o país usufruiria dos legados positivos proporcionados pelo evento, como: empregos em função do evento; melhorias nas áreas de transporte e segurança; ampliação dos espaços para práticas de esporte e lazer; aumento no fluxo de turistas no país; possibilidade de criação de uma nova imagem para as cidades, por conta da divulgação das características locais pela mídia internacional; e aumento do orgulho nacional.

Além disso, foi reavivada a concepção de que o Brasil é o país do futebol. Assim, além de apresentar os possíveis legados que o país lograria com a realização da Copa do Mundo, constantemente falava-se que a Copa do Mundo 2014 seria a “Copa das Copas”, uma vez que o futebol estava voltando para casa e porque o único país pentacampeão mundial e internacionalmente conhecido por seus estádios lotados e por suas torcidas apaixonadas teria a oportunidade de exibir sua superioridade no campo e na organização. Portanto, é possível afirmar que havia expectativa por partes dos torcedores locais em receber a Copa do Mundo, pois era a oportunidade de participar da maior festa do futebol mundial, de ver de perto os principais jogadores do mundo e de conquistar o hexacampeonato em casa.

Posto isto, voltemos nossa atenção para uma das exigências da entidade organizadora: a construção ou remodelação dos estádios, isto é, a construção de *Arenas Multiuso*. A FIFA exigia que os estádios construídos para o Mundial fossem multifuncionais, ou seja, possuíssem estrutura para receber não apenas partidas de futebol, mas outras modalidades esportivas e até mesmo outros tipos de eventos; tivessem condições para receber um grande volume de torcedores; e que incorporassem técnicas e princípios de uma construção sustentável. Além disso, as *Arenas* precisavam garantir uma boa experiência ao indivíduo que a usasse para acompanhar os espetáculos, como: boa visibilidade do campo; alimentação variada e de qualidade; conforto, sobretudo com a limitação dos espaços a serem ocupados individualmente através de assentos; e segurança, especialmente através do aumento do efetivo policial no recinto e a inclusão de câmeras de segurança e centro de controle.

Contudo, observamos que, aos serem incluídas nos estádios brasileiros, tais características provocaram uma limitação no acesso à arquibancada. Isto ocorreu porque, ao reduzir a capacidade para receber torcedores, houve aumento nos valores dos ingressos; ao melhorar a qualidade dos bens oferecidos dentro do estádio, como bebidas e comidas, os

preços destes ficaram inacessíveis a muitos torcedores; ao restringir o uso de objetos e adereços comumente utilizados por torcedores e por Torcidas Organizadas e ao acrescentar novos dispositivos de controle e vigilância, afastou-se das arquibancadas o público que historicamente as ocupavam. Desta forma, para Mascarenhas (2014) e Simões (2017), o termo *Arena* não representa apenas uma mudança na nomenclatura dos equipamentos esportivos, ele é um reflexo das novas formas de projetar estes equipamentos e para que público eles são pensados.

Assim, durante a nossa participação em partidas de futebol no Estádio Castelão, tanto como espectadora, quanto como pesquisadora, percebemos que as alterações realizadas na estrutura do estádio quando este foi remodelado para *Arena Multiuso*, assim como a manutenção da aplicação das regras que foram repassadas pela FIFA para serem empregadas apenas durante os megaeventos, causou impactos nas práticas torcedoras e alterou a dinâmica dos torcedores e das Torcidas brasileiras. E que, por isso, os torcedores e as torcidas precisaram se reinventar para elaborar novas formas de fazer festa na arquibancada.

Salientamos que nossa aproximação com a discussão sobre os “legados dos megaeventos esportivos” iniciou anos antes do período de seleção e ingresso neste mestrado acadêmico. Essa aproximação ocorreu durante os primeiros semestres da graduação em Serviço Social, período em que ingressei no Laboratório de Pesquisas e Estudos em Serviço Social – LAPESS/UECE. Inicialmente, apenas como integrante do Grupo de Estudos de Questão Urbana e Questão Social e, depois, como bolsista de iniciação científica da pesquisa “Cidade do espetáculo e o espetáculo na cidade: os impactos das obras da Copa de 2014 nas comunidades no entorno do Estádio Castelão”, desenvolvida pela Profa. Dra. Laura Maria Cunha, também vinculada ao LAPESS. Uma das etapas da pesquisa consistiu na realização de uma série de debates sobre a realização do Megaevento Copa do Mundo e de temas afins com os moradores das comunidades impactadas. Um dos temas trabalhados nas oficinas foi “Nosso jeito de torcer: um debate sobre torcidas organizadas”¹¹.

A realização destas oficinas foi fundamental para que eu escolhesse esse tema como objeto de pesquisa de minha monografia, que foi apresentada ao curso de graduação

¹¹ As oficinas foram realizadas no Espaço Viva Gente, localizado no bairro Passaré, em Fortaleza/CE, em quatro momentos diferentes, que ao todo contaram com a participação de cerca de cem jovens, com idade entre 12 e 16 anos. Tanto o processo de formulação da proposta de oficina, quanto a realização em si foram essenciais. A primeira, por exigir que fosse feito um levantamento bibliográfico acerca dos principais autores que discutem a temática e por demandar um acompanhamento em sites e redes sociais de diversas Torcidas Organizadas; e o segundo, por ter me proporcionado um debate com jovens que compõem essas Organizadas, que compartilharam suas vivências enquanto torcedor.

em Serviço Social da Universidade Estadual do Ceará no ano de 2017, intitulada “*As configurações socioespaciais das arquibancadas do Estádio Castelão em Fortaleza/CE em dias de jogos do Ceará Sporting Club: uma análise sobre a performance das torcidas organizadas alvinegras*”. O objetivo central deste trabalho foi compreender como se dão e o que revelam as disposições espaciais nas arquibancadas do Estádio Castelão em Fortaleza durante os jogos do Ceará Sporting Club e suas implicações no “jeito de torcer”. Um dos resultados obtidos através desta pesquisa foi: parte dos elementos que compunham a performance torcedora, foram alterados ou precisaram ser substituídos para se adequarem às normalizações impostas pelo Estatuto do Torcedor e aplicadas pelo Núcleo de Desporto e Defesa do Torcedor do Ministério Público do Estado do Ceará – NUDTOR/MPCE, sobretudo normalizações que também haviam sido aplicadas durante a realização do Mundial de Futebol de 2014.

Desse modo, com a intenção de aprofundar as discussões sobre as implicações da realização de megaeventos esportivos para os Torcedores e para as Torcidas Organizadas cearense, decidimos dar continuidade aos estudos sobre a performance destes grupos de torcedores e as alterações nas dinâmicas deles, principalmente após a realização da Copa do Mundo 2014. Sendo assim, o objetivo geral deste trabalho é investigar os efeitos sociais dos Megaeventos Esportivos Copa das Confederações 2013 e Copa do Mundo 2014, assim como as transformações realizadas no Estádio Castelão, e entender como esses efeitos contribuíram para as alterações na dinâmica das torcidas que atuam na cidade de Fortaleza/CE, sobretudo as torcidas vinculadas ao Ceará Sporting Club.

Para isso, traçamos os seguintes objetivos específicos: apresentar as normalizações pensadas para a Copa do Mundo 2014, sobretudo através da Lei Geral da Copa e do Código de Conduta nos Estádios, que continuaram sendo aplicadas nos estádios de futebol cearense mesmo após o término dos megaeventos esportivos; especificar como as novas normalizações aplicadas nos estádios de futebol cearense, sobretudo no Estádio Castelão, intervieram na performance das torcidas do Ceará Sporting Club; e descrever os elementos que compõem a performance das torcidas do Ceará Sporting Club atualmente. Para tanto, optamos por dialogar com indivíduos que compartilham as seis características que compõem o que chamamos de “*performance torcedora*”, elencadas no início deste trabalho, e que compartilham a simpatia pelo mesmo clube de futebol, o Ceará Sporting Club, mas que integram grupos de torcedores diferentes. Assim, dialogamos com integrantes da Equipe Vai Rolar a Festa e com integrantes da Equipe de Bateria da Torcida Organizada Cearamor – TOC.

Para a elaboração desta pesquisa, utilizamos a abordagem qualitativa. Para isso, inicialmente, realizamos pesquisa exploratória a fim de estreitar nossa relação com o objeto de pesquisa e para formular nossos questionamentos com mais precisão. Através da pesquisa exploratória, realizamos um levantamento bibliográfico, a fim de conhecer os principais autores que discutem a temática; acompanhamos a Torcida Organizada Cearamor e a Equipe Vai Rolar a Festa nos espaços em que foram realizadas suas atividades, assim como do clube futebolístico ao qual os grupos estão vinculados, sobretudo no Estádio Plácido de Aderaldo Castelo – o Castelão; e, consultamos sites e redes sociais diversas de Torcidas Organizadas do estado do Ceará e do Brasil.

Quanto aos procedimentos, adotamos a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental e a pesquisa de campo. A primeira “[...] é aquela que se realiza a partir do registro disponível, decorrente de pesquisas anteriores [...] (SEVERINO, 2007, p.122)”. Isto é, utilizamos dados ou categorias teóricas já trabalhadas por outros pesquisadores. Destarte, nos debruçamos nas obras dos autores que discutem “Cidades” – Arantes (2000), Harvey (2014), Sánchez (2003) e Vainer (2000); “Futebol” – Farias (2014a), Mario Filho (2010), Mascarenhas (2011) e (2014); “Megaeventos Esportivos” – Costa (2013), Damo (2012), Farias (2014b) (2014c) e Penna (2013); “Torcidas e Práticas torcedoras” – Pimenta (1997), Santos (2004), Simões (2017) Toledo (1996); “Performance” – Ligiéro (2012) e Schechner (2006). Destacamos que a pesquisa não se situou apenas nesses nomes principais.

A segunda, a pesquisa documental, é a “[...] matéria-prima, a partir da qual o pesquisador vai desenvolver sua investigação e análise [...] (SEVERINO, 2007, p. 123)”. Logo, exploramos documentos oficiais que regularizam a participação dos torcedores em eventos esportivos e nas praças esportivas, como o Estatuto do Torcedor, a Lei Geral da Copa e o Código de Conduta nos Estádios; e fotografias, vídeos e documentários produzidos tanto pelas próprias Torcidas Organizadas, quanto por programas de televisão, sobretudo os divulgados através das redes sociais. Além disso, realizamos o resgate historiográfico de notícias sobre futebol e sobre as práticas torcedoras na cidade de Fortaleza, assim como em outras cidades do Brasil e do mundo, buscando evidências sobre o fenômeno em matérias jornalísticas desde o início dos anos de 2000 até o início de 2020.

Ainda que o objetivo deste trabalho não seja analisar os artigos publicados nos jornais de maior circulação no estado e no país que apresentam informações sobre a atuação das Torcidas Organizadas e dos demais Torcedores de futebol dentro e fora do estádios, consideramos importante realizar a construção de um Banco de Dados com estas publicações por considerar que este material pode subsidiar futuras pesquisas. O Banco de Dados que

elaboramos contém pouco mais de oitocentas matérias publicadas em cento e quinze sites diferentes. Os sites que colhemos os artigos podem ser caracterizadas de cinco formas diferentes: páginas online de jornais de grande circulação na cidade de Fortaleza; páginas online de jornais de grande circulação no país; páginas especializadas em futebol de alcance local; páginas especializadas em futebol de alcance nacional; e páginas com temas diversos, mas que em virtude de alguma situação específica, teve o seu tema perpassado pelo futebol. As publicações foram realizadas entre outubro de 2000 e maio de 2020 e a catalogação das notícias ocorreu entre março de 2018 e maio de 2020.

A última, a pesquisa de campo, permitiu-nos realizar as observações das práticas torcedoras no cenário em que elas se desenrolam. Nesta etapa da pesquisa realizamos uma abordagem etnográfica. Desta maneira, realizamos nossa “observação sociológica”¹² especialmente no Estádio Plácido Aderaldo Castelo – Castelão, local que sediou uma parcela das partidas de futebol em que o Ceará Sporting Club disputou. Destacamos que nos localizamos no Setor Superior Norte¹³ do estádio, uma vez que ele historicamente é ocupado pela Torcida Organizada Cearamor – TOC. Além disso, acompanhamos os torcedores e as torcedoras no Estádio Presidente Vargas – PV; nos espaços que circunvizinham os dois estádios citados; na sede do Ceará Sporting Club; e nas redes sociais.

Ao longo desse período, acompanhamos os torcedores, as torcedoras e as Torcidas Organizadas e a Equipe de Festa em quatro campeonatos de futebol que o Ceará Sporting Club disputou, a saber: Campeonato Cearense 1ª Divisão 2019, Copa do Nordeste 2019 e Campeonato Brasileiro Série A 2018 e 2019. Além disso, participamos de: 1 – Ações vinculadas às demandas e aos anseios dos torcedores como: a Caminhada pela vida e pela descriminalização das Torcidas Organizadas; reunião com parlamentares, audiências públicas e votação do projeto de lei sobre a regulamentação da venda de bebidas alcoólicas nas praças esportivas cearenses; reuniões e plenárias abertas com Torcidas Organizadas e coletivos de torcedores sobre o Direito de Torcer, democracia torcedora e o combate às opressões nas arquibancadas; 2 – Debates e rodas de conversas sobre futebol e as práticas torcedoras organizados e mediados por torcedores, os quais se tornaram ocasiões de escuta em que aprendi sobre as demandas e as vivências dos torcedores; 3 – Encontros, seminários

¹² Beaud e Weber (2007) considera “observação sociológica” o triplo trabalho de percepção, memorização e anotação das interações que ocorrem no campo de pesquisa.

¹³ Há três divisões iniciais nos lances de arquibancada do Estádio Castelão: temos a arquibancada Superior, a arquibancada Inferior e a arquibancada Premium. Em cada um desses lances de arquibancada há uma segunda divisão: a Superior se fragmenta em Norte, Central e Sul; a Inferior também se fragmenta em Norte, Central e Sul; e a Premium se fragmenta em Inferior, Superior e Camarote.

e simpósios sobre futebol, com destaque para o 3º Simpósio Internacional de Estudos sobre Futebol, realizado entre os dias 26 e 29 de setembro de 2018, no Museu do Futebol, na cidade de São Paulo; 4 – Etapas de preparação dos materiais que seriam utilizados nas festas nas arquibancadas convocadas pela Equipe de Festa, sobretudo quando eram realizadas na sede do Ceará Sporting Club; e 5 – Treinos abertos do time na sede do clube, *ruas de fogos* e *encontros/esquentas* dos torcedores nos bares e nas ruas de acesso aos estádios nas horas que antecederam as partidas.

Durante essas atividades, buscamos ouvir os torcedores e as torcedoras, tencionando saber como se relacionavam com o estádio de futebol; quais elementos compunham a sua rotina de torcedor que frequenta o estádio de futebol; se enfrentavam dificuldades para acessar o equipamento e, se sim, quais eram essas dificuldades; e quais eram as principais ações que realizavam para promover a festa na arquibancada. Também buscamos olhar atentamente para suas atividades; suas ações, sobretudo as coreografias e as danças; seus materiais para a festa; e ouvir seus cantos; gritos; reclamações e declarações para o clube. Com essa conduta, realizamos mais conversações do que entrevistas semiestruturadas.

Com o propósito de registrar e sistematizar as observações feitas nos espaços em que a Equipe de Bateria da Torcida Organizada Cearamor e a Equipe Vai Rolar a Festa atuou, escrevemos diários de campo. Para Beaud e Weber (2007), o diário de campo é a principal ferramenta do etnógrafo, já que não há observação sem anotação. Dito isto, acrescentamos que todas as anotações realizadas foram consultadas posteriormente quando uma análise de nossas impressões iniciais do campo e dos sujeitos se mostrou necessária.

Nossa “observação sociológica” foi combinada com a “entrevista etnográfica”¹⁴. Para Beaud e Weber (2007), apesar de a observação continuar sendo a principal ferramenta da etnografia, as entrevistas podem ser consideradas um complemento indispensável. Lalanda (1998) afirma que as entrevistas nos permitem abordar “[...] de um modo privilegiado, o universo subjetivo do ator, ou seja, as representações e os significados que atribui ao mundo que o rodeia e aos acontecimentos que relata como fazendo parte de sua história [...] (p. 875)”. Ademais, destacamos que optamos por utilizar o modelo de Entrevista Semiestruturada, pois este modelo permite “[...] combinar perguntas fechadas e abertas, em

¹⁴ “[...] Chama-se entrevistas etnográficas porque não são “isoladas”, nem independentes da situação de pesquisa. Os entrevistados são re-situados em seus meios de interconhecimento (que são também seus meios de pesquisa). Tomam lugar e sentido num contexto cuja dimensão histórica e local não será negligenciada [...] (BEAUD e WEBER, 2007, p. 118).

que o entrevistado tem a possibilidade de discorrer sobre o tema em questão sem se prender à indagação formulada [...] (SEVERINO, 2007, p. 64)”¹⁵.

Por fim, para a realização de todas essas fases da pesquisa, a utilização de algumas ferramentas foi primordial, são elas: bloco de notas, gravador de voz, câmeras fotográficas e roteiro de entrevistas. Destacamos que estas ferramentas foram utilizadas de formas diferentes em cada espaço que acompanhamos os torcedores. Quando estávamos na arquibancada, nas caminhadas, na preparação dos materiais para a festa, nos treinos abertos, nas *ruas de fogo*, e nos *esquentas* optávamos por ouvir e observar, quando possível, registrávamos o momento através de fotografias ou vídeos. Preferíamos realizar as anotações no bloco de notas apenas depois do evento e redigíamos o diário de campo nos dias que se seguiam. Já nas reuniões com parlamentares, audiências públicas, plenárias abertas, rodas de conversas e seminários, utilizávamos o bloco de notas para registro imediato. Por fim, o gravador de voz e o roteiro de entrevista só foi utilizado durante a realização das entrevistas semiestruturadas e após autorização dos torcedores.

A seguir, apresentaremos o perfil biográfico dos oito participantes da pesquisa a partir das informações repassadas por eles durante as entrevistas. Destacamos que os nomes reais de nossos entrevistados foram omitidos, a fim de respeitar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido –TCLE que previa a não identificação dos entrevistados, e o substituímos por nomes escolhidos pelos entrevistados no início do diálogo (Ver Apêndice C). Ademais, informamos que não foram apresentadas aos entrevistados as possibilidades de respostas, isto é, as respostas que obtivemos foram autodeclaradas. Dito isto, segue o perfil de cada torcedor e torcedora:

- **ENTREVISTADO 1:** João, integrante da Equipe Vai Rolar a Festa, 27 anos, branco, gênero masculino, casado, morador do bairro Passaré/Fortaleza, Auxiliar Administrativo e possui Ensino Médio Completo.

¹⁵ Os roteiros das entrevistas semiestruturadas que realizamos estão disponíveis no Apêndice B deste texto. Na verdade, há dois roteiros, pois dialogamos com dois grupos, são eles os integrantes da Equipe Vai Rolar a Festa e os componentes Equipe de Bateria da Torcida Organizada Cearamor – TOC. Destacamos que as nove primeiras perguntas serão idênticas para todos os entrevistados, posto que elas buscam compreender a relação que estes torcedores estabelecem com os estádios de futebol e quais são suas vivências em dias de jogos; as demais perguntas serão distintas, pois visam conhecer como os grupos desenvolvem suas atividades e como atuam nos estádios.

- ENTREVISTADO 2: Marcos, integrante da Equipe Vai Rolar a Festa, 22 anos, pardo, gênero masculino, solteiro, morador do bairro Itaperi/Fortaleza, Fotógrafo de casamentos e Estudante de Publicidade e possui o Ensino Superior Incompleto.
- ENTREVISTADA 3: Sara, integrante da Equipe Vai Rolar a Festa, 28 anos, branca, gênero feminino, solteira, moradora do bairro Messejana/Fortaleza, Assistente de SAC e está cursando o Ensino Superior.
- ENTREVISTADA 4: Laura, integrante da Equipe Vai Rolar a Festa e da Torcida Organizada Cearamor, 19 anos, parda, gênero feminino, solteira, moradora do bairro Paupina/Fortaleza, Auxiliar Administrativa e possui Ensino Médio Completo.
- ENTREVISTADO 5: José, integrante da Equipe Vai Rolar a Festa e da Torcida Organizada Cearamor, 30 anos, pardo, gênero masculino, solteiro, morador do Cidade dos Funcionários/Fortaleza, Autônomo e possui Ensino Médio Completo.
- ENTREVISTADO 6: Paulo, integrante da Equipe de Bateria da Torcida Organizada Cearamor, 25 anos, pardo, gênero masculino, solteiro, morador do bairro Planalto Pici/Fortaleza, Fotógrafo e possui o Nível Médio.
- ENTREVISTADA 7: Vitória, integrante da Equipe de Bateria da Torcida Organizada Cearamor, 19 anos, parda, gênero feminino, solteira, moradora do bairro Canindezinho/Fortaleza, Autônoma e possui Ensino Médio Completo.
- ENTREVISTADO 8: Francisco, integrante da Equipe de Bateria da Torcida Organizada Cearamor, 28 anos, moreno, solteiro, morador do bairro Parque Água Fria/Fortaleza, Zelador e possui o Segundo Grau.

Isto posto, destacamos que o trabalho estará dividido em três capítulos:

O capítulo “E quando ela rola, o mundo para, só na torcida, sem respirar: a formação e as transformações do futebol e do ato de torcer” estará dividido em quatro tópicos. O primeiro apresentará a experiência brasileira com eventos esportivos no século XX, sobretudo do IV Campeonato Sul-Americano de Seleções Nacionais de Futebol de 1919 e da Copa do Mundo de 1950. O segundo retomará a discussão sobre Copa do Mundo, desta vez

apresentando informações sobre seu surgimento e as alterações no seu formato ao longo das edições e debaterá sobre a estrutura da FIFA e como a atuação de seus presidentes contribuiu para a mercantilização do futebol. O terceiro abordará em que momento histórico a estratégia de promoção das cidades por meio dos eventos esportivos passou a ser utilizada e de que forma as cidades brasileiras têm se apropriado dessa estratégia. E o quarto debaterá sobre o processo de escolha do Brasil como país-sede da Copa do Mundo de 2014, o período de preparação do país e das cidades-sede para o mundial e o processo de discussão e aprovação da Lei Geral da Copa.

O capítulo “Não quero cadeira numerada, vou ficar na arquibancada pra sentir mais emoção: os efeitos da realização de megaeventos esportivos no Brasil para as práticas torcedoras” estará dividido em três tópicos. O primeiro debaterá sobre os três ciclos de construção de estádios no país e apresentará as diferenças entre os *estádios das massas* e as Arenas. O segundo discutirá sobre as recomendações e requisitos técnicos para os estádios sugeridos pela FIFA, entidade organizadora do megaevento Copa do Mundo; falará sobre a condição dos estádios brasileiros no período pré-Copa; apresentará os estádios escolhidos como palco do Mundial de Futebol e quais as adaptações feitas em cada um deles; e comentará sobre a dificuldade de sustentação financeira de duas Arenas localizadas no Nordeste. O terceiro apresentará informações sobre a reforma, gestão e ocupação do Estádio Castelão.

O capítulo “No estádio levo minha bandeira preta, na garganta o grito pra te incentivar: a experiência dos torcedores do Ceará Sporting Club nos período pós-Copa 2014” se dividirá em cinco tópicos. O primeiro debaterá sobre as orientações do *Código de Conduta no Estádio*, documento elaborado pela FIFA com indicações para os torcedores que adquiriram ingressos para acompanhar o Mundial, e as refrações desse documento para os torneios nacionais e para os torcedores locais. Além disso, comentará sobre a regulamentação da venda de bebidas alcoólicas nos estádios brasileiros; e, a campanha, o processo de votação e a implementação do Projeto de Lei nº85/19, do Deputado Estadual Evandro Leitão, que disciplina a venda e o consumo de bebidas alcoólicas em estádios e arenas desportivas no estado do Ceará. O segundo discutirá sobre como a festa realizada pelos torcedores pode extrapolar a arquibancada e ser realizada em outros espaços, como a rua. O terceiro tratará da experiência da Equipe Vai Rolar a Festa e da Equipe de Bateria da Torcida Organizada Cearamor e discorreremos sobre o processo de preparação e execução das festas na arquibancada em dias de jogos do Ceará Sporting Club. O quarto tópico discutirá como a Festa tornou-se elemento de disputa entre as torcidas e como as torcidas do Ceará e do

Fortaleza competem pelo melhor desempenho em campo e na arquibancada em dias de Clássico-Rei. Por fim, o quinto tópico tratará dos efeitos sociais dos Megaeventos Esportivos e das transformações nas práticas torcedoras.

Por fim, gostaríamos de destacar que, na medida em que o trabalho foi ganhando forma, percebemos que algumas categorias emergiam do campo. Muitas delas eram familiares para nós, mas poderiam não ser familiares para os leitores. Por isso, construímos um glossário com as principais expressões utilizadas no meio futebolístico, seja pelos torcedores, pelos jogadores ou pela mídia esportiva. Estas expressões estarão sinalizadas no texto com a fonte em itálico, o glossário estará disponível no fragmento que reúne os elementos pós-textuais.

2 “E QUANDO ELA ROLA, O MUNDO PARA, SÓ NA TORCIDA, SEM RESPIRAR”¹⁶: A FORMAÇÃO E AS TRANSFORMAÇÕES DO FUTEBOL E DO ATO DE TORCER”

“Sem dúvida, organizar megaeventos esportivos tornou-se, neste início de século, uma meta explícita de política pública no Brasil. (MASCARENHAS *et al.*, 2011, p.18)”

Somente neste século o Brasil foi palco de sete megaeventos esportivos: Jogos Pan-Americanos Rio 2007, Jogos Parapan-Americanos 2007, Copas das Confederações FIFA 2013, Copa do Mundo FIFA 2014, Jogos Olímpicos Rio 2016, Jogos Paraolímpicos Rio 2016 e Copa América 2019. Em todos eles, as entidades organizadoras estabeleceram critérios para a participação do país, listaram suas exigências e designaram os prazos a serem cumpridos. Os critérios estabelecidos não se restringiam apenas às praças esportivas, isto é, as obras de adaptação e melhoramento para receber um megaevento esportivo foram direcionadas para diversas áreas das cidades-sede. Assim, as cidades passaram a visualizar nos megaeventos esportivos a possibilidade de atrair investimentos públicos e privados e realizar uma série de intervenções urbanas que em alguma medida contribuem para a formulação de uma imagem de cidade renovada.

Desse modo, neste capítulo discutiremos o que são os megaeventos esportivos e de que modo eles têm contribuído para a promoção das cidades no mercado mundial e para produzir alterações nas práticas torcedoras. Para isso, dividimos o capítulo em três tópicos: O primeiro apresentará a experiência brasileira com eventos esportivos no século XX, sobretudo do IV Campeonato Sul-Americano de Seleções Nacionais de Futebol de 1919 e da Copa do Mundo de 1950. O segundo retomará a discussão sobre Copa do Mundo, desta vez apresentando informações sobre seu surgimento e as alterações no seu formato ao longo das edições. Além disso, trará informações sobre a estrutura da Federação Internacional de Futebol Associado, FIFA, e sobre a atuação de um dos presidentes, João Havelange, que permaneceu por mais tempo à frente da entidade e que contribuiu sobremaneira para a mercantilização do futebol. Por fim, o terceiro tópico abordará em que momento histórico a estratégia de promoção das cidades por meio dos eventos esportivos passaram a ser

¹⁶ Trecho da música “Comemorar” que tem como intérpretes K’naan e Samuel Rosa. **Youtube**, 28 jun. 2010. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ejclwPyw0Rw>. Acesso: 22 maio. 2019.

utilizadas, quais os impactos e os legados fomentados pelos megaeventos esportivos e de que forma as cidades brasileiras têm se apropriado dessa estratégia.

2.1 A experiência brasileira com eventos esportivos no século XX

Chancelado pelas elites pretensamente modernas e “cosmopolitas”, o futebol no Brasil adquire, então, outros conteúdos simbólicos, distintos dos vigentes na metrópole imperial; conteúdos que potencializam essa inovação, por se revestir de europeização civilizadora e justo no momento em que as elites querem investir na ruptura com o passado colonial. [...] (MASCARENHAS, 2014, p.84).

A realização de eventos esportivos no Brasil não é uma exclusividade deste século. Na verdade, desde o início do século XX, poucos anos depois da chegada do futebol no Brasil, esses eventos já mobilizavam uma cidade brasileira, tornando-a alvo de intervenções urbanísticas, e eram utilizados como pretexto para modificações na imagem da cidade e nos hábitos de seus residentes. Contudo, antes de mencionar os detalhes dos primeiros eventos esportivos no Brasil, comentaremos brevemente sobre a própria inserção do futebol no país, visto que consideramos que as condições em que o esporte era praticado nos seus primeiros anos, assim como o interesse de alguns indivíduos em praticá-lo e o perfil de alguns desses primeiros atores sociais do futebol no Brasil, podem nos ajudar a compreender como o eventos esportivos despertaram o interesse dos gestores brasileiros.

De acordo com Mascarenhas (2011b), as práticas esportivas chegaram ao Brasil como uma possibilidade de reconstruir a imagem do país – sobretudo depois da abolição da escravatura em 1888 – tendo como base as noções de modernidade e civilidade. Para isso, optaram por aderir às práticas esportivas, em especial o futebol, que já eram amplamente desenvolvidas na Europa. Entretanto, “para se engajar no modismo europeu das práticas esportivas, a sociedade brasileira escravocrata precisou superar o forte preconceito em relação às atividades que exigiam o esforço muscular. [...]” (p. 64). Além dos elementos anteriormente apresentados, o autor acredita que outro motivo que garantiu o sucesso deste esporte aqui no país foi a demanda por novos espaços de sociabilidade.

Assim, no final do século XIX, o futebol chega ao Brasil através de dois atores sociais coletivos: os operários das empresas inglesas instaladas no país e os filhos da elite brasileira que estudavam na Europa. Santos (2004) conta que, devido às inúmeras viagens a trabalho, os marinheiros realizaram uma série de partidas de futebol nas cidades localizadas na costa brasileira. Já os jovens ricos costumavam voltar de sua temporada nos países europeus portando não só o diploma universitário, mas também um livro com a descrição de

todas as regras do esporte bretão¹⁷, uma bola de couro número 05 e o desejo de montar o próprio clube.

Santos (2004) explana que Charles Miller – natural de São Paulo, filho de um engenheiro inglês ferroviário e recém chegado da Inglaterra – acabou contraindo os créditos de grande disseminador do futebol no Brasil. Este título foi dado ao engenheiro pois, em 1894, o mesmo trouxe consigo das terras europeias duas bolas de couro e outros materiais de futebol. Considerar Miller como introdutor do futebol no país é praticamente um consenso entre diversos autores, assim como a crença em que os demais rapazes que passaram a fundar e/ou compor os clubes de futebol possuíam o mesmo perfil de Miller, ou seja, eram descendentes da elite brasileira e possuíam origem europeia.

Conforme Farias (2014a), o início da prática do futebol no estado do Ceará guarda semelhanças com o implante nacional, uma vez que o esporte, em seus primeiros anos, foi promovido pelos filhos da elite cearense recém chegados da Europa e por operários ingleses que estavam de passagem ou desenvolvendo suas atividades no estado. O autor acrescenta que o mito da fundação local foi concedido a José Silveira, estudante na Suíça, que em 1904 – dez anos depois do feito de Charles Miller – promoveu no Passeio Público¹⁸ a primeira partida de futebol envolvendo cearenses, residentes em Fortaleza.

Damasceno (2011) acrescenta que foi José Silveira que trouxe da Europa uma bola e um livrinho contendo as regras do futebol e foi o primeiro a organizar uma partida em que os jogadores fossem moradores da cidade, mas não foi o responsável por organizar a primeira partida de futebol na capital cearense. O autor destaca que o futebol já estava sendo praticado em Fortaleza desde 1902, quando “[...] os funcionários das diversas companhias inglesas sediadas em Fortaleza, após o expediente aproveitaram para o que hoje chamamos de “pelada” [...] (p.31)”.

¹⁷ Expressão comumente utilizada pelo jornalismo esportivo para se referir ao futebol, sobretudo no início do século XX, em alusão ao seu local de origem. “Significado de Bretão: adj. e s.m. Da Bretanha, natural dessa região: dialeto falado na Bretanha. Da Inglaterra ou Grã-Bretanha”. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/bretao/> Acesso: 22 maio. 2019.

¹⁸ De acordo com Lopes e Barreira (2015), o Passeio Público é uma das praças mais antigas da cidade. Ela “[...] foi construída em um areal próximo ao Forte de Nossa Senhora da Assunção conhecido como Largo da Fortaleza ou Campo da Pólvora, local onde foram executados os mártires de um movimento revolucionário designado Confederação do Equador [...] (LOPES; BARREIRA, 2015, p.94)”. Segundo Farias (2014a), a praça era dividida em três planos ou avenidas, “[...] uma para o gozo das elites, a segunda para as classes médias e a terceira para os populares [...] (p.22)”. As partidas de futebol eram realizadas no segundo plano. Além disso, o autor destaca que este espaço corresponde a uma praça que “[...] à época constituía-se o grande centro de lazer dos fortalezenses. [...] (p.22)”. A praça ainda se encontra em funcionamento, ela está circundada pelas ruas Floriano Peixoto, João Moreira e Barão do Rio Branco, no centro da cidade de Fortaleza.

Farias (2014a) afirma que inicialmente as partidas de futebol possuíam caráter de evento social, inclusive, o público costumava aparecer para assistir aos jogos em trajes elegantes. O número de observadores das partidas era extremamente limitado, uma vez que o desejo das elites era manter o futebol como esporte de pessoas ricas e brancas. Inicialmente, os pobres e negros eram proibidos até mesmo de assistir partidas, o que aos poucos foi mudando, tanto por pressão desses grupos, quanto pelo desejo que alguns clubes possuíam em arregimentar novos torcedores. Mario Filho (2010) acredita que o marco dessas alterações se deu na década de 1930, pois foi o período em que o futebol deu os primeiros passos rumo ao profissionalismo¹⁹.

Segundo Mascarenhas (2011b), quando a prática do futebol começou a ganhar destaque no Brasil, este esporte já estava consolidado na Inglaterra e, de certa forma, já ocupava uma situação de desprestígio, posto que havia alcançado as classes sociais mais populares daquele país. Ou seja, este esporte já havia passado por um processo de proletarização²⁰ na Europa, tamanha era sua repercussão. No entanto, a elite brasileira ainda buscava atribuir ao futebol uma imagem refinada e elitista, com o propósito de “aperfeiçoar” a raça e de alguma forma vivenciar as mesmas práticas desenvolvidas no Velho Mundo.

O autor acrescenta que Pereira Passos – Prefeito da cidade do Rio de Janeiro entre os anos 1902 e 1906, nomeado pelo Presidente Rodrigues Alves – foi um dos principais idealizadores desse projeto de “aperfeiçoamento da raça”, para isso propôs um projeto de reconstrução da imagem do Rio de Janeiro e de seus habitantes. Esta reconstrução consistia em uma série de medidas de embelezamento urbano, ou seja, um aburguesamento do espaço público, e em direcionar as atenções do poder público à prática esportiva, com o objetivo de associá-las à saúde e à formação individual do caráter.

Destacamos que estamos falando de um período em que os contornos da cidade do Rio de Janeiro estavam sendo redesenhados, uma vez que a então capital da República passava por mudanças em sua estrutura econômica, social e demográfica. Essas modificações ocorreram especialmente depois da abolição da escravatura em 1888, pois os libertos começaram a buscar na cidade emprego e moradia, o que contribuiu para um crescimento populacional acelerado. Dessa forma, o projeto de reorganização do espaço urbano carioca,

¹⁹ Para mais sobre a “Profissionalização do futebol”, ver Mário Filho (2010).

²⁰ A Proletarização do futebol ocorre quando esse esporte “[...] transpõe os limites da exclusividade e da vaidade física burguesa, [...]” (PIMENTA, 1997, p. 38) e atinge a grande massa de trabalhadores. Movimento que foi impulsionado e patrocinado por diversas indústrias.

que pretendia modificar a imagem do Rio de Janeiro através de obras de embelezamento e saneamento, não se restringia às obras de reordenamento e extensão da malha de circulação viária, mas também fazia parte de um projeto de aburguesamento da cidade.

O objetivo era realizar reformas também nos hábitos sociais, através da imposição de um modo de vida pautado na civilização europeia; “[...] exclusivo das camadas aburguesadas; e um cosmopolitismo agressivo, profundamente identificado com a vida parisiense (CHALHOUB, 1986, p. 169)”. Foi dentro deste contexto de atender aos padrões burgueses de ordem urbana e propagandear os aspectos positivos de uma vida esportiva que o primeiro evento esportivo internacional foi realizado no Brasil durante o ano de 1919, o IV Campeonato Sul-Americano de Seleções Nacionais de Futebol.

De acordo com Mascarenhas (2011b), estamos falando do evento que mais tarde seria conhecido como Copa América e que hoje é considerada “[...] a mais longa competição futebolística internacional (p.60)”. Em 1919, o Campeonato Sul-Americano já possuía certo prestígio e apelo público, no entanto, ainda contava com a participação de apenas quatro seleções, Brasil, Uruguai, Argentina e Chile, isto porque nos demais países sul-americanos o futebol ainda se encontrava em “[...] estágio incipiente de organização e inserção na sociedade local (p.60)”.

Ressaltamos que estamos tratando de um período em que o esporte em nosso país ainda não contava com apoio governamental regular, logo, para que o evento ocorresse, foi necessário apoio de uma associação esportiva. A agremiação que assumiu a responsabilidade pela empreitada foi o Fluminense Football Club, que à época correspondia a agremiação com mais recursos financeiros, provenientes do “[...] suporte de setores da elite, como a poderosa família Guinle²¹ (p.61)”. De acordo com Sérgio Garcia, em matéria publicada online pela *Época*, em 19 de junho de 2015, a iniciativa de construir o estádio para acolher os jogos da Seleção partiu de Arnaldo Guinle, um dos três filhos de Eduardo Palassim Guinle e Guilhermina, que era o presidente do clube na época.

²¹ A família Guinle foi uma tradicional família da elite financeira e social carioca que iniciou seus negócios por volta de 1870, quando Eduardo Palassim Guinle, filho de um casal de franceses que se conheceram em Montevidéu e depois migraram para o sul do Brasil, fez amizade com o gaúcho Cândido Gaffrée. Inicialmente, os dois jovens se tornaram sócios de um armarinho no centro do Rio de Janeiro, mas que conseguiram expandir seus empreendimentos a outros ramos, como o da construção civil, financeiro, energia e hotelaria. De acordo com Sérgio Garcia, em matéria publicada online pela *Época*, em 19 de junho de 2015, para se ter uma dimensão da fortuna construída pelos Guinle, “[...] a herança deixada por Palassim, em 1912, atingia a casa de R\$ 10 bilhões em moeda atual [...]”. Entre as edificações de grande destaque construídas pela família estão o Palácio das Laranjeiras, o Estádio das Laranjeiras e o Copacabana Palace. FONTE: GARCIA, Sérgio. A vida glamorosa da família Guinle: Bem-sucedida no mundo dos negócios, a família que ergueu o Copacabana Palace entrou para a história como sinônimo de glamour. *Época*, Rio de Janeiro, 19 jun. 2015. Vida. Disponível em: <https://epoca.globo.com/vida/noticia/2015/06/vida-glamorosa-da-familia-guinle.html>. Acesso: 24 maio. 2019.

Em conformidade com Felipe Siqueira, em matéria publicada online pelo Globo Esporte, em 08 de maio de 2019²², o terreno em que o estádio foi construído foi adquirido em 1902, passou a receber jogos em 1904 e era conhecido como Campo da Rua Guanabara. Segundo informações obtidas na página oficial do Fluminense Football Club²³, o Estádio das Laranjeiras foi o primeiro estádio de concreto a ser construído no país, com capacidade inicial para 18 mil torcedores, e a sua construção foi idealizada especialmente para que o Brasil pudesse sediar o Campeonato Sul-Americano de Seleções. No entanto, destacam que o espaço em que o estádio foi construído já havia sido palco de outras partidas de futebol, entre elas o primeiro jogo da história da Seleção Brasileira.

Três anos depois, o Brasil é palco de mais um evento esportivo, dessa vez os Jogos Latino-Americanos, o precursor dos Jogos Pan-Americanos, evento pensando como comemoração do centenário da independência. Conforme Siqueira (2019), mais uma vez o Fluminense Football Club foi acionado e suas instalações solicitadas. Destacamos que em 1922 a sede do clube já havia sido ampliada e contava com instalações adequadas para receber outras modalidades esportivas. Apesar disso, o Estádio das Laranjeiras precisou passar por uma reforma para ampliação da capacidade das arquibancadas para 25 mil torcedores.

Mascarenhas (2011b) destaca que os Jogos Latino-Americanos contaram com outras instalações espalhadas pela cidade, como a enseada de Botafogo, o Derby Club e algumas instalações das Forças Armadas, e uma nova fonte de financiamento, dessa vez a governamental. No entanto, afirma que o apoio governamental não foi vultuoso, o que fez com que o apoio da iniciativa privada e de natureza filantrópica fosse mais significativo. Além do mais, esse investimento governamental “[...] foi obtido tardiamente, ao custo de muita negociação, o que colocou em risco a própria realização do evento [...] (p. 75)”. Dito isto, é possível afirmar que

[...] Se observamos a atuação do poder público junto ao campo esportivo durante toda a República Velha, além de irrelevantes atos reguladores, o que encontraremos como provavelmente a única intervenção significativa de natureza material será a construção do Pavilhão de Regatas, na praia de Botafogo, em 1904. Ainda assim,

²² Fonte: SIQUEIRA, Felipe. 100 anos do Estádio de Laranjeiras: Sede do Fluminense, primeira casa da Seleção e berço do futebol brasileiro. Inaugurado em 11 de maio de 1919, Laranjeiras completa seu centenário neste sábado. E o GloboEsporte.com relembra esta história através das fases do estádio. **Globo Esporte**, Rio de Janeiro, 08 maio. 2019. Fluminense. Disponível em: <http://interativos.globoesporte.globo.com/futebol/times/fluminense/especial/100-anos-do-estadio-de-laranjeiras/>. Acesso: 24 maio. 2019.

²³ Fonte: Fluminense Football Club. **Estádio das Laranjeiras**. Disponível em: <http://www.fluminense.com.br/sobre/estadio-das-laranjeiras>. Acesso: 23 maio. 2019.

tal intervenção, que se insere no bojo da Reforma Passos e suas medidas de embelezamento urbano e apropriação social da orla, estava mais preocupada com o “aburguesamento” do espaço público do que com o desenvolvimento esportivo em si. [...] (MASCARENHAS, 2011b, p. 76).

Seguindo a trajetória dos eventos esportivos no Brasil, em 1950 o País sediou pela primeira vez uma Copa do Mundo da FIFA. A escolha do Brasil para a recepção da Copa foi um dos efeitos que a Segunda Guerra Mundial causou nos campeonatos mundiais de futebol, pois no período pós-guerra

[...] a maior parte do continente europeu estava em ruínas. Como resultado, a FIFA teve algumas dificuldades em encontrar algum país interessado em sediar o evento, uma vez que muitos governos acreditavam que o cenário mundial não favorecia uma celebração esportiva, e também era mais importante que os recursos que seriam investidos na Copa do Mundo não fossem mobilizados em prejuízo de outras aplicações mais urgentes. (SANTOS; GÓIS, 2014, p. 55)

Diante deste cenário, em 1946, durante o Congresso da FIFA²⁴, o Brasil se candidatou mais uma vez à país-sede, exigindo apenas que, ao invés de em 1949, o evento fosse realizado em 1950. A proposta foi rapidamente aceita. Assim, o Brasil foi escolhido para sediar a quarta edição do Mundial FIFA, tendo como subse-des as cidades do Rio de Janeiro, São Paulo, Porto Alegre, Belo Horizonte, Recife e Curitiba. O País já contava com alguns estádios construídos, alguns durante o governo ditatorial de Getúlio Vargas (1930 – 1945)²⁵, os quais serviram de símbolos para a legitimação do governo getulista, como exemplo a construção do estádio do Pacaembu em São Paulo, inaugurado em 1940, mas, ainda assim, novos estádios foram construídos.

De acordo com Lucas Figueiredo, em matéria publicada na página online Arquibancadas do Brasil, em 11 de agosto de 2015²⁶, apenas as cidades de São Paulo, Porto Alegre e Recife contavam com estádios, respectivamente: Pacaembu, inaugurado em 1940, conforme havíamos mencionado; Estádio dos Eucaliptos, construído em 1931; Ilha do Retiro,

²⁴ “[...] A FIFA conta com aproximadamente 310 funcionários de 35 países e se constitui em Congresso (órgão legislativo), Comitê Executivo (órgão executivo), Secretaria Geral (órgão administrativo) e pelos comitês, os quais auxiliam o Comitê Executivo. O Congresso, sendo o órgão mais importante da organização, se reúne anualmente, detendo o poder de eleger o Presidente e de alterar e aprovar os Estatutos [...]. (RODRIGUES, 2015, p.70)”.

²⁵ Para mais informações sobre como o governo de Getúlio Vargas (1930-1945) contribuiu para a expansão do futebol no país e atuou na construção de estádios em diversas cidades brasileiras, inclusive Fortaleza, ver Silva (2018).

²⁶ FIGUEIREDO, Lucas. Estádios da primeira copa do mundo no Brasil (1950). **Arquibancadas do Brasil: Listas sobre o futebol nacional**, 11 ago. 2015. Disponível em: <https://arquibancadasdobrasil.wordpress.com/2015/08/11/estadios-da-primeira-copa-do-mundo-no-brasil/> Acesso: 27 maio. 2019.

inaugurado em 1937. Destacamos que estes três estádios passaram por reformas, sobretudo para melhorar as condições das arquibancadas, isto é, transformar o espaço antes de madeira em concreto; ou aumentar a capacidade para receber mais torcedores.

As demais cidades construíram seus estádios nos anos que antecederam o Mundial, como o Estádio Independência, em Belo Horizonte; Vila Capanema ou Estádio Durival de Brito, em Curitiba²⁷; e, Maracanã, no Rio de Janeiro. Santos e Góis (2014, p. 55) afirmam que o Maracanã foi construído em tempo recorde e com capacidade para 200 mil pessoas²⁸, tornando-se o maior estádio do mundo²⁹. Destacamos que o Estádio Maracanã foi idealizado e construído “[...] menos por exigência da FIFA e mais pelo desejo de exibição internacional dos brasileiros, uma campanha orquestrada na mídia do Rio de Janeiro e movida a controvérsias, mas que resultaria na edificação do maior estádio do mundo (DAMO, 2012, p. 57)”.

Conforme **Ciro Barros**, em matéria publicada na página online da **Apublica**, no dia 16 de outubro de 2012³⁰, que dialogou com os quatro jornalistas que escreveram o livro “1950: O preço de uma copa”, livro que surgiu de um Trabalho de Conclusão de Curso da Universidade Metodista, nos conta que a Copa do Mundo de 1950 apresentou configurações

²⁷ Barros (2012), chama nossa atenção para o fato de que o estádio na cidade de Curitiba não foi idealizado especificamente para receber jogos da Copa do Mundo. Na verdade, ele ficou pronto em 1947, pouco tempo depois da escolha, mas, como era praticamente novo, foi acrescentado à lista de estádios oficiais da Copa do Mundo. FONTE: BARROS, **Ciro**. As lições de 1950 para 2014: O que a Copa de 1950 tem a nos ensinar? Autores do livro “1950: o preço de uma Copa” respondem. **Apublica**, 16 out. 2012. Disponível em: <https://apublica.org/2012/10/licoes-copa-1950-copa-do-mundo-2014-megaeventos/>. Acesso: 27 maio. 2019.

²⁸ Em conformidade com Santos e Góis (2014), a final da Copa de 1950, realizada no dia 16 de julho de 1950 entre Brasil e Uruguai, contou com a participação de 173.850 torcedores pagantes e um total de 199.854 presentes. Número extremamente elevado se levarmos em consideração a capacidade média dos estádios brasileiros hoje, inclusive a capacidade do próprio Maracanã que atualmente só pode receber cerca de 80 mil torcedores. Por isso, com o intuito de ilustrar as condições do estádio que recebeu uma multidão de torcedores na partida mencionada, os autores acrescentaram a narrativa de uma lenda que conta que “[...] devido à quantidade de espectadores presentes no Maracanã na final, as pessoas tinham que ficar em pé e de lado para que coubesse todas no estádio (p.68)”.

²⁹ Ressaltamos que cinco dos seis estádios construídos para a Copa do Mundo de 1950 ainda estão em funcionamento e recebem jogos de duas séries de um dos campeonatos mais importantes do Brasil, o Campeonato Brasileiro Séries A e B. Apenas o Estádio dos Eucaliptos, “[...] que pertencia ao Internacional de Porto Alegre, foi demolido em fevereiro de 2012 para dar lugar a um empreendimento imobiliário”. FONTE: ESTÁDIOS da Copa de 1950 seguem ativos e são utilizados nas Séries A e B do Brasileirão. **R7**, São Paulo, 06 ago. 2013. Esportes. Disponível em: <http://www.virgula.com.br/esporte/estadios-da-copa-de-1950-seguem-ativos-e-sao-utilizados-nas-serie-e-b-do-brasileirao/>. Acesso: 27 maio. 2019.

³⁰ FONTE: BARROS, **Ciro**. As lições de 1950 para 2014: O que a Copa de 1950 tem a nos ensinar? Autores do livro “1950: o preço de uma Copa” respondem. **Apublica**, 16 out. 2012. Disponível em: <https://apublica.org/2012/10/licoes-copa-1950-copa-do-mundo-2014-megaeventos/>. Acesso: 27 maio. 2019.

bem diferentes do Megaevento Esportivo Copa do Mundo que conhecemos hoje e que acompanhamos nos últimos anos.

Beatriz Ferrugia, Diego Salgado, Gustavo Zucchi e Murilo Ximenes, os quatro jornalistas supracitados e responsáveis pela obra mencionada, apontam as seguintes diferenças: o Brasil ainda não havia solidificado sua imagem como país do futebol; não havia intensas discussões sobre obras de mobilidade urbana, capacidade hoteleira ou sobre a condição dos aeroportos; as exigências impostas pela FIFA eram bem menores, por vezes, se resumiam a melhorias nos estádios, como tamanho para o campo de futebol, área para jornalistas e um vestiário adequado; e as etapas de planejamento eram menores. Destacamos que a memorização desses pontos nos auxiliará na compreensão dos impactos da realização de um megaevento esportivo em nosso século, por isso, tornaremos a mencioná-los quando formos tratar da Copa do Mundo 2014.

No que diz respeito ao planejamento e ao cronograma de obras nas cidades-sede, os autores comentam que a “[...] preparação por parte do governo brasileiro foi feita praticamente em 1950, a partir do mês de janeiro, com exceção das obras do Maracanã que começaram em 1948. Santos e Góis (2014) parecem concordar com os jornalistas supracitados quando dizem que não foi fácil organizar o Mundial de 50 e que a obra do Maracanã se deu de forma vagarosa e rodeada de desordem.

Sobre a definição das cidades-sede, Beatriz Ferrugia, uma das jornalistas autoras da obra, comenta que “[...] algumas cidades já estavam definidas como sede um ano antes. Outras foram decididas dois meses antes. E outras ainda foram decididas por questões puramente políticas [...]”. Diego Salgado, também autor da obra mencionada, ressalta o fato de ser difícil distinguir as fontes de financiamento para as obras da Copa de 1950, isto porque alguns dos estádios foram inteiramente construídos ou reformados com dinheiro público, como é o caso do Maracanã e do Pacaembu, mas outros foram edificadas e remodeladas através de doações, como o Estádio Durival de Brito e o Estádio Ilha do Retiro.

Para os autores, o Mundial de 1950 foi realizado em um momento histórico em que o futebol estava fortalecendo sua popularidade no Brasil, desta forma, o evento não suscitou “[...] a ânsia do torcedor de ir ao estádio. A não ser no Maracanã. Somente nos jogos do Brasil os estádios lotavam [...]”. Infelizmente, não obtivemos informações acerca do público presente em todos os jogos do Mundial, somente nos jogos disputados pela Seleção Brasileira, Santos e Góis (2014, p.61) é que nos apresentaram estes números.

De acordo com os autores, a Seleção Brasileira atraiu para as arquibancadas 180 mil no jogo contra o México, 72 mil contra Suíça, 162 mil contra a Iugoslávia, 150 mil contra

a Suécia, 150 mil contra a Espanha e 200 mil contra o Uruguai. Destacamos que, exceto no jogo contra a Suíça, o número de presentes em cada partida foi superior à 150 mil torcedores. Acreditamos que o número de torcedores que assistiram a este jogo específico foi menor por ele ter sido o único que não foi realizado no Maracanã³¹ (RJ) e sim no Pacaembu (SP), estádio com uma capacidade para receber um número menor de torcedores.

Além disso, consideramos delicado tecer comentários sobre a baixa adesão de torcedores de outros estados que não o Rio de Janeiro à Copa do Mundo, já que eles não tiveram a oportunidade de sediar jogos da Seleção Brasileira. Ainda que consideremos que os jogos das demais seleções poderiam ter despertado o interesse dos torcedores brasileiros, devemos recordar que estamos falando de um período em que a cobertura midiática em torno do evento era diferente e que não havia um total conhecimento da vida e da atuação no futebol de outros jogadores como acontece hoje.

Ademais, para tratarmos da escassa participação nos jogos das demais seleções e nas partidas realizadas fora do Rio de Janeiro, seria necessário conhecermos os números do público presente em cada um dos 22 jogos realizados em 1950 e compará-los à capacidade de cada estádio. Entretanto, como mencionamos acima, só temos informações acerca dos torcedores presentes em jogos da Seleção Brasileira e da capacidade dos estádios. Apesar disso, consideramos o número total de presentes no Mundial de 1950 significativo, sobretudo se considerarmos as médias de públicos atuais em uma Copa do Mundo.

De acordo com Santos e Góis (2014), o público total presente no Mundial foi de 1.337.000 em 22 jogos, isto é, uma média de público por partida de 60.773 torcedores. Já Rodolfo Rodrigues, em matéria publicada na página online do R7, no dia 16 de julho de 2018³², nos revela os números das cinco últimas edições: em 2002, na Coreia e no Japão, foram 42.269; em 2006, na Alemanha, 52.491; em 2010, na África do Sul, 49.670; em 2014, no Brasil, 53.592; e em 2018, na Rússia, 47.371. Entretanto, há alguns fatores que devemos considerar ao comparar as médias de públicos de campeonatos que foram realizados com

³¹ As informações sobre quais partidas foram realizadas em cada um dos seis estádios escolhidos para a Copa de 1950 foram obtidas no trecho “Confira também onde e quando foram realizados todos os jogos da Copa de 1950:” de uma matéria publicada pela página do R7. FONTE: ESTÁDIOS da Copa de 1950 seguem ativos e são utilizados nas Séries A e B do Brasileirão. **R7**, São Paulo, 06 ago. 2013. Vírgula. Disponível em: <http://www.virgula.com.br/esporte/estadios-da-copa-de-1950-seguem-ativos-e-sao-utilizados-nas-serie-e-b-do-brasileirao/>. Acesso: 28 maio. 2019.

³² FONTE: RODRIGUES, Rodolfo. Média de público da Copa 2018 é menor que a do Brasil em 2014: Copa da Rússia superou os 3 milhões de espectadores em 64 jogos, com média de 47.371 torcedores, abaixo da registrada no Brasil em 2014. **R7**, São Paulo, 16 jul. 2018. Futebol em Números. Disponível em: <https://esportes.r7.com/prisma/copa-2018/futebol-em-numeros/media-de-publico-da-copa-2018-e-menor-que-a-do-brasil-em-2014-16072018>. Acesso: 28 maio. 2019.

mais de 50 anos de diferença. O primeiro deles é o número de jogos ao longo do campeonato. Talvez este seja o fator que mais ressalta a proporção dos presentes nos estádios brasileiros em 1950, pois, nesse Mundial houve apenas 22 jogos, enquanto nas edições de 2002 a 2018 o campeonato transcorreu ao longo de 64 jogos.

Há ainda outros dois fatores que nos ajudam a entender porque as médias de públicos nos mundiais de futebol sofreram uma queda. O primeiro deles é a redução da capacidade média dos estádios. Tomemos como exemplo o Maracanã, único estádio brasileiro que sediou jogos do Mundial de 1950 e de 2014. De acordo com Santos e Góis (2014), na primeira Copa do Mundo, a capacidade do Maracanã era para 200 mil torcedores, enquanto em 2014 a capacidade caiu para quase 80 mil torcedores. Já o segundo fator é a intensificação da cobertura midiática durante os jogos, permitindo aos torcedores de futebol do mundo inteiro acompanhar o campeonato sem necessariamente se deslocar para outro país.

Em conformidade com os dados apresentados na página online UOL Copa, especificamente no trecho que versa sobre História da Copa do Mundo e Números da Copa de 1950 – Brasil³³, as despesas totais do evento foram avaliadas em 16 milhões de cruzeiros, o equivalente a 11,7 milhões de reais, e a arrecadação foi calculada em 36,2 milhões de cruzeiros, o equivalente a 26,4 milhões de reais. Desta forma, há o indicativo de lucro de cerca de 20 milhões de cruzeiros. Entretanto, não há informações sobre a destinação desses lucros, isto é, se foram fornecidos às prefeituras das cidades que receberam o evento ou se foram dados aos doadores que surgiram ao longo da construção de alguns dos estádios. Também há a informação de que uma das prefeituras terminou o evento com um prejuízo de 800 mil cruzeiros, o equivalente a 580 mil reais, contudo, não há informações sobre os fatores que motivaram este prejuízo ou se essa dívida foi liquidada nos anos subsequentes.

De acordo com Diego Salgado, em entrevista concedida à *Ciro Barros*, publicada na página online da *Apublica*, no dia 16 de outubro de 2012, a Copa do Mundo de 1950 não era utilizada como vitrine para o mundo tanto quanto é hoje. Para Salgado, as motivações eram mais internas, para atender interesses políticos locais. Além do mais, pontua que o grande legado da Copa de 1950 foi mesmo o Maracanã, o que não considera uma grande feito, já que o Maracanã iria ser construído de qualquer forma, visto que a dinâmica do futebol no Rio de Janeiro já exigia um estádio com uma capacidade maior. Damo (2012) parece

³³ FONTE: HISTÓRIA da Copa: Copa 1950 – Brasil. **UOL Copa**, São Paulo. Disponível em: <https://copadomundo.uol.com.br/historia-da-copa/1950-brasil/numeros/>. Acesso: 28 maio. 2019.

concordar que a Copa de 1950 não deixou marcas suficientes no imaginário nacional ou pelo menos a lembrança mais marcante de que já sediamos eventos esportivos de grande porte. Para ele, “[...] a Copa de 1950 é lembrada menos pelo fato de ter sido realizada no Brasil e mais pelo trauma da derrota da nossa seleção para o Uruguai na final [...] (p. 43)”.

Em conformidade com DaCosta e Miragaya (2008), antes da “Era dos Megaeventos” vivida pelo Brasil entre 2007 e 2019, o país sediou ainda outros dois eventos esportivos. O primeiro deles ocorreu na década de 1960, os Jogos Pan-Americanos, realizado na cidade de São Paulo. Mascarenhas (2011c), nos lembra que a quarta edição dos jogos Pan-Americanos, realizada entre os dias 20 de abril a 5 de maio de 1963, ocorreu no auge da Guerra Fria e do projeto de desenvolvimentismo impulsionado pelo presidente Juscelino Kubitschek.

O autor destaca que, em 1963, a cidade de São Paulo já dispunha de instalações adequadas para a realização de atividades esportivas, por isso, não foi necessário construir nenhum equipamento novo, o que contribuiu para que os custos com essa competição fossem “[...] infinitamente inferiores aos parâmetros registrados recentemente (p.89)”. Segundo Cunha *et al.* (2015), outra característica desses Jogos Pan-Americanos foi que quase

Toda a responsabilidade do evento ficou sob o encargo do Comitê Olímpico Brasileiro (COB), enquanto o poder público teve participação mínima na realização do torneio. Para reduzir os prejuízos do COB, buscou-se o envolvimento e a participação da população, com uma intensa cobertura da mídia. Portanto, percebe-se que a colaboração do Estado nas atividades esportivas, durante esse período histórico, era apenas eventual. (CUNHA *et al.*, 2015, p. 04)

Já o segundo evento citado por DaCosta e Miragaya (2008) possui uma dinâmica diferente dos abordados acima, pois não foi realizado em um ano específico. Na verdade, ele começou a ser promovido no início da década de 1970 e está vigente até os dias atuais, o Campeonato Mundial de Fórmula 1. De acordo com Varotti (2016), o Grande Prêmio do Brasil de Fórmula 1 foi realizado pela primeira vez no ano de 1972, na cidade de São Paulo, no entanto, esta edição possuía apenas caráter experimental. Somente a partir de 1973 o GP do Brasil passou a integrar o calendário anual do Campeonato Mundial de Fórmula 1.

Varotti (2016) também menciona que durante nove anos o GP foi realizado na cidade do Rio de Janeiro, no autódromo de Jacarepaguá. No entanto, a Prefeitura do Rio de Janeiro demonstrou não possuir mais interesse em sediar o evento por falta de condições financeiras. Desta forma, em 1990, São Paulo volta a sediar o evento. A ação foi promovida e incentivada pela então prefeita Luiza Erundina. A prefeita acreditava que o GP do Brasil “[...] poderia gerar um desenvolvimento econômico para a cidade. E todos os seus sucessores

incentivaram a execução do evento, alegando que o mesmo trazia uma série de impactos e legados para o município de São Paulo (p.20)”.

[...] Em 2007, este megaevento era o maior da cidade de São Paulo, ocupando 100% da rede hoteleira local na semana de realização, quando chegam na cidade 120 mil turistas. O legado da mídia da Fórmula 1 na edição brasileira tem tido destaque pela penetração internacional em TV até agora sem competidores na área esportiva (DACOSTA; MIRAGAYA, 2008, p. 35).

De acordo com os dados coletados e divulgados pelo Observatório do Turismo de São Paulo (SPTuris) e apresentados a nós por Varotti (2016), o Grande Prêmio do Brasil possui um público fiel, visto que todos os anos estes indivíduos comparecem à cidade para prestigiar o evento; a maioria desses turistas são nacionais, sobretudo de outras cidades do estado de São Paulo; no entanto, também foi registrada a presença de turistas estrangeiros, especialmente da América do Sul, possivelmente a presença destes turistas se dê pelo fato de que o Brasil é o único país do continente a sediar um GP de F1; e que os participantes do evento possuem alto poder aquisitivo, pois, em 2015, os ingressos vendidos variavam entre R\$ 525,00 e R\$12.800,00.

Desta forma, é possível perceber que a realização de megaeventos esportivos com o objetivo de promover grandes alterações na dinâmica das cidades brasileiras e proporcionar alterações na forma como habitantes e turistas se apropriam e/ou consomem os espaços da cidade não é uma novidade deste século. Contudo, é preciso considerar que os últimos megaeventos esportivos sediados em nosso país possuem contornos diferentes daqueles que foram realizado no século passado, ainda que os campeonatos e as agências organizadoras sejam as mesmas. Assim, a seguir, discutiremos as transformações sofridas pela FIFA, entidade organizadora dos mundiais de futebol, e as consequências dessas transformações para o futebol mundial.

2.2 O futebol na era Havelange: produto a ser vendido e consumido mundialmente

“[...] A Copa é muito mais do que uma competição futebolística, com 64 jogos e duração aproximada de 40 dias. Para a FIFA e suas parcerias comerciais, a Copa é projetada para render dividendos, [...] (DAMO, 2012, p. 44)”.

De acordo com Farias (2014b), a ideia de um torneio que reunisse seleções de diversos países surgiu em 1905, durante o segundo Congresso da FIFA. A proposta era que

a primeira edição fosse realizada já no ano seguinte, na Suíça, país em que a sede da FIFA está instalada, no entanto, a empreitada não deu certo. A proposta só foi retomada em 1928, em uma outra edição do Congresso da FIFA. Neste evento, que ocorreu concomitante aos Jogos Olímpicos de 1928 em Amsterdã, ficou decidido que o torneio aconteceria de quatro em quatro anos e que se chamaria Campeonato Mundial de Futebol, depois chamado apenas de Copa do Mundo.

Para o autor, quando Jules Rimet, então presidente da FIFA, e Henry Delaunay, conselheiro da entidade, apresentaram a proposta de campeonato, não tinham ideia das dificuldades que enfrentariam para realizá-lo. Isto porque, em 1929, a economia mundial enfrentou adversidades, por conta da quebra da bolsa de valores de Nova Iorque, o que contribuiu para que os países não demonstrassem interesse em despender dinheiro para organizar o evento.

De acordo com Farias (2014b), a entidade buscou despertar o interesse de alguns países da Europa, mas foi o Uruguai que apresentou uma proposta oficial para sediar a Copa. Ele ressalta que o Uruguai, na época, possuía certo prestígio internacional, tanto no campo econômico, quanto no campo esportivo, pois sofreu menos com a crise econômica mundial e, portanto, estava mais estável; e havia sido bicampeão olímpico de futebol nos anos de 1924 e 1928 (FREITAS; BARRETO, 2012, p.215). Destacamos que o projeto do país platino foi recebido com críticas por alguns assessores de Rimet. Estes indivíduos consideravam o Uruguai “[...] um ponto desprezível no mapa da América do Sul [...] (FARIAS, 2014b, p.91)”. Apesar disso, a FIFA deu a devida atenção ao projeto e optou por promover a competição de 1930 na América do Sul, já que estava sem opções.

Entre as décadas de 1920 e 1930, a FIFA contava com 46 países filiados. Assim, “[...] enviou convite para todos, imaginando, com certo otimismo, que metade responderia ‘sim’. A maioria dos países sul-americanos aceitou, mas os da Europa, não (FARIAS, 2014b, p.93)”. As justificativas das ausências apresentadas pelas seleções europeias foram: a crise econômica mundial e a enorme distância entre os continentes. Lembremo-nos que estamos tratando de um período em que as viagens marítimas poderiam durar em média duas semanas, portanto, os custos eram imensos, tanto por conta do deslocamento em si dos jogadores e da equipe, quanto por conta do aumento no valor do pagamento destes, tendo em vista a quantidade de dias que eles deveriam ficar disponíveis para as seleções. Além disso, os clubes europeus mostraram-se descontentes com a ideia de ter que emprestar seus atletas por tanto tempo para as seleções.

Em conformidade com Santos e Góis (2014), a primeira edição da Copa do Mundo teve as seguintes características: foi a única que não teve uma fase classificatória, mas apenas convites aos países filiados à FIFA; todas as partidas ocorreram em Montevideu, capital do país; as partidas foram distribuídas em apenas três estádios; apenas treze seleções disputaram o torneio, nove da América e quatro da Europa; junto com a edição de 1950 no Brasil, foram as únicas a contar com mais seleções americanas que europeias; e não houve sorteio para a escolha dos grupos que disputaram a primeira fase do torneio, a combinação de partidas foi decidida pela própria FIFA.

Passados noventa anos desde a primeira edição do Mundial, é possível perceber alterações tanto na estrutura do evento Copa do Mundo, quanto na da sua entidade organizadora. Há um consenso entre os autores que discutem futebol acerca do marco nas alterações da FIFA. Para estes, as modificações passaram a ocorrer a partir de 1974, ano em que o brasileiro Jean-Marie Faustin Goedefroid Havelange, o João Havelange, assumiu a presidência da entidade³⁴. Conforme Farias (2014b), antes de 1974 havia certo padrão na presidência da FIFA, assim como em relação aos países que sediavam os mundiais. “[...] Os presidentes da entidade continuavam a vir basicamente da França e da Inglaterra, enquanto as Copas do Mundo alternavam-se entre Europa e América [...] (p. 363)”.

Contudo, este padrão começou a ser questionado por países africanos e asiáticos, países estes que passaram a exigir mais atenção da FIFA e o aumento do número de vagas do Mundial que eram destinadas para os dois continentes citados. Para o autor, esses questionamentos foram umas das consequências do processo de descolonização e independência conquistadas por alguns desses países. Visto que tais nações estavam sendo forjadas em um território com “fronteiras artificiais” – isto é, que não foram delimitadas a partir de um real processo de ocupação e identificação de seus habitantes com o espaço, mas como produto da ocupação das antigas metrópoles europeias, que intensificaram confrontos e divisões étnicas –,

[...] o futebol assumia um aspecto muito além do esportivo: era uma forma de estimular a unidade e identidades nacionais, sem falar que ter sua federação

³⁴ João Havelange nasceu em 08 de maio de 1916, no Rio de Janeiro. Formou-se em Direito pela Universidade Federal Fluminense e sua aproximação com os esportes ocorreu na década de 1930, como zagueiro da equipe de futebol juvenil do Fluminense F.C. Em seguida, Havelange atuou como nadador no Fluminense; membro da Seleção Brasileira de natação, disputando os Jogos Olímpicos de 1936; e um dos integrantes da seleção de polo aquático, disputando os Jogos Pan-Americanos de 1951. O vínculo com a Confederação Brasileira de Desportos iniciou em 1955, quando foi vice-presidente de Silvio Corrêa Pacheco, logo depois foi eleito presidente e permaneceu à frente da entidade por quase dezoito anos. FONTE: STRINI, Antônio; VALENTE, Rafael. Havelange 100: O cartola que mudou e manchou o futebol. **ESPN Brasil**, São Paulo, 08 maio. 2016. Disponível em: http://www.espn.com.br/noticia/596502_havelange-100-o-cartola-que-mudou-e-manchou-o-futebol. Acesso: 27 jun. 2019.

esportiva reconhecida pela FIFA constituía-se um componente para afirmação da soberania recém obtida. Não é casual que, ao longo do século, a FIFA passou a ter mais filiados que a ONU [...] (FARIAS, 2014b, p. 364).

Segundo Farias (2014b), Sir Stanley Rous, presidente da FIFA entre 1961 e 1974, “[...] não conseguiu compreender ou não se importou muito ou subestimou aquela intensa efervescência política e seus reflexos no futebol [...] (p.365)”, mas João Havelange percebeu e a usou para se eleger à presidência. Havelange, que desde 1970, ano em que o Brasil foi tricampeão no Mundial do México, tentava projetar sua candidatura, utilizou como estratégia de campanha a ideia de “representante do futebol do terceiro mundo”.

O autor nos conta que o dirigente esportivo passou a realizar viagens por diversos países em busca de apoio e votos das federações da América, África e Ásia, sempre utilizando a retórica do combate à supremacia europeia na FIFA. Em troca do apoio, oferecia “[...] dinheiro para os países construírem estádios, promoverem cursos para árbitros, médicos e técnicos, além de mais campeonatos interclubes no Terceiro Mundo (p.366)”.

A estratégia de Havelange deu certo. Assim, em 09 de junho de 1974, foi o primeiro não-europeu a assumir a presidência da FIFA. Contudo, agora precisava cumprir as promessas realizadas a uma série de dirigentes esportivos de diversos países, para isso, ele precisava tornar o futebol ainda mais atrativo e conseguir mais patrocinadores. Havelange deixou bem claro desde a posse quais eram seus objetivos para a entidade ao proclamar: “Vim vender um produto chamado futebol”. A partir desse momento, Havelange passou a exercer

Poder absoluto sobre o futebol mundial. Com o corpo grudado no trono, rodeado por uma corte de vozes tecnocratas, Havelange reina em seu palácio de Zurique. Governa mais países que as Nações Unidas, viaja mais que o Papa, e tem mais condecorações que qualquer herói de guerra. [...] Este idoso monarca mudou a geografia do futebol e transformou-o num dos mais esplêndidos negócios multinacionais. (GALEANO, 2013, p.142)

É neste contexto que nasce uma das parcerias que mais causaram impactos no futebol mundial: FIFA e Adidas. De acordo com Farias (2014b), Horst Dassler³⁵, presidente

³⁵ Horst Dassler era filho do fundador da Adidas, Adolf Dassler e, mesmo antes da “Era Havelange na FIFA”, “[...] já vinha desenvolvendo estratégias de marketing em modalidades de esportes de alto rendimento (FARIAS, 2014c, p.140)”. Adolf Dassler, o precursor da empresa, começou a fabricar calçados esportivos nos anos 1920 na área de serviço da casa de sua mãe na cidade de Herzogenaurach, na Alemanha. Inicialmente, seu irmão Rudolf era seu parceiro de negócios. “[...] Em 1924, os dois irmãos criaram uma empresa de materiais esportivos, a *Dassler Brothers Shoe Factory*. A pequena fábrica dos dois irmãos Dassler conheceu grande expansão nos anos 1930, com a chegada de Adolf Hitler ao poder da Alemanha. O regime nazista estimulou a prática dos esportes, o que era bom para as vendas de calçados esportivos dos irmãos. Adolf e Rudolf se filiaram ao Partido Nazista e conseguiram um grande contrato com o governo de Hitler [...] FARIAS, 2014b, p.223)”. No entanto, os dois romperam a sociedade em 1948 e optaram por criar empresas diferentes, após a prisão de Rudolf (acusado de ligações com o Partido Nazista) e intensas brigas entre suas esposas. Adolf, mais conhecido como Adi, criou a Adidas, o nome da empresa corresponde às três primeiras letras de seu primeiro nome e sobrenome. Seu irmão Rudolf, fez algo parecido, mas com apenas duas letras de seus nomes e criou a Ruda,

da empresa de materiais esportivos Adidas, estava atento às eleições da entidade de 1974 e disposto a apoiar os dois concorrentes. No entanto, ao perceber que Havelange possuía mais chances, passou a apoiá-lo ostensivamente. Na verdade, apoiar não é um termo que descreve por completo a atuação de Dassler, uma vez que ele “[...] distribuiu maços de dinheiro vivo entre os dirigentes que continuavam indecisos (quanto a eleição) ou resistentes ou que poderiam angariar mais votos, para incentivá-los a apoiar Havelange [...] (p.367)”.

Segundo o autor, não há indícios de que Havelange conhecia os detalhes da atuação de Dassler no período pré-eleição. Entretanto, a aproximação entre os dois ocorreu, assim como a aproximação entre a empresa de materiais esportivos e a entidade esportiva. Esta cooperação entre os dois foi um dos principais elementos que motivaram a intensificação do processo de mercantilização do futebol. O objetivo de Dassler era fazer com que os

Astros do esporte e as federações esportivas assinassem contratos para usar roupas e acessórios da Adidas. Com o marketing agressivo, esperava mais consumidores para os produtos da famosa marca das três listras mundo afora e, óbvio, gordos lucros. Para ter os contratos, buscava deixar os dirigentes em uma situação de dívida pessoal com ele. Uma das melhores maneiras para tanto era ajudá-los a chegar ao poder. (FARIAS, 2014b, 367)

Conforme João Carlos Assumpção, em matéria publicada na página online do Jornal Folha de São Paulo, em 22 de outubro de 2000³⁶, Horst Dassler foi o responsável pela aproximação de João Havelange com a Coca-Cola, empresa produtora de bebidas não alcoólicas, que, posteriormente, pactuaria contrato com a FIFA para patrocinar os Mundiais de Futebol. Destacamos que esta empresa já patrocinava os Jogos Olímpicos, no entanto, passou a visualizar no futebol uma oportunidade de expandir sua marca mundialmente. Desse modo, “[...] investiu milhões de dólares em projetos visando a expansão da modalidade

que, mais tarde, ficaria mundialmente conhecida por Puma. Apesar de buscarem expandir suas empresas separadamente, os irmãos tiveram a mesma percepção e visualizaram nos Jogos Olímpicos e nos atletas que a disputavam a possibilidade de difundir suas marcas mundialmente, isto é, “[...] aprenderam cedo o enorme impacto que as medalhas de ouro teriam em seus negócios [...] (KIRSCHBAUM, 2005)”. Horst Dassler, que herdou a Adidas, interessado em dar continuidade ao legado de seu pai, utilizou-se da mesma técnica de marketing, os eventos esportivos como estratégia de ampliação da divulgação da marca, no entanto, aperfeiçoou esta técnica quando, ao invés de estabelecer parcerias com atletas individualmente, mirou nas entidades esportivas e nos contratos de exclusividade para os jogos. FONTE: KIRSCHBAUM, Erik. Batalha familiar entre Adidas e Puma renasce em novo livro. **UOL**, São Paulo, 08 maio. 2005. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultnot/2005/11/08/ult29u44014.jhtm>. Acesso: 27 jun. 2019.

³⁶ FONTE: ASSUMPÇÃO, João Carlos. Empresa decolou graças a Havelange. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 22 out. 2000. Esporte. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2210200005.htm>. Acesso: 26 jun. 2019.

especialmente onde o esporte não tinha tanta tradição, a exemplo dos EUA³⁷, que receberam grande parte dos investimentos (FARIAS, 2014c, p.141)”.

Em contrapartida, por intermédio do dirigente esportivo brasileiro, Horst Dassler, com suas empresas Adidas e *International Sport and Leisure* – ISL Marketing, tornou-se parceiro da FIFA. De acordo com Farias (2014c), a ISL Marketing era uma empresa de marketing esportivo e pertencia não só a Dassler, mas também ao conglomerado japonês de publicidade Dentsu. A FIFA, através de João Havelange, cedeu à ISL boa parte de suas atividades comerciais, sendo a principal delas o direito de transmissão dos jogos da Copa do Mundo³⁸. Por sua vez, a empresa revendia os direitos de transmissão a emissoras do mundo inteiro por um valor bem superior. Tal parceria tornou a agência “[...] uma espécie de braço comercial da federação que controla o futebol mundial [...] (ASSUMPTÃO, 2000)”.

Diante do exposto, acreditamos que João Havelange cumpriu a promessa feita durante os primeiros momentos de seu mandato na FIFA, a de vender o “produto futebol”. Suas falas, proferidas anos depois do término de seu mandato, revelam satisfação com seus feitos. Como exemplo, temos parte da declaração feita por ele durante a entrevista ao site da Copa do Mundo da Alemanha, em 04 de dezembro de 2003:

Quando eu cheguei no escritório da Fifa em Zurique, encontrei uma casa velha e 20 dólares no caixa. No dia em que fui embora, 24 anos depois, deixei propriedade e contratos no valor de mais de 4 bilhões de dólares. Entre 1974 e 1998, eu visitei cada país-membro pelo menos três vezes, e a Fifa tinha algo em torno de 186 países filiados. Acho que o único que eu não consegui ver foi o Afeganistão, porque eu não conseguia entrar lá. Apesar disso, eu estimo que tenha viajado cerca de 26 mil horas de voo, o equivalente a passar três anos no ar. (FAVERO, 2009, p. 27).

Favero (2009), ao tratar da atuação de João Havelange na FIFA e das implicações das ações desse dirigente no futebol mundial, afirma que, apesar de ele parecer sujeito de todo esse processo, na verdade, ele é sujeitado. Visto que as ações empreendidas por ele são parte do movimento que o capital realiza mundialmente, nas mais diversas áreas e instâncias da vida, para gerar mais mercadorias, atingir novos mercados e novas possibilidades de vendas, e aumentar os lucros. Assim, o que aconteceu ao longo dos vinte e quatro anos que Havelange esteve à frente da entidade esportiva foi o capital personificando nele “[...] a necessidade de reprodução em alto grau do mundo da mercadoria (p.27)”.

³⁷ Para mais informações sobre como os norte-americanos não têm o futebol como um de seus esportes favoritos e, em certa medida, apresentam aversão a ele, mas mesmo assim a Copa do Mundo de 1994 foi sediada nos Estados Unidos, ver o tópico “A excepcionalidade americana” do capítulo 2 de Farias (2014c).

³⁸ “[...] A ISL faliu em 2001, o que levou a Justiça suíça a investigá-la. Segundo a promotoria, Havelange e Teixeira mantinham empresas de fachada para receber suborno da ISL, facilitando os contratos para esta. Os dois brasileiros teriam recebido em torno de 1,6 milhões de dólares em suborno. (FARIAS, 2014c, p. 194)”.

Concordamos com Favero (2009) quando ele afirma que as alterações ocorridas no futebol mundialmente são parte do movimento do capital que se reinventa. No entanto, acreditamos que seria um equívoco afirmar que Havelange contribuiu apenas passivamente para que essas alterações se efetivassem. Na verdade, toda a sua trajetória revela o contrário, desde as estratégias utilizadas para se eleger, às parcerias que foram realizadas ao longo de anos de mandato. O dirigente demonstrou desde seus primeiros anos à frente da entidade que possuía uma meta clara: tornar o futebol uma mercadoria mundialmente conhecida e consumida. Destacamos que, na medida em que o futebol foi difundido e consumido globalmente, uma espessa teia de mercados foi montada, logo, o esporte foi utilizado para expandir marcas, aplicar novas estratégias de vendas, atingir novos públicos consumidores e angariar volumosas quantias de dinheiro.

Diante disso, Favero (2009) acredita que a FIFA é maior “dona do campo do mundo”. Este conceito foi construído pelo autor a partir de uma releitura de um artigo do Chico Buarque chamado “O moleque e a bola”³⁹. Para o autor, no mundo mercantilizado do futebol, há dois tipos de donos, os donos da bola e os donos do campo. Os primeiros são aqueles que promovem o espetáculo, seja através do bom desempenho dos jogadores em campo ou através da representação das torcidas nas arquibancadas, e que precisam se submeter à regras; já os donos do campo, são aqueles que controlam o jogo e que ditam as regras. Por isso, para ele, a FIFA é a maior dona do campo.

Acrescenta ainda que o poderio desta entidade esportiva é umas das consequências da globalização no futebol. Como veremos adiante, quando discutirmos a promoção das cidades no mercado mundial, Giddens (1991) e Sánchez (2003) acreditam que a globalização intensifica as relações sociais em escala mundial e que o processo de globalização passou a ser elemento chave na sociedade urbana, pois ditam novas formas de ação e intervenção no espaço. Favero (2009) concorda com os autores supracitados ao

³⁹ Trecho do artigo: “Porém, ainda que esses times jogassem com uniformes embaralhados, penso que não seria difícil distinguir o país rico do país pobre. Os pobres são os folgados, os esbanjadores, os exibicionistas, matam a bola no peito, a bola gruda ali que nem uma goma e o locutor francês faz “Oôôôô, bien joué, magnifique!”. Ou, como diz o locutor brasileiro, eles têm intimidade com a bola. De fato controlam, protegem, escondem, carregam a bola para cima e para baixo, e em vez de intimidade, talvez tenham ciúmes dela. Já os ricos são alunos de outra escola, uma escola prática. Recebem a bola e um-dois, tocam, recebem, desprendem-se dela, não fazem questão dela, correm soltos por toda parte. Parecem conhecer e ocupar melhor o espaço de jogo, podendo se dizer que têm intimidade com o campo. Assim, quando se enfrentam países ricos e países pobres – na Holanda eles se enfrentam dentro do mesmo time – estão se enfrentando os donos do campo e os donos da bola (HOLLANDA, 2006, p. 54 **apud** FAVERO, 2009, p. 19). FONTE: HOLLANDA, Chico Buarque de. “O moleque e a bola”. In: COELHO, Eduardo (Org.). Donos da bola. Rio de Janeiro: Língua Geral, 2006.

afirmar que a globalização faz com que as distâncias diminuam, que o tempo se contraia e que as culturas hegemônicas sejam disseminadas por todos os lugares.

Assim, segundo ele, a globalização contribuiu para que o futebol se espacializasse pelo mundo inteiro, tornando-o um fenômeno global. Mas, em contrapartida, aproximou-o dos preceitos capitalistas. Assim, o futebol, hoje, “[...] faz parte de uma articulada indústria de entretenimento e espetáculo, que movimenta bilhões de dólares no mundo inteiro [...] (p. 18)”, é oferecido como artigo de consumo e tende a tornar-se artigo de luxo. Nesse sentido, a FIFA atua como corporação multinacional, contribuindo, assim, para a reprodução do capital. Apesar de atuar como corporação multinacional, isto é, como empresas “[...] de grande porte que monopolizam uma fatia substancial do mercado mundial no setor em que atuam [...] (BENTO, 2006, p.16)”, de acordo com Rodrigues (2015) e Prates (2016), a FIFA é uma Organização Internacional Não Governamental – OING.

Conforme Prates (2016), há dois tipos de Organizações Internacionais, as governamentais e as não governamentais. Logo, a principal distinção entre elas é a presença ou não do Estado em sua composição. Tendo em vista os objetivos deste trabalho, faremos considerações apenas sobre as OINGs. Para o autor supracitado, as OINGs possuem as seguintes características: são organizações privadas e voluntárias, com membros individuais ou coletivos de diversos países; seus membros são apenas atores não estatais, como Confederações e Federações de países; não possuem fins lucrativos, apesar disso, necessitam de financiamento para funcionarem; podem ser beneficiadas com recursos estatais, no entanto, comumente se mantêm com contribuições de membros, parceiros e contratos comerciais.

Dito isto, é possível afirmar que a FIFA é composta apenas por atores não governamentais; é uma organização de adesão universal, o que não exclui o seu caráter não

governamental; se organiza em forma de associação⁴⁰, ou seja, é formada pelas confederações continentais e nacionais de futebol⁴¹; e é sem fins lucrativos.

A FIFA possui algumas regalias proporcionadas pelo seu modelo de organização, por exemplo: por ser uma organização internacional privada, se submetendo apenas às leis suíças, a entidade não pode sofrer intromissão de nenhum Estado nas suas questões internas, a não ser que cometa alguma violação grave dentro de algum país; e, por ser uma organização não lucrativa, mas que possui capacidade de geração de renda, especialmente através da realização de seus eventos e parcerias com empresas, a distribuição de qualquer excedente do lucro é difícil, o que viabiliza a concentração dos valores arrecadados com alguns poucos associados. Para Rodrigues (2015), este cenário contribui para “[...] o questionamento da transparência e probidade das estruturas de governação do futebol mundial [...] (p.62-63)”.

Rodrigues (2015) também nos lembra o caráter universal da FIFA ao apresentar as formulações da *Yearbook of International Associations (YIA)*, instituto de pesquisa independente que tem como um de seus objetivos documentar o trabalho das Organizações Internacionais Não Governamentais. Conforme a *YIA*, para ser considerada universal, a organização deve ter ao menos representantes de 60 países ou 30 países em pelo menos dois continentes, com uma distribuição geográfica bem balanceada. Contudo, a escala de influência da FIFA mundialmente é maior do que as exigências mínimas, para se ter uma ideia

[...] A Organização das Nações Unidas (ONU) possui 192 filiados – já a Fifa pode ser encarada como uma corporação que atua em 208 países, e a cada ano aumenta seu alcance global. De 1974 até 2006, houve um crescimento espantoso da FIFA: ela conquistou 72 novos países (um aumento de 53%), enquanto a ONU atingiu mais 61 países (cerca de 46% de acréscimo). Muitos países procuraram primeiro a entidade que decide sobre os rumos do futebol, para só depois pensar se querem fazer parte das Nações Unidas [...] (FAVERO, 2009, p. 21-22).

⁴⁰ Compreendemos associação a partir das formulações do Manual do Terceiro Setor elaborado pelo Instituto Pro Bono (2018), que nos explica que associações são constituídas a partir da união de pessoas que se organizam para fins não econômicos; que podem ser altruísticas, como uma associação beneficente, ou não altruísticas, como uma associação restrita a um grupo seletivo e homogêneo de associados; e que é fundada através da apresentação de um estatuto, que deve conter um texto que descreve os direitos e os deveres da associação e dos associados. O manual destaca que, embora as associações “[...] não sejam de ordem econômica, ela não está proibida de realizar atividades geradoras de receita [...] (p.09). Vale ressaltar que os apontamentos feitos pelo Instituto Pro Bono (2008) estão fundamentados na Lei nº 40.406, de janeiro de 2002, o Código Civil Brasileiro, sobretudo nos Arts. 53 ao 61. No entanto, segundo Rodrigues (2015), a FIFA está orientada pelo Registro Comercial e pelo Código Civil Suíço, visto que, desde sua fundação, em 1904, sua sede está localizada em Zurique na Suíça. Portanto, as formulações do Manual do Terceiro Setor foram utilizadas apenas para explicar o conceito de Associação.

⁴¹ “As seis associações continentais membros da FIFA são: Confédération Africaine de Football (CAF), Asian Football Confederation (AFC), Union des Associations Européennes de Football (UEFA), The Confederation of North, Central America and Caribbean Association Football (CONCACAF), Oceania Football Confederation (OFC) e Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL). (RODRIGUES, 2015, p.62)”.

Favero (2009) nos lembra que os países que se dispõem à serem associados da FIFA precisam cumprir uma série de exigências da entidade, como: obediência, não ir contra as decisões estatutárias (mesmo que as decisões firam leis nacionais) e promover o futebol em sua área de atuação. Também, que a entidade está em constante busca de novos associados, apresentando a proposta de partilhar com eles parte de seu poder e do seu dinheiro, mas, destaca que, a partilha não é igualitária, já que os diversos países atraem o interesse da entidade de formas diferentes. Além disso, cada novo país associado representa um novo voto, logo, “[...] a expansão espacial está diretamente ligada à expansão do poder político dentro da entidade (bases eleitorais), já que seu presidente é eleito por maioria de votos [...] (p.27)”.

Acreditamos que os países optam por se submeter às regras da “maior dona do campo” – e, em alguns casos, até mesmo desconsiderar legislações internas, abrindo mão de parte de sua soberania – porque, ao longo do processo de globalização dos esportes, o futebol passou a ser visto como uma eficaz ferramenta de política externa. Isto é possível pois a FIFA atua de forma expressiva na política internacional e “[...] se lança nas esferas internacionais com o seu espetáculo esportivo e sua carga ideológica, sendo capaz de exercer autoridade sobre outros atores estatais e não estatais [...] (RODRIGUES, 2015, p.05)”. Rodrigues (2015) destaca que o futebol, e os esportes em geral, não são “[...] centrais na dinâmica do sistema internacional da mesma forma que os processos políticos, econômicos e militares são. [...] Contudo, o desporto é amplamente moldado e ao mesmo tempo molda este sistema (p.14-15)”.

Ressaltamos que, ainda que a FIFA atue cotidianamente no futebol, seu poder de influência é percebido pelos países mais claramente durante o período de candidatura, preparação e realização da Copa do Mundo, pois é neste momento em que as exigências da entidade tornam-se mais severas para com as nações que pretendem sediá-la. Tendo em vista que os megaeventos esportivos também “[...] são palcos para a afirmação do poder estatal [...] (p.36)”, os atores estatais se vêm na obrigação de cumprir com as suas obrigações a qualquer custo, uma vez que possíveis negligências poderão ser observadas e avaliadas por diversas outras nações, o que pode comprometer a imagem do país e do seu gestor mundialmente.

Entretanto, o que está em jogo não é apenas a imagem do país-sede no cenário internacional. A nação que decide organizar o mundial de futebol está sujeita à sanções por parte da FIFA caso não respeite às normas e regras estipuladas por ela. Ou seja, a “[...]”

organização tem o poder de tomar medidas para impedir infrações às regulamentações e/ou a introdução de métodos e práticas abusivas (p.63)”.

Isto é possível pois, durante o período de preparação para o evento, a FIFA exige a criação de uma Lei Geral que defina as diretrizes e alterações no sistema legal nacional, para que o país se adeque aos moldes internacionais. Assim, o Estado “[...] passa a revogar os direitos básicos dos seus cidadãos, o que se caracteriza por uma submissão do Estado às preferências desse ator internacional [...]. Ressalta-se que a não adesão a tais regras e normas pode resultar na não realização da Copa do Mundo neste país (p.65)”. Diante disso, no próximo tópico debateremos em que momento os megaeventos esportivos passaram a ser utilizados como estratégia de promoção das cidades no mercado mundial e de que forma as cidades têm se apresentado e disputado espaço neste mercado competitivo que é o mercado das cidades.

2.3 Megaeventos Esportivos como estratégia de promoção das cidades no mercado mundial

É nessa vitrine-mostruário de arquitetura de última geração que a cidade aspirante a ocupar um nó estratégico na rede das cidades mundiais se faz reconhecer, enfim identificar, por uma marca que se apresente a si mesma como algo a confirmar sua condição ultramoderna: e, assim sendo, qualquer megaevento vem a calhar, não importa de que natureza seja – desde que não se perca a ocasião. (ARANTES, 2000, p.62).

Conforme mencionamos anteriormente, somente neste século o Brasil foi palco de sete megaeventos esportivos: Jogos Pan-Americanos Rio 2007, Jogos Parapan-Americanos 2007, Copa das Confederações FIFA 2013, Copa do Mundo FIFA 2014, Jogos Olímpicos Rio 2016, Jogos Paraolímpicos Rio 2016 e Copa América 2019. Em todos os eventos citados, as entidades organizadoras (a FIFA no caso dos eventos de futebol e o COI⁴² no caso dos eventos que reúnem diversas modalidades esportivas) estabeleceram critérios para a participação do país, listaram suas exigências e designaram os prazos a serem cumpridos. Alguns dos critérios estabelecidos foram as melhorias nas praças esportivas, na rede hoteleira, no transporte urbano, nos portos e aeroportos, na segurança pública e na ampliação das opções de lazer.

⁴² O Comitê Olímpico Internacional (COI) é uma organização não governamental fundada no dia 23 de julho do ano de 1894. Foi criada com o objetivo de retomar a realização dos Jogos Olímpicos gregos, jogos estes que deveriam ser organizados e realizados a cada quatro anos.

Isto é, as obras de adaptação e melhoramento para receber um megaevento esportivo não acontecem somente nos locais exatos em que os jogos serão realizados, mas são direcionados também para outros trechos das cidades-sede. Assim, as cidades passaram a visualizar nos megaeventos esportivos a possibilidade de atrair investimentos públicos e privados e realizar uma série de intervenções urbanas que em alguma medida contribuem para a formulação de uma imagem de cidade renovada.

A formulação da imagem da cidade pode ser considerada uma atividade interessante e funcional por ofertar às urbes a possibilidade de se tornarem mais atrativas, tanto para novos consumidores, quanto para novos investidores, e de serem inseridas no “novo mapa do mundo”. Para Arantes (2000), fazer parte do novo mapa do mundo significa que a cidade faz parte do “[...] nó da rede internacional de cidades, portanto, tornou-se atraente para o capital estrangeiro [...] (p.20)”. A autora também comenta que o elemento novo nessa fase do capitalismo é que as cidades “[...] passaram elas mesmas a ser geridas e consumidas como mercadorias [...] (p.26)”.

De acordo com Harvey (2014), as cidades passaram a ser vistas como mercadoria a ser vendida e consumida porque a urbanização desempenha um papel particularmente ativo ao absorver as mercadorias excedentes que o capitalismo não deixa de produzir. Por consequência disto, está surgindo e rapidamente se fortalecendo uma intensa ligação entre o “[...] desenvolvimento do capitalismo e a urbanização. Não surpreende, portanto, que as curvas logísticas do aumento da produção capitalista sejam, com o tempo, muito semelhantes às curvas logísticas da urbanização da população mundial (p.30)”.

Os apontamentos realizados por Arantes (2000) e Harvey (2014) estão em consonância com os de Sánchez (2003) no que diz respeito ao interesse que algumas cidades apresentam em atender às exigências mercadológicas para produção dos seus espaços. Esta última autora também acrescenta que colocar a cidade no novo mapa do mundo passou a ser meta recorrente de alguns governos locais e que esses governos visualizam na empreitada de projeção da cidade a possibilidade de reestruturar a economia local e construir um futuro de progresso. Assim, as cidades passam a ser moldadas de acordo com as necessidades de acumulação e este amoldamento pode significar que “[...] parte da cidade, está sujeita ao controle, à normatização, à privatização, com grandes impactos para a vida social [...] (SÁNCHEZ, 2003, p.44)”.

Destacamos que, para atender as demandas mercadológicas, as cidades não precisam, necessariamente, abandonar os investimentos e intervenções públicas. Na verdade, essas intervenções continuam sendo solicitadas, contudo, passam a ser orientadas pelas

exigências de atores privados. Para Sánchez (2003), os espaços renovados de acordo com os interesses do capital estão inclinados a ser cada vez mais homogêneos, visto que os valores culturais e os hábitos de consumo exigidos para aquele espaço reproduzem os valores e os hábitos que se tornaram dominantes em escala mundial e determinam novas formas de inclusão e exclusão social daqueles que vivem na cidade.

Acreditamos que a homogeneização de valores e hábitos em escala mundial é uma das consequências da vida social moderna. Giddens (1991), afirma que estamos vivenciando um período em que as consequências da modernidade estão se tornando mais universalizadas do que antes. Além disso, considera que as cidades também têm sido impactadas pelas novas configurações da modernidade, sobretudo por conta das transformações da compreensão de tempo e espaço.

Em conformidade com Giddens (1991), um dos motivos que explicam porque a separação entre tempo e espaço é tão crucial para o dinamismo da modernidade é porque esta é uma condição fundamental para o processo de desencaixe. Por desencaixe o autor quer dizer “[...] o deslocamento das relações sociais de contextos locais de interação e sua reestruturação através de extensões indefinidas de tempo-espaço (p.24)”. Desta forma, para o autor, se há um “esvaziamento do tempo”, é possível que haja um “esvaziamento do espaço”, por consequência disto, os locais passam a ser impactados e moldados por influências sociais bem distantes deles.

Portanto, Anthony Giddens acredita que a modernidade é inerentemente globalizante. Para ele, globalização é a “[...] intensificação das relações sociais em escala mundial, que ligam localidades distantes de tal maneira que acontecimentos locais são modelados por eventos ocorrendo a muitas distâncias e vice-versa [...] (p.60)”. Logo, o autor acredita que, ao pensar as cidades hoje, é necessário compreender de que forma elas estão inseridas no contexto mundial e estar ciente de que qualquer atividade que ocorre em um contexto local tende a ser influenciado por fatores que operam em distâncias longínquas daquele mesmo ponto. Dito isto, voltemos para os mecanismos de promoção das cidades no mercado mundial.

Segundo Sánchez (2003), o processo de globalização e a escala do global passaram a ser elementos que constituem a sociedade urbana, pois ditam novas formas de ação e intervenção no espaço criando nas cidades os chamados “espaços de renovação”. Destacamos que o que será ofertado e vendido no mercado mundial não é a cidade como um todo, pois há diversos trechos dessas cidades que ainda possuem uma estrutura física não atraente ao mercado; que comportam outras formas de fazer e refazer a cidade, sobretudo

para garantir acesso a direitos básicos anteriormente negados à população local; e que revelam contradições e conflitos. O que será oferecido para venda são os espaços renovados da cidade, recortes das urbes que sofreram alterações em sua estrutura para tornarem-se mais atraentes.

Para que as cidades renovadas (ou os espaços renovados dentro da cidade) sejam vendidas e consumidas por novos atores sociais, faz-se necessário a criação de um mecanismo exclusivo de promoção e venda deste novo produto. Fernanda Sánchez chama esse mecanismo de *Citymarketing* e acredita que

As orientações dadas para o *marketing* de cidade se aproximam também daquelas que acompanham o de qualquer produto a ser lançado no mercado: reconhecimento de características de mercado, estudo dos diferentes segmentos de consumidores, estratégias apropriadas para cada caso. Embora as características das cidades sejam, na prática, mais difíceis de definir do que aquelas dos bens e serviços comercializáveis, as argumentações que sustentam as políticas urbanas têm assumido explicitamente a necessidade de torna-las mercadorias, esvaziando o sentido da cidade, tornando-a uma abstração. (SÁNCHEZ, 2003, p.56)

O *Citymarketing* atua preferencialmente na construção de novas imagens dos espaços a serem vendidos. A autora destaca que as novas representações exibidas desses espaços não são neutras, mas sim carregadas de intencionalidades e “[...] visam a produção de efeitos na realidade social [...]” (SÁNCHEZ, 2003, p.117)”. Durante o processo de elaboração da imagem renovada da cidade, é possível que alguns elementos ou características fundamentais dela sejam omitidas ou descartadas, a fim de torná-la mais atraente a um novo público consumidor. Isto não significa que a imagem renovada é, necessariamente, uma imagem mentirosa, mas é preciso considerá-la insuficiente para descrever o conjunto de elementos que formam a cidade.

Após as omissões e descartes de imagens da cidade que não são interessantes para o mercado, a imagem que fica, imaculada, polida e sem conflitos, pode ser chamada de imagem-síntese. Segundo Sánchez (2003), as imagens-síntese são aquelas que tem o poder de falar pela cidade; se constituem como “[...] a negação da possibilidade de existência de outras imagens e outras leituras [...]” (p.121)”; e, “[...] são referências iconográficas do poder [...]” (p. 124)”. Para ela, as imagens elaboradas simbolizam o discurso sobre a cidade e as intervenções urbanísticas executadas para alinhar a estrutura física da cidade à nova imagem criada são os discursos em ação⁴³.

⁴³ Como exemplo da construção de imagens-síntese de um local para exibição em campanhas publicitárias, temos a propaganda intitulada “Ceará, eu vou te visitar” promovida pelo Governo do Estado do Ceará nos anos que antecederam a realização da Copa das Confederações 2013 e a Copa do Mundo 2014 e foi difundida amplamente em diversos canais de televisão. O vídeo é formado por diversas imagens registradas em pontos

Entretanto, a autora chama nossa atenção para o fato de que, apesar de essas imagens serem elaboradas de forma a criar a ideia de que aquela imagem representa a única cidade real e possível de conhecer, os sujeitos sociais nos mostram outras cidades possíveis – através das suas várias leituras sobre a cidade; suas várias formas de participação coletiva; e seus vários modos de apropriação, ocupação e reprodução do espaço.

Vainer (2000) também concorda com Arantes (2000) e Sánchez (2003) sobre como a cidade passa a ser tratada como mercadoria e a ser vendida em um mercado competitivo, em que há outras cidades disputando uma vaga no novo mapa do mundo. Entretanto, o autor destaca que a cidade, é, sem dúvidas, muito mais complexa do que qualquer outra mercadoria que possa estar disponível à venda. Por isso, precisamos compreender quais de seus atributos serão ou estão sendo ofertados e quem são os compradores que se tem em vista. Sobre os últimos, menciona “[...] a mercadoria-cidade tem um público consumidor muito específico e qualificado [...] (p.82)”. Além disso, tece uma breve crítica aos atuais gestores municipais, que, na sua leitura, têm se comportado mais como vendedores do que como dirigentes políticos.

De acordo com Sánchez (2003), as cidades geridas e consumidas como mercadoria acabam sendo transformadas em espetáculo. Quando uma cidade torna-se espetáculo, as políticas de marketing utilizadas para promovê-la tendem a “[...] fixar hábitos sociais nos novos espaços renovados (p.34)”. Entretanto, esses novos hábitos não são sugeridos apenas para turistas, que consomem a cidade-mercadoria por tempo determinado, mas também aos cidadãos, que vivem e reproduzem a cidade diariamente. Nesse sentido, toda a experiência na cidade passa a ser mediada pelo consumo das imagens que são produzidas a seu respeito.

O risco de ter o acesso à cidade mediado por imagens meticulosamente fabricadas é que elas, por vezes, refletem apenas um “[...] mundo de aparências que descortina um catálogo de novas edificações, [...] (p.34)”. A autora destaca que estas mudanças não

turísticos do estado. Como pontos religiosos, temos a Catedral Metropolitana de Fortaleza e o Horto de Juazeiro do Norte; como pontos culturais, o Centro de Eventos, o Centro de Arte e Cultura Dragão do Mar e o Theatro José de Alencar; como praias, Beach Park, Iracema, Canoa Quebrada e Jericoacoara. A música escolhida para ser utilizada na propaganda é exclusiva da campanha e sua letra versa sobre com o estado do Ceará possui uma série de locais interessantes para serem visitados e como as pessoas que já vieram ao estado tiveram uma experiência agradável e contribuíram para a divulgação dos pontos turísticos nas redes sociais. Destacamos essa peça publicitária para demonstrar a forma como as cidades são oferecidas no mercado mundial e o quanto a imagem oferecida, apesar de verdadeira, não é suficiente para apresentar a cidade como um todo; e, o quanto elas se resumem a trechos estratégicos da cidade, sobretudo os que comumente despertam o interesse de turistas e investidores nacionais e internacionais. Fonte: Ceara eu vou te visitar (legendado Inglês). **Youtube**, Portal do Ceará, 18 jan. 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=r15v506ybmI>. Acesso: 04 jun. 2019.

interferem apenas na forma física de determinados espaços, mas também alteram “[...] os modos de vida e as formas de apropriação do espaço, que passam a mediadas por novas formas de exercício do poder e pelas estratégias atualizadas das políticas urbanas (p.40)”.

Após a construção da imagem-síntese de uma cidade e a formulação dos projetos urbanísticos necessários para alinhar a cidade real à cidade projetada, o próximo passo é lançar esta cidade renovada no circuito mundial. Trata-se de traçar um plano estratégico “[...] para chamar a atenção sobre si mesmo, nessa espécie de autorreflexão publicitária [...] (ARANTES, 2000, p. 62). É diante deste cenário que sediar megaeventos, principalmente os esportivos, passou a ser considerado como um importante catalisador de transformações nas cidades, por conta do fluxo de investimentos que sua organização atrai, da possibilidade de dinamizar a economia local, da atenção midiática que recebem e do contingente de indivíduos que são envolvidos pelo espetáculo.

Segundo Seixas (2010), os Megaeventos são “[...] eventos culturais ou desportivos de âmbito internacional ou mesmo planetário, ações coletivas e efêmeras que comportam *status* simbólicos e escalas espaciais e temporais muito significativas [...] (p.06)”, além de serem providos de um poder de transformação sobre os espaços onde serão realizados. Os megaeventos esportivos ganham destaque pelos possíveis benefícios que sua realização deixaria para a população local, o chamado “legado” e “[...] têm se colocado como uma das mais relevantes linhas de exaltação e de poder político-econômico e cultural das nações e das cidades mais dominantes do planeta [...] (p.06)”.

Varotti (2016) nos apresenta uma série de classificações que nos ajudam a compreender as várias modalidades de Megaeventos existentes, destacaremos quatro das classificações mencionadas pelo autor por entender que elas facilitarão nosso entendimento sobre os eventos que foram realizados no Brasil na última década, são elas: 1) Quanto à Tipologia; 2) De acordo com a Periodicidade; 3) De acordo com o local em que serão realizados; e 4) De acordo com as características internas e externas.

No que diz respeito à primeira classificação, os megaeventos podem ser esportivos, culturais e religiosos. Como exemplo de megaeventos esportivos, temos as setes competições mencionadas no início deste capítulo e que ainda serão discutidas com maiores detalhes. Como exemplos de megaeventos culturais, temos as feiras, festivais, exposições e convenções. Dada a quantidade de eventos desta categoria realizados em diversas cidades do país anualmente, não montaremos uma lista, apenas citaremos as que tem consolidado sua imagem como um evento internacional, tanto por conta dos artistas que se apresentam, quanto

por conta dos espectadores que atraem: o LollaPalooza Brasil⁴⁴ e o Rock in Rio⁴⁵. Por último, como exemplo de megaevento religioso, temos a Jornada Mundial da Juventude 2013⁴⁶.

A segunda classificação remete à periodicidade com que os megaeventos são realizados. Assim, Varotti (2016) os divide como sendo de primeira ordem e segunda ordem. Os megaeventos de primeira ordem são aqueles realizados de tempos em tempos, na maioria das vezes a cada quatro anos, e em sedes diferentes, como a Copa do Mundo de Futebol e os Jogos Olímpicos. Já os de segunda ordem, são aqueles que ocorrem regularmente em cidades fixas e anualmente, como o Grande Prêmio de Fórmula 1.

A terceira classificação diz respeito ao processo de escolha das cidades que sediarão o evento e, de certa forma, vincula-se à segunda classificação. O primeiro caso é o dos eventos que precisam se submeter a um processo de seleção para eleger suas cidades, assim, mais uma vez temos a Copa do Mundo de Futebol e os Jogos Olímpicos como exemplo. Já o segundo caso é o dos eventos que possuem um circuito estabelecido de cidades que o receberão ao longo da temporada, desta vez temos como exemplo o Campeonato Mundial de Fórmula 1.

A quarta e última classificação foi formulada de acordo com as características internas e externas dos eventos. A primeira destaca a duração do evento e a escala, isto é, a quantidade de participantes, os espectadores e a estrutura organizacional. Já a segunda leva em consideração o alcance de mídia, a desenvoltura dos meios de comunicação, turismo atraído pelo evento e o impacto provocado na cidade anfitriã.

Desta forma, é possível perceber que o Brasil já foi palco de Megaeventos Esportivos que correspondem a todas as classificações apresentadas acima. Anualmente, na cidade de São Paulo, acontece o Grande Prêmio do Brasil de Fórmula 1, que é um evento que

⁴⁴ O LollaPalooza Brasil é um festival que ocorre anualmente no Autódromo de Interlagos, em São Paulo. O evento conta com quatro palcos simultâneos com atrações ininterruptas, que ocupam 600 mil m² do autódromo. FONTE: LollaPalooza Brasil, Experiência. Disponível em: <https://www.lollapaloozabr.com/experiencia-2018/>. Acesso: 06 jun. 2019.

⁴⁵ Em conformidade com a página online oficial do Rock in Rio, o festival foi idealizado por Roberto Medina em 1985. Até o ano de 2019, ocorreram 19 edições, 2038 artistas escalados, 212,5 mil empregos gerados e 12 milhões de espectadores. FONTE: Rock In Rio, História, Momentos Históricos 1985. Disponível em: rockinrio.com/rio/pt-BR/historia. Acesso: 11 jun. 2019.

⁴⁶ De acordo com a página online Canção Nova, em matéria publicada no dia 18 abril de 2016, a Jornada Mundial da Juventude é a maior reunião de jovens católicos do mundo. O evento foi criado pelo Papa João Paulo II em 1986 e atualmente é realizado a cada 3 anos. Ressaltamos que cabe ao Papa escolher as cidades-sede. FONTE 1: ENTENDA o que é a Jornada Mundial da Juventude. **Canção Nova**, Cachoeira Paulista/SP, 18 de abr. 2018. Atualizado em: 24 jul. 2017. Notícias. Disponível em: <https://noticias.cancaonova.com/especiais/jmj/cracovia-2016/entenda-o-que-e-a-jornada-mundial-da-juventude/>. Acesso: 29 maio. 2019.

ocorre anualmente e que possui cidades fixas para realização. Além disso, Varotti (2016, p.23) destaca que esta é uma modalidade de evento que costuma ser mais funcional quando o objetivo que se tem é a atração de interesse de turistas, sobretudo quando se quer tornar a cidade destino fixo destes indivíduos; e quando se quer criar uma tradição na cidade ou fortalecer o senso de identidade com o local e a comunidade sede.

Mas, também, já foi palco de megaeventos que: 1) ocorrem esporadicamente, tanto porque só acontecem a cada quatro anos, quanto porque demoram um longo período até ser realizado novamente em um mesma cidade. Por exemplo: o Brasil já sediou duas Copas do Mundo, uma em 1950 e outra em 2014, ou seja, foram 64 anos de diferença entre as duas. Já os Jogos Olímpicos de 2016 foi a primeira edição realizada no país; 2) que submetem as cidades à uma seleção rigorosa para averiguar a capacidade de realização do evento; 3) que precisam de um extenso tempo de preparação; 4) que demandam um gasto vultoso com obras, que comumente são custeadas pelo poder público; e 5) que são estratégicos quando se quer impulsionar o desenvolvimento urbano, promover o turismo local e atrair mercados nacionais e internacionais. Tendo em vista que na última década o segundo modelo de megaeventos esportivos citado foi o que teve mais edições realizadas no Brasil, é possível perceber qual dos modelos está se mostrando mais atrativo para os gestores locais.

Varotti (2016) destaca que, para que Megaeventos sejam organizados, é necessário a combinação de entidades governamentais, nas esferas municipais, estaduais e federais; com entidades não governamentais, como comitês organizadores, federações e confederações esportivas. Para as entidades governamentais há uma série de exigências, mas a primeira que deve ser cumprida é a de convencer “[...] suas respectivas comunidades que esses eventos poderiam proporcionar benefícios consideráveis, tais como aumento da participação da população em atividades esportivas, regeneração das cidades-sede, aumento da oferta de empregos e aumento da atividade turística (p.32)”.

Costa (2013) acredita que os processos de transformações urbanas que esses eventos exigem são funcionais para a inserção das cidades na arena global da atração de capitais e investimentos, pois eles podem contribuir na identificação de soluções para os problemas sociais e físicos da cidade. No entanto, chama nossa atenção para o fato de que, apesar de serem eventos de curto prazo, possuem consequências a longo prazo. Além disso, tece comentários sobre quais os possíveis benefícios da realização de uma megaevento esportivo sem necessariamente apresentá-los da forma dicotômica “bom” ou “ruim”.

Na verdade, ela pontua que hospedar megaeventos esportivos pode gerar benefícios diretos, benefícios indiretos e malefícios (p.162). O primeiro integra a atração de fluxos de capitais e de turistas (antes, durante e depois dos jogos) e a construção e/ou melhoramento de instalações esportivas ou das infraestruturas gerais. Já o segundo inclui a renovação da imagem da cidade e a promoção da mesma como destino turístico, através da publicidade em torno dela, e um possível aumento no orgulho cívico da população. O terceiro pode se expressar quando os custos do evento são maiores do que os valores esperados na época da candidatura à cidade-sede.

Varotti (2016) parece concordar com Costa (2013) sobre a possibilidade de a realização de um megaevento gerar malefícios, pois reconhece que países e cidades-sede precisam atender a uma série de exigências onerosas das entidades organizadoras para provar que são capazes de receber o evento, o que pode acarretar em uma divergência entre os valores apresentados na candidatura e os valores realmente gastos. Para ele, isto ocorre porque os gestores, encantados com a possibilidade de projeção de suas cidades, não avaliam de forma adequada se um evento de curto prazo é compatível com o período de desenvolvimento vivido pela cidade e se as exigências solicitadas condizem com os valores disponíveis nos cofres públicos e o montante de dinheiro que deve ser destinado para essas ações.

Tais atitudes podem contribuir para que o dinheiro público seja gasto indevidamente e que as novas instalações construídas ou reformadas (tão importantes para o evento, mas de pouca relevância para as atividades cotidianas dos moradores da cidade) se transformem em “elefantes brancos”, isto é, “[...] muitas vezes, para se conquistar o direito de sediar um megaevento, os governantes realizam projeções superestimadas, que resultam num fracasso, principalmente para a atividade econômica daquela região (VAROTTI, 2016, p. 35)”.

Além do mais, é necessário considerar que, mesmo que haja benefícios diretos ou indiretos para as cidades-sede e para aqueles que nelas vivem, é possível que estes benefícios tenham destinatários específicos e que a grande maioria das pessoas não seja contemplada com as mudanças realizadas; e, que os “[...] megaeventos esportivos não podem representar a solução de todos os problemas sociais e econômicos de suas cidades-sede (VAROTTI, 2016, p.34)”.

Destacamos que a ideia de gerir cidades de forma a atender diversos interesses empresariais e movida por “[...] um urbanismo acentuadamente mercadófilo [...] (MASCARENHAS, 2011a, p.42)” existe para além da realização de megaeventos esportivos,

no entanto, construiu-se uma narrativa de que este modelo de evento contribui para a materialização deste projeto de cidade empreendedora e mundialmente conhecida, sobretudo por conta da experiência de Barcelona em 1992.

Mascarenhas (2011a) nos conta que os Jogos Olímpicos realizados na cidade de Barcelona⁴⁷ em 1992 ainda é considerado a experiência mais bem sucedida do urbanismo olímpico. Para o autor, urbanismo olímpico significa “[...] articulação de interesses privados, monumentalidade, projeção urbana [...] (p.48)” e “renascimento” das cidades por meio dos megaeventos. Contudo, adianta que a experiência de Barcelona pode ser considerada exitosa porque conseguiu a “[...] façanha de conjurar a natureza e as exigências dos Jogos com os objetivos fundamentais da gestão urbana (p.48)”.

Segundo Mascarenhas (2011a), quando nos referimos aos Jogos Olímpicos de 1992, estamos falando de um evento esportivo que conseguiu privilegiar não só o esporte ou evento em si, mas a cidade como um todo. Isto porque, ao invés de construir um grande parque olímpico que agregasse arenas esportivas com capacidade para receber as mais diversas modalidades esportivas, Barcelona optou pela descentralização dos equipamentos e ergueu quatro parques de menor porte espalhados em pontos diferentes da cidade. Com isto, os catalães garantiram que nenhuma instalação fosse superdimensionada, que os custos com a manutenção dessas instalações não fossem altos e que estes espaços cumprissem sua função social após o fim dos Jogos. Além disso, os organizadores do evento deram prioridade a espaços já existentes e que precisavam apenas de reformas. Desta forma, “[...] dos 43 equipamentos utilizados durante o evento, apenas 15 foram construídos na ocasião [...] (p.47)”.

Antes dos Jogos, a cidade contava com um elevado déficit de equipamentos de uso coletivo e espaços públicos, consequência das décadas de ditadura franquista⁴⁸ e crise econômica. O poder local sabia da necessidade de criação destes espaços, muitos deles, inclusive, estavam previstos no “*Plan general de ordenación urbana del ara metropolitana*

⁴⁷ “Barcelona é a capital da Catalunha, uma região cuja sociedade está em permanente luta de autoafirmação dentro da Espanha, característica que deve ser levada em conta no entendimento da gênese das políticas atuais do governo municipal para o reposicionamento da cidade dentro da rede urbana da Comunidade Europeia e como referência internacional. [...] (SÁNCHEZ, 2003, p.214)”.

⁴⁸ Referência à figura de Francisco Franco, que esteve no poder na Espanha durante os anos de 1939-1975). O termo é utilizado para recordar a modalidade de fascismo aplicada por Franco em seu país.

de Barcelona”⁴⁹, contudo, havia recursos públicos insuficientes para a execução dos projetos. Desse modo, a cidade optou por captar recursos através da realização de grandes eventos.

Conforme Mascarenhas (2011a), Barcelona só conquistou o direito de sediar os Jogos Olímpicos de 1992 em 1986, no entanto, já havia montado desde 1982 uma equipe para pensar os jogos olímpicos, que estava vinculada ao setor de gestão urbanística e municipalidade. Portanto,

[...] tratava-se de estabelecer uma meta clara, que evidentemente não se esgotasse no evento de 1992 e que dissesse respeito ao que se aspirava com todas as melhorias para a cidade como centro vital, na região e na Europa; em suma, definir o lugar de Barcelona como metrópole europeia, encontrar o “seu nicho estratégico”, tornando-a internacionalmente competitiva [...]. (ARANTES, 2000, p. 54).

Em conformidade com Arantes (2000), o êxito de Barcelona, “[...] pelo menos no plano mais visível da empreitada, em grande parte mobilizada pela Olimpíada, logo tornaria os Grandes Eventos mais um ingrediente indispensável da nova fórmula [...] (p. 58)”. Entretanto, a autora chama nossa atenção para o fato de que o modelo de planejamento urbano aplicado em Barcelona e que se tornou modelo para o mundo não surgiu na Espanha e sim nos Estados Unidos. A receita vinda dos Estados Unidos trazia como proposta a “[...] famigerada ‘revitalização urbana’⁵⁰, bem como seus derivados não menos famigerados: a ‘parceria entre o setor público e a iniciativa privada’, encarregada por sua vez de ‘alavancar’ investimentos privados com fundos públicos [...] (p.22)”.

No entanto, Arantes (2000) acredita que os catalães souberam “[...] de alguma maneira renovar a fórmula, que aliás contava com um ingrediente indispensável e muito bem explorado: o marketing que as Olimpíadas de 1992 propiciaram (p.52)”. Além disso, acrescenta que é importante recordar que havia uma experiência acumulada de gestão urbana da esquerda que “[...] fazia com que, mesmo quando o princípio que a norteava fosse os das

⁴⁹ “[...] Aprovado em 1976, no período de transição, com diretrizes territoriais para Barcelona e região metropolitana. Esse plano foi articulado em torno a dois elementos fundamentais: os usos do solo e o traçado viário. Numa perspectiva crítica, Tello (1993) nota que, mais do que um plano metropolitano, o PGM tratava-se de um plano de ordenamento de atividades e usos de Barcelona, o qual determinava também suas áreas de expansão, não tratando com o mesmo empenho todo o território metropolitano. [...] (SÁNCHEZ, 2003, p. 220)”.

⁵⁰ “Revitalização é um termo que vulgarizou-se de tal forma que perdeu o sentido original. No uso corriqueiro, traz embutida a visão de um lugar antes sem vida, ‘desvitalizado’. O conceito, empregado pela UNESCO em suas normas de Quito de 1962 referia-se a ações de cidadania que pudessem paralisar ações destrutivas. Mas foi na Conferência de Nairóbi de 1976 que o termo ganhou contornos mais nítidos, como parte de uma ação de salvaguarda que deveria abranger identificação, proteção, conservação, restauração, reabilitação e manutenção dos conjuntos históricos. Revitalização seria ‘manter as funções apropriadas existentes em particular o comércio e o artesanato e criar outras novas que, para serem viáveis a longo prazo, deveriam ser compatíveis com o contexto econômico e social, urbano e regional ou nacional em que se inserem [...]’ (RUBINO, 2009, p.35)”.

intervenção pontuais, se destinasse a recuperar o conjunto da cidade [...] (p.52)”. Assim, Barcelona passou a exportar seu modelo de planejamento para o mundo todo, especialmente para a América Latina.

Sanchez (2003) reforça a ideia apresentada por Arantes (2000) acerca da experiência acumulada de gestão urbana de esquerda em Barcelona. Também relata que a equipe que assumiu o governo em 1979 estabeleceu um compromisso de sempre tecer diálogos com os setores organizados e de fortalecer a participação popular. Para a autora, esta equipe demonstrou interesse em “[...] garantir que os investimentos em infraestrutura fossem investimentos socialmente redistributivos, em termos de equalização das condições de vida urbana nos espaços da cidade (p.219)”.

No entanto, acredita que, quando, em 1986, Barcelona foi anunciada como cidade-sede dos Jogos Olímpicos de 1992, as políticas urbanas pensadas para a cidade sofreram alterações drásticas. O projeto de cidade que saiu vitorioso foi regido pelo mercado e, por consequência, um projeto que intensifica o refluxo dos movimentos sociais, uma desmobilização das organizações pautadas num ideário crítico e uma desmemória da sociedade urbana. Perdendo, assim,

[...] a oportunidade histórica de mostrar que a esquerda governaria com novo estilo, a serviço de todos os cidadãos, com uma política de diálogo com as organizações populares e com uma prática urbanística que garantisse, quanto ao solo urbano, a soberania do interesse público sobre o interesse privado. (SÁNCHEZ, 2003, p.229)

A fim de retomar as discussões sobre a intensa exportação do “modelo de planejamento Barcelona” para o mundo, especialmente para a América Latina, abordaremos o caso brasileiro. Não foi à toa que a prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, organizou em 1996 um seminário que contou com a participação e colaboração de urbanistas catalães. Segundo Mascarenhas (2011a), a equipe catalã foi convidada a contribuir no processo de planejamento dos Jogos Olímpicos de 2004, jogos que, à época, o Rio de Janeiro estava pleiteando sediar.

O projeto apresentado na candidatura guardava muitas semelhanças com o projeto executado em Barcelona, sobretudo no que diz respeito às “[...] intervenções urbanísticas pautada na redistribuição espacial dos equipamentos, no aproveitamento racional dos recursos e da infraestrutura existente e na revitalização de áreas em obsolescência (p.49)”. Entretanto, o Brasil e a cidade do Rio de Janeiro não foram escolhidas para sediar os Jogos de 2004, como sabemos, a Grécia e sua cidade Atenas foram as responsáveis pela empreitada.

Entretanto, o Rio de Janeiro insistiu na tentativa de se inserir no novo mapa do mundo e aplicar o urbanismo olímpico. Assim, em 2002, conquistou o direito de sediar os Jogos Pan-Americanos de 2007 e, em 2009, ganhou o direito de sediar os Jogos Olímpicos de 2016⁵¹. Assim como em 1996, no período de preparação para os Jogos Pan-Americanos de 2007, o prefeito da cidade do Rio de Janeiro era César Maia. Em conformidade com Mascarenhas (2011b), Maia era um “[...] ex-militante de esquerda, convertido ao receituário neoliberal [...] (p. 49)”. Inclusive, já se elegeu para seu primeiro mandato (1993-1996) com o discurso do crescimento econômico e enquanto prefeito eleito aposta numa gestão em parceria aberta com o grande capital.

Apesar disso, durante a candidatura para os Jogos de 2004, Cesar Maia parece inclinando a executar o projeto semelhante ao de Barcelona. O mesmo não acontece com os Jogos Pan-Americanos de 2007, onde ele parece muito mais preocupado com “[...] as vantagens econômicas e políticas da ampla coalizão e com a retórica de projeção mundial da imagem urbana (p.52)”. Projeto que se concretizou, visto que, em conformidade com Mascarenhas (2011b), o orçamento estipulado inicialmente para a realização do Pan-2007 era de cerca de 260 milhões de dólares, entretanto, cada vez que os projetos precisaram ser revistos, o valor necessário para a conclusão das obras foi aumentando.

Ao final dos Jogos, o valor gasto para conclusão das obras foi de 3,7 bilhões de reais, isto é, oito vezes maior que o valor estimado durante a candidatura, o que tornou esta edição a mais cara de toda a história do Jogos Pan-Americanos. Além disso, “[...] muito pouco se investiu no esporte em si (apenas 7% do gasto municipal para o evento), na formação de talentos, de forma que os atletas reivindicaram mais atenção e investimento [...] (p.51)”. No que diz respeito ao acesso social e ao controle público dos equipamentos, as decisões tomadas pela atual gestão da cidade foram ainda piores, pois

[...] o recurso utilizado pelo poder público municipal de conceder à iniciativa privada parte dos equipamentos utilizados nos Jogos Pan-Americanos de 2007 acirrou processos e disputas já existentes de exclusão socioespacial, contribuindo, sobremaneira, para um modelo – em curso – de cidade ainda mais excludente e segregador. Portanto, pode-se avaliar que houve um retorno social inexpressivo do legado deixado para a cidade, na medida em que pouco são os espaços que podem

⁵¹ Salientamos que, tendo em vista os objetivos deste trabalho, não apresentaremos informações detalhadas sobre todos os eventos esportivos citados no início deste capítulo. Neste momento, comentaremos brevemente sobre dois megaeventos que centralizaram suas atividades em uma única cidade, o Pan 2007 e as Olimpíadas 2016. Já nos próximos capítulos, direcionaremos nossa atenção para os megaeventos que têm o futebol como prática exclusiva. Com isto, não queremos afirmar que os impactos causados por eventos esportivos que agregam várias modalidades esportivas são menores, mas sim que analisar os campeonatos de futebol nos auxiliará mais durante este percurso para entender as refrações da realização de um megaevento esportivo nas práticas torcedoras.

ser efetivamente utilizados pela população como área de lazer (SÁNCHEZ *et al.*, 2011, p. 113).

O Dossiê de candidatura do Rio de Janeiro à sede dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2016 (2009), documento elaborado pelo Comitê de Candidatura Rio 2016⁵² para apreciação do Comitê Olímpico Internacional, revela o quanto os gestores cariocas ainda estavam empenhados em aplicar o urbanismo olímpico na cidade, mesmo depois de já ter sediado o megaevento esportivo Jogos Pan-Americanos de 2007.

As páginas iniciais do documento deixam claro a tentativa do Comitê de Candidatura Rio 2016 de reforçar a ideia de que a cidade do Rio de Janeiro era capaz de receber um evento esportivo desta magnitude. As justificativas apresentadas foram: a cidade recebeu dois anos antes um evento com características semelhantes, o que revela que os gestores já conheciam minimamente a “receita do sucesso”; por conta do evento citado anteriormente, a cidade já contava com diversos equipamentos esportivos adequados para utilização durante os Jogos; as três esferas de governo (municipal, estadual e federal) estavam com os interesses alinhados e dispostas a trabalhar em conjunto para garantir o sucesso da empreitada; havia um clima político favorável à realização do evento, visto que as pesquisas apontavam que os moradores do Rio de Janeiro e até de outras cidades estavam animados com a possibilidade de receber o evento e ansiosos para acompanhar e/ou trabalhar como voluntários durante os Jogos⁵³ e que diversos partidos políticos⁵⁴ já haviam sinalizado o apoio

⁵² “[...] O Comitê de Candidatura Rio 2016 se relaciona diretamente com a Secretaria de Estado de Esporte e, quando necessário, diretamente com o Governador e demais Secretarias de Estado envolvidas (DOSSIÊ DE CANDIDATURA DO RIO DE JANEIRO A SEDE DOS JOGOS OLÍMPICOS E PARAOLÍMPICOS DE 2016, 2009, p. 50)”.

⁵³ “Pesquisas de opinião pública conduzidas com os 1,4 milhões de espectadores durante os Jogos Pan-americanos Rio 2007 pela IDSM Market Analysis indicaram um grande nível de apoio à candidatura Rio 2016, com 95% dos espectadores entrevistados expressando o seu apoio aos Jogos Rio 2016”. O Ibope Inteligência também efetuou uma pesquisa, a amostra era “[...] composta por homens e mulheres de todas as classes sociais, maiores de 16 anos, em um total de 805 entrevistados da cidade do Rio de Janeiro, 1.008 do estado do Rio de Janeiro e 2.002 de outros estados do país. Essa pesquisa revelou um crescimento constante no apoio popular à candidatura Rio 2016. Um resumo das respostas revela que: 82% dos entrevistados no estado do Rio de Janeiro apoiam a candidatura Rio 2016 (contra 78% na pesquisa de outubro de 2007); 71% dos entrevistados na pesquisa nacional são a favor de que o Rio de Janeiro seja a cidade-sede dos Jogos (contra 60% na pesquisa de outubro de 2007); 56% dos jovens de 16 a 24 anos, que moram no Rio de Janeiro, gostariam de ser voluntários durante os Jogos Rio 2016, um aumento de 10 pontos percentuais em apenas um ano (46% na pesquisa de outubro de 2007)”. (DOSSIÊ DE CANDIDATURA DO RIO DE JANEIRO A SEDE DOS JOGOS OLÍMPICOS E PARAOLÍMPICOS DE 2016, 2009, p. 58).

⁵⁴ De acordo com o Dossiê de candidatura do Rio de Janeiro, a sede dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2016 (2009), todo os níveis de Governo e os principais partidos políticos aprovaram e demonstraram total apoio à Candidatura Rio 2016, esse apoio foi materializado “[...] através de uma variedade de Decretos, assim como de moções de apoio das Assembleias Legislativas (p.54)”.

para candidatura; e que o Brasil apresentava uma economia forte e estável, apesar da crise econômica mundial⁵⁵ que estava transcorrendo durante o período.

O documento também sinaliza quais são as motivações para a candidatura. As respostas apresentadas foram: o interesse em criar um elo entre os esportes Olímpicos e Paraolímpicos e o espírito festivo carioca; o interesse em iniciar uma transformação social através do esporte, por meio das instalações esportivas construídas e dos programas de incentivo às práticas esportivas para os jovens; a expectativa de trazer vantagens sustentáveis⁵⁶ para o Brasil; a possibilidade de construir uma nova estrutura urbana na cidade; e a promoção global e, por consequência, o *status* de destino turístico, especialmente por conta da exposição midiática⁵⁷. Destacamos o quanto as duas últimas justificativas estão alinhadas aos comentários realizados por Arantes (2000), Sánchez (2003) e Mascarenhas (2011a) sobre os fatores que levam uma cidade a se candidatar à sede de um megaevento esportivo.

De acordo com o Dossiê Megaeventos e Violações dos Direitos Humanos no Rio de Janeiro (2015), produzido pelo Comitê Popular da Copa e Olimpíadas do Rio de Janeiro⁵⁸,

⁵⁵ O Comitê de Candidatura Rio 2016 está se referindo à crise de valor de ativos imobiliários de 2008, que teve como epicentro o sudeste dos Estados Unidos e a Flórida, mas que logo se globalizou. Para mais informações sobre o assunto, ver Harvey (2014).

⁵⁶ De acordo com Ribeiro (2008), o termo “Sustentabilidade” não significa apenas conservação e proteção ambiental. Na verdade, ele “[...] contempla também aspectos de ordem econômica e social, buscando minimizar danos econômicos e ambientais a longo prazo [...] (p.107)”. Assim, ao discutir a realização de Megaeventos Esportivos, é necessário considerar que as instalações esportivas causam forte impacto físico no ambiente urbano, portanto, cabe ao planejador “[...] visualizar esse impacto e o alcance de suas consequências, tanto positivas quanto negativas (p.107)”. Para o autor, uma instalação esportiva poder ser considerada sustentável quando estão “[...] previstos e assegurados os recursos necessários à sua manutenção e contínua operação, ao mesmo tempo em que contribua para o incremento das futuras oportunidades do “esporte para todos” e a integridade do ambiente natural onde se insere (p.107)”.

⁵⁷ Para que o leitor tenha dimensão do volume de exposição midiática que uma cidade-sede de um megaevento esportivo é submetida durante o período de realização do evento, apresentaremos números de dois modelos de megaeventos esportivos, um de primeira ordem e outro de segunda ordem. Silva e Rizzuti (2008) é quem nos apresenta informações de um megaevento de primeira ordem, mais especificamente de uma Olimpíada. De acordo com as autoras, em 2004, nos Jogos Olímpicos em Atenas, foram geradas “[...] 34,6 bilhões de horas globais de utilização de TV. Isso significa uma média de 6 horas por ser humano que estavam assistindo aos Jogos Olímpicos, conhecendo Atenas e participando dos eventos de alguma maneira [...] (p. 94). Já Varotti (2016) nos revela dados de um megaevento de segunda ordem, mais especificamente do Grande Prêmio de Fórmula 1 do Brasil. O autor, a partir de dados apresentado pela Prefeitura Municipal de São Paulo, relatou que o evento atraiu um volume de “[...] US\$ 234,3 milhões em mídia, totalizando mais de 5,6 mil matérias publicadas em veículos de imprensa, em 22 idiomas (p.60)”. Além disso, em 2007, “[...] foi o segundo evento esportivo de maior audiência no mundo naquele ano, com audiência média de 78 milhões de pessoas [...] (p.61)”, ficando atrás apenas do Superbowl, jogo final da Liga de Futebol Americano, que reuniu uma audiência média de 98 milhões de pessoas.

⁵⁸ O Comitê Popular da Copa e das Olimpíadas do Rio de Janeiro foi uma articulação que reuniu organizações populares, sindicais, organizações não governamentais, pesquisadores, estudantes, atingidos pelas intervenções da Copa e das Olimpíadas e pessoas diversas comprometidas com a luta pela justiça social e pelo direito à

alguns dos resultados obtidos ao longo do evento e depois dele destoam consideravelmente da proposta apresentada pelo Comitê de Candidatura. Para os elaboradores do Dossiê, ficou evidenciado: ausência de um legado esportivo que beneficiasse o conjunto da cidade do Rio de Janeiro e que democratizasse o acesso da população aos equipamentos esportivos; o não aproveitamento de equipamentos construídos previamente, como foi o caso do Parque Aquático Maria Lenk⁵⁹; e que a infraestrutura pensada para o evento, sobretudo a de mobilidade urbana, não garantiu o bem-estar e o respeito aos direitos humanos dos moradores da cidade. Com isto, não queremos dizer que parte das obras executadas não amenizaram alguns problemas pontuais da urbe, mas sim que foram insuficientes para suprir a real demanda da cidade.

Outras consequências negativas das Olimpíadas de 2016 foram observadas por pesquisadores e sentidas pelos moradores da cidade, como: a remoção de milhares de famílias, por meio da coação e da violência institucional, a fim de garantir o uso da terra ocupada por esses indivíduos para a construção da infraestrutura necessária ao evento ou para expulsão de indivíduos mais pobres das regiões mais valorizadas da cidade; crescimento da militarização na cidade, através de uma política de segurança belicista e racista, ação que atingiu e ainda atinge principalmente jovens negros moradores de favelas; repressão ao trabalho ambulante e ao comércio informal; precarização do trabalho promovida pelos consórcios de empresas e reforçada pela omissão dos órgãos fiscalizadores locais; e violação do direito à informação e à transparência da gestão pública.

Sobre esta última consequência, o Dossiê revela que os custos da Olimpíada foram superiores aos que foram propostos no período da candidatura e superiores aos que foram divulgados oficialmente. Além disso, os gastos do setor privado foram menores do que os gastos do setor público, contrariando aquilo que havia sido proposto. Revela ainda que a divulgação das informações referentes ao custos com o evento só foram divulgadas faltando dez meses para o início do Jogos e só ocorreu após denúncia da imprensa. Não é à toa que

cidade. A proposta do Comitê era mobilizar uma ampla rede de organizações sociais, com protagonismo das comunidades direta e indiretamente afetadas, para monitorar as intervenções públicas e privadas relacionadas aos megaeventos esportivos no Rio de Janeiro.

⁵⁹ “O Parque Aquático Maria Lenk foi construído com recursos públicos em 2007, ao custo de R\$ 85 milhões, para abrigar as competições de esportes aquáticos do Pan 2007. Contudo, o que serviu para os Jogos Pan-Americanos, não servirá para os Jogos Olímpicos, que têm como prerrogativa do Comitê Olímpico Internacional uma instalação que abrigue cerca de 15 mil espectadores e que possua cobertura. [...] (COMITÊ POPULAR DA COPA E OLIMPÍADAS DO RIO DE JANEIRO, 2015, p. 92)”.

diversos sites de jornalismo esportivo se referiam às Olimpíadas de 2016 como “Jogos obscuros”.

Vale ressaltar que, para o mercado, as Olimpíadas Rio 2016 trouxe consequências positivas, como: a valorização imobiliária na cidade e a privatização de diversos espaços públicos. Por fim, os elaboradores do Dossiê acreditam que a Olimpíada Rio 2016 “são os jogos da exclusão”, isto porque, “[...] usando a força simbólica que o esporte tem, os governantes legitimam um projeto de cidade que gera especulação imobiliária, entrega equipamentos públicos para grupos privados e promove desigualdades socioespaciais (p. 67)”.

Diante do exposto, concordamos com Penna (2013) quando ela afirma que os megaeventos esportivos têm contribuído para uma maior expropriação da riqueza e uma precarização ainda maior da classe trabalhadora, que está sendo submetida a condições de trabalho ainda mais instáveis nos dias em que os jogos são realizados e se vê impedida de acessar direitos há muitos conquistados, como o direito à cidade e o direito ao estádio. Para a autora, estes eventos não contribuem para a “[...] emancipação política dos trabalhadores, nem tampouco para a sua emancipação humana [...] (p.211)”, eles apenas respondem às “[...] demandas das classes dominantes, legitimando investimentos direcionados a este mercado o qual vem cumprindo o seu papel frente às necessidades de absorção de excedentes de capital [...] (p.210)”. Dito isto, no próximo tópico discutiremos com profundidade a candidatura, a preparação e a realização do megaevento esportivo Copa do Mundo 2014 no Brasil.

2.4 A “copa das copas”: o mundial de 2014 no Brasil

“Pela facilidade de ser explorado, este simbolismo faz da Copa uma espécie de petróleo de superfície. Quem detém os royalties é a FIFA, embora ela não os tenha adquirido ou herdado, apenas se apropriado. Ela detém a patente tecnológica e prospecta globalmente. Mas precisa de um lugar para realizar o evento e parece ser bastante persuasiva, pois até o presente não tem faltado interessados. (DAMO, 2012, p. 56)”

Ao tratar da Copa do Mundo de 2014 no Brasil, faz-se necessário refletir sobre todas as etapas de sua preparação. Isto é, esquadrihar as ações realizadas durante a candidatura, o processo de escolha do país-sede e das cidades-sede, o evento em si e o legado. Sabemos que as partidas de futebol previstas no calendário do Mundial de 2014 ocorreram somente entre os dias 12 de junho e 13 de julho de 2014, no entanto, acreditamos que analisar apenas o mês em que o evento ocorreu não é suficiente para compreendermos os interesses

dos agentes envolvidos na preparação e realização do megaevento, para perceber quais ações foram empreendidas com o intuito de cumprir as exigências da entidade organizadora e para avaliar os impactos que este megaevento esportivo causou (e continua causando) no país que o recebeu. Diante disso, apresentaremos uma cronologia da candidatura e preparação do Brasil como país-sede da Copa do Mundo de 2014.

Destacamos que a possibilidade de o Brasil ser escolhido como sede da Copa do Mundo de 2014 iniciou em 2004, período de candidatura dos países para a edição de 2010⁶⁰. Isto porque a FIFA, interessada em sair do circuito Europa-América e explorar novos mercados, propôs um sistema de rodízio. Dessa forma, a cada edição, a Copa do Mundo deveria ser realizada em um continente diferente. Logo, se o torneio de 2002 ocorreu na Ásia, o de 2006 na Europa e o de 2010 estava sendo anunciado para a África, a América do Sul automaticamente ganhava o direito de sediar o de 2014.

Conforme Santos e Góis (2014), mesmo antes do anúncio de que a edição de 2010 da Copa do Mundo ocorreria na África e, portanto, obrigatoriamente a edição de 2014 deveria ocorrer na América do Sul, a CONMEBOL já havia sinalizado, em 2003, o interesse do Brasil, da Argentina e da Colômbia em receber o evento. Entretanto, em 2006, o apoio a dois desses países foi descartado através de uma votação promovida pelas confederações sul-americanas, que por unanimidade escolheram o Brasil como único candidato do continente sul-americano.

Em 2006, há ainda mais um acontecimento que revela que a Copa do Mundo do Brasil já estava sendo costurada. Estamos nos referindo a um encontro entre, Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2010), então presidente do Brasil, com Joseph Blatter⁶¹. Segundo a

⁶⁰ FONTE: FIFA anuncia África do Sul como sede da Copa de 2010. **UOL Esportes**, São Paulo, 15 maio. 2004. Futebol. Disponível em: <https://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas/2004/05/15/ult59u83722.jhtm>. Acesso: 25 jun. 2019.

⁶¹ “Este fora um apagado dirigente de hóquei (seu esporte favorito) e trabalhou como diretor de uma fábrica de relógios de luxo. Foi ali que conheceu Horst Dassler, herdeiro da empresa Adidas e um dos grandes apoiadores – e beneficiados – da ascensão de Havelange ao comando da FIFA. Blatter passou a se ligar a Dassler e em 1975 entrou na FIFA. Seis anos depois tornou-se secretário-geral da organização, mostrando-se fiel a Havelange. No começo da década de 90, porém, na busca por mais poder nos bastidores da organização, Blatter teve rugas com o brasileiro, que tachou o episódio de traição. Mas ao contrário de outros dirigentes da FIFA que entraram em conflito com Havelange, Blatter não perdeu seu cargo na entidade. O jornalista David Yallop afirma que Blatter ficou no cargo em virtude do que ele sabia sobre Havelange, especialmente no que tange às obscuras movimentações financeiras da FIFA. [...] (FARIAS, 2014c, p.192-193)”. Blatter era descrito como “[...] ‘o príncipe escuro do futebol e ‘o ditador não homicida de maior sucesso do século passado’ [...] (RODRIGUES, 2015, p.82)”

página online UOL Esportes, em matéria publicada no dia 28 de setembro de 2006⁶², o diálogo ocorreu durante uma cerimônia no Palácio do Planalto e contou também com a presença de Ricardo Teixeira⁶³. Ao longo da conversa, Blatter ressaltou que havia barreiras para que o Brasil fosse escolhido como país-sede, mas que estas barreiras poderiam ser superadas caso o país demonstrasse que era capaz de organizar um bom evento. Destacamos que o presidente da FIFA estava utilizando como parâmetro de boa organização de uma Copa do Mundo as edições de 2002, na Coreia do Sul e no Japão, e a de 2006, na Alemanha.

Esta matéria nos revela que, já em 2006, as falas dos presidentes da FIFA e da CBF davam pistas sobre como a entidade estava preocupada com a capacidade do Brasil de ofertar a estrutura necessária para a realização do evento; que seriam necessários grandes investimentos para a construção de novos estádios, inclusive, Ricardo Teixeira já sinalizava que tinha interesse em construir dez a doze praças esportivas; que existia o interesse em modernizar os estádios brasileiros; que havia a expectativa de estabelecer parcerias com empresas privadas para a execução das obras; e que a participação do Governo Federal seria primordial para que as obras de infraestrutura, sobretudo nas áreas de transporte e segurança, ocorressem.

É neste momento que percebemos os limites da atuação da FIFA como uma OING. Ainda que tenha sede fixa em uma cidade, não é interessante para ela realizar seus mundiais em sua cidade-sede, posto que é bem mais conveniente permitir que o evento seja itinerante e percorra diversos continentes, ampliando as possibilidades de aumento nos lucros. Desta forma, ela necessita que um país demonstre o interesse em organizar o evento. Portanto, “[...] o seu poder de tomada de decisão é limitado a determinadas arenas da política internacional. Seus recursos e expertise são limitados, principalmente quando a decisão concerne áreas fora do escopo desportivo. [...] (RODRIGUES, 2015, p.52)”, contudo, essas limitações são “[...] enfraquecidas quando se realiza a Copa do Mundo FIFA de Futebol [...] (RODRIGUES, 2015, p.03)”.

⁶² FONTE: BLATTER encontra Lula e diz que Brasil deve se superar para ter a Copa. **UOL Esportes**, São Paulo, 28 set. 2006. Esportes. Disponível em: <https://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas/2006/09/28/ult59u104957.jhtm>. Acesso: 04 jul. 2019.

⁶³ Em conformidade com Farias (2014c), Ricardo Teixeira assumiu a presidência da Confederação Brasileira de Futebol – CBF em 1989, sua candidatura foi apoiada pelo então sogro João Havelange. O autor narra que Teixeira “[...] transformou as seleções brasileiras em máquinas de eficiência – foram 11 títulos mundiais entre 1989 e 2002 – e consolidou a hegemonia do país do futebol. Ao mesmo tempo, porém, sua gestão, a mais longa da história da Confederação, foi o período em que mais jogadores brasileiros foram vendidos ao exterior e em que a maioria dos clubes desenvolveu dependência praticamente absoluta aos desígnios da CBF e ao dinheiro pago pela TV. Além disso, envolveu-se em diversos escândalos administrativos, sobretudo em relação a contratos de publicidade. (FARIAS, 2014c, p.39).”

Assim como Rodrigues (2015), Damo (2012) nos lembra que a FIFA não tem condições de realizar a Copa do Mundo sozinha. O primeiro motivo apontado pelo autor é: o Mundial de Futebol, nos moldes em que é realizado hoje, custa caro. Por isso, a entidade estabelece parcerias com inúmeras empresas multinacionais que possuem interesse em promover seus produtos durante o evento. Entretanto, destacamos que os parceiros que mais investem (ou gastam, se preferir) não são os entes privados, mas sim os entes públicos. O que nos leva ao segundo motivo: a FIFA depende dos Estados Nacionais para ofertar determinadas estruturas necessárias ao evento. Damo (2012) elenca três estruturas fundamentais para a realização da Copa do Mundo que empresas privadas teriam dificuldade de assegurar: “[...] [a] segurança às delegações, autoridades e turistas (torcedores); [b] meios de mobilidade – aéreo e terrestre, entre e dentro das cidades; [c] proteção legal aos seus parceiros e patrocinadores comerciais [...] (p.49)”.

Entretanto, quem apresenta a candidatura à FIFA não é o Estado Nacional, é a federação de futebol local. No caso do Brasil, a CBF. Mas a CBF também tem sua atuação limitada. Isto é, ainda que demonstre publicamente o interesse em organizar um evento esportivo, ela depende da atuação (assim como da autorização e do interesse) do Estado Brasileiro. Uma vez que é o Estado que garantirá alterações nas normas e leis locais, assim como promover adequações na estrutura urbana, política e social nas cidades que serão subsedes do evento. À vista disso, Rodrigues (2015) nos fala que o Estado, ainda que não seja membro direto da FIFA, ao se dispor a organizar a Copa do Mundo, precisa se submeter aos regulamentos e às normas da entidade, dando a ela o poder de influenciar em suas ações e, em alguma medida, relativizar sua soberania.

Dito isto, percebemos que, apesar de não ter tido caráter oficial para fins de consolidação da escolha do Brasil como país-sede da Copa, o encontro mencionado acima entre o Presidente Lula, Joseph Blatter e Ricardo Teixeira revela que as duas federações de futebol e o Estado brasileiro estavam de acordo sobre a realização da Copa do Mundo no país e possuíam interesse em materializar o projeto. Portanto, podemos inferir que a CBF só apresentou a candidatura à FIFA porque estava segura que o Estado Brasileiro não impediria a realização do evento e não apresentaria obstáculos para atender às exigências da entidade organizadora, assim como a FIFA só permitiu que o Brasil permanecesse como candidato à sede e promoveu as incursões no país para avaliação das possíveis cidades-sede por ter recebido garantias do Estado.

Santos e Góis (2014) afirmam que os países da América do Sul tinham até 07 de fevereiro de 2007 para apresentar formalmente o interesse em sediar a Copa do Mundo de

2014, contudo, a FIFA optou por encurtar o prazo e encerrar as inscrições no dia 18 de dezembro de 2006. Apesar da manobra, a Colômbia também se candidatou, mesmo não contando com o apoio da CONMEBOL e da FIFA⁶⁴. Segundo a página online do Jornal O Globo, em matéria publicada no dia 20 de dezembro de 2012⁶⁵, a candidatura de última hora da Colômbia contribuiu para que a CBF realizasse alterações em seus planos para a candidatura. Tendo em vista a concorrência na disputa para sede do Mundial, o Brasil, que estava interessado em concentrar suas ações na elaboração dos projetos e na organização do evento, se viu obrigado a montar uma campanha política que atuasse na defesa de sua candidatura.

No entanto, a Colômbia não manteve a candidatura. Conforme matéria publicada na página online do Jornal Gazeta do Povo, em 11 de abril de 2007⁶⁶, representantes da Colômbia decidiram reavaliar a candidatura após visita ao presidente da FIFA, na Suíça, em março de 2007. Os argumentos apresentados pelos representantes da Colômbia para justificar a desistência foram: o país teria dificuldades em atender a todas as exigências da entidade organizadora; e a candidatura do Brasil possuía mais força, visto que contava com o apoio dos demais países da América do Sul.

Apesar de não ter apoiado a candidatura da Colômbia, o que levou o Brasil a ser o único candidato à sede do Mundial de 2014, de acordo com Leandro Canônico, em matéria publicada pela página online UOL Esportes, em 29 de outubro de 2007⁶⁷, a FIFA estava bastante descontente com o desinteresse dos demais países sul-americanos com o Mundial de futebol. Por conta disso, seu Comitê Executivo decidiu encerrar o sistema de rodízio e abrir livre concorrência para a edição de 2018. Isto significava que qualquer confederação,

⁶⁴ FONTE: COLÔMBIA retira candidatura a sede da Copa de 2014. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 11 abr. 2007. Esportes. Disponível em: <https://diarionordeste.verdesmares.com.br/editorias/jogada/online/colombia-retira-candidatura-a-sede-da-copa-de-2014-1.963779>. Acesso: 15 jul. 2019.

⁶⁵ FONTE: BRASIL contra-ataca na disputa com a Colômbia para ser a sede da Copa de 2014. **O Globo**, Rio de Janeiro, 20 dez. 2006. Atualizado em 10 abr. 2012. Esportes. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/brasil-contra-ataca-na-disputa-com-colombia-para-ser-sede-da-copa-de-2014-4537515>. Acesso: 15 jul. 2019.

⁶⁶ FONTE: COLÔMBIA desiste de tentar sediar a Copa de 2014: País admite dificuldade em competir com o Brasil, que passa a ser candidato único. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 11 abr. 2007. Esportes. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/colombia-desiste-de-tentar-sediar-a-copa-de-2014-aft4otsb2qrcy6ctznlj3w2fi/>. Acesso: 15 jul. 2019.

⁶⁷ FONTE: CANÔNICO, Leandro. Fifa acaba com o rodízio de continentes para sede das Copas. **UOL Esporte**, São Paulo, 29 out. 2007. Esportes. Disponível em: <https://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas/2007/10/29/ult59u135111.jhtm>. Acesso: 15 jul. 2019.

que não fosse do mesmo continente de pelo menos duas Copas anteriores, poderia se candidatar.

A decisão desagradou dirigentes esportivos da América do Norte e Central, que esperavam que o rodízio desse sequência e, por consequência disto, esperavam receber o mundial de 2018; e agradou dirigentes esportivos da Europa, que estavam inconformados com a possibilidade de passar cerca de 20 anos sem receber o evento Copa do Mundo. Acreditamos que alterações nas regras pensadas pela FIFA para nortear a escolha dos países-sede da Copa são esperadas por entendermos que o objetivo principal da entidade é ampliar a possibilidade de lucros a cada evento. Desta forma, no momento em que o sistema de rodízio parou de ser interessante economicamente, a federação o suspendeu. Marchi Júnior *et al.* (2014) nos lembra que esse sistema, embora aparente uma iniciativa democrática e de difusão do futebol, tem como função “[...] expandir os mercados de consumo e garantir significativo retorno aos parceiros comerciais da FIFA [...] (p. 712)”. Isto ocorre porque o fenômeno esportivo contemporâneo é

[...] uma das opções à manutenção e ampliação do modo de produção capitalista. Sob esta perspectiva, o mercado esportivo também vem servindo às necessidades de circulação de grandes massas de capital que passam a operar pelo processo de combinação e/ou migração para novos espaços e fronteiras nacionais, além de distintos setores do mercado mundial. (PENNA, 2013, p. 211)

Dito isto, voltemos nossa atenção para ações realizadas pelos atores sociais locais para promover o Brasil a país-sede de 2014. Em conformidade com a página online Gazeta do Povo, em matéria publicada no dia 31 de julho de 2007⁶⁸, a Confederação Brasileira de Futebol – CBF, na pessoa de seu presidente Ricardo Teixeira, entregou ao presidente da FIFA, Joseph Blatter, um dossiê com a apresentação oficial da candidatura do Brasil para sediar a Copa do Mundo de 2014 no dia 31 de julho de 2007. O documento de quase novecentas páginas apresentou as dezoito⁶⁹ cidades brasileiras que demonstraram interesse em receber as partidas de futebol. Vale destacar que 2007 foi o ano de realização dos Jogos Pan-Americanos no Rio, portanto, o dossiê estava sendo entregue ainda “[...] sob os efeitos da boa impressão causada pelos Jogos [...]”. O Brasil estava se esforçando para apresentar

⁶⁸ FONTE: BRASIL apresenta oficialmente à Fifa candidatura para sediar a Copa de 2014. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 31 jul. 2007. Esportes. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/brasil-apresenta-oficialmente-a-fifa-candidatura-para-sediar-a-copa-de-2014-akvsaab7m0kc3rxqcix3vc1la/>. Acesso: 26 jun. 2019.

⁶⁹ De acordo com Santos e Góis (2014, p.349), as dezoito capitais foram: Belém, Belo Horizonte, Brasília, Campo Grande, Cuiabá, Curitiba, Florianópolis, Fortaleza, Goiânia, Manaus, Maceió, Natal, Porto Alegre, Recife, Rio Branco, Rio de Janeiro Salvador e São Paulo.

uma candidatura consistente, isto é, que demonstrasse que a equipe de planejamento para o Mundial já estava trabalhando e que o país tinha condições de arcar com as despesas e atender as exigências da entidade organizadora.

O anúncio de que o Brasil seria a sede da edição de 2014 ocorreu no dia 30 de outubro de 2007 na cidade de Zurique, na Suíça⁷⁰. De acordo com a página online ESPN, em matéria publicada no dia 30 de outubro de 2017⁷¹, ainda que a possibilidade de escolha de outro país fosse mínima, a delegação optou por adotar um discurso de incerteza antes do anúncio e comemorou bastante quando finalmente Joseph Blatter exibiu o cartão que continha o nome do Brasil estampado sinalizando a confirmação da escolha da entidade.

Conforme mencionamos anteriormente, a Copa do Mundo oferece às cidades candidatas a subsede a oportunidade de ser prestigiada internacionalmente, de ter sua economia movimentada e de angariar recursos para reformas no espaço urbano. Deste modo, quando um país é escolhido como sede do Mundial, diversas cidades suas iniciam a disputa por uma vaga de subsede. Por isso, de acordo com Santos e Góis (2014) e Lacerda *et al* (2013), a entidade organizadora precisou estabelecer alguns critérios para classificar quais cidades estão aptas à sediá-lo ou não. Os critérios são: Estrutura do estádio, rede hoteleira, transporte urbano, aeroportos, segurança pública e opções de lazer.

No caso do Brasil, dezoito cidades concorreram a uma vaga de cidade-sede, ou seja, um número superior à quantidade de vagas ofertadas pela entidade organizadora. Isto fez com que mais um critério fosse adotado, um critério de corte que excluiu cidades com população inferior a 500 mil habitantes. Tal parâmetro foi justificado pelo fato de que “[...] cidades com população muito pequena em geral não apresentam condições de infraestrutura para receber um evento de grande porte como é a Copa do Mundo [...] (SANTOS e GÓIS, 2014, p.349)”. Assim, das dezoito candidatas, apenas doze foram selecionadas. Vale ressaltar que o número de cidades escolhidas foi maior do que a quantidade limite de cidades-sede indicada pela FIFA, que é de oito a dez.

⁷⁰ Uma delegação brasileira viajou para a sede da FIFA a fim de acompanhar o anúncio. Essa delegação foi formada por Lula, presidente na época; Romário, ex-jogador da Seleção Brasileira, campeão da Copa de 1994 e embaixador da candidatura brasileira; Dunga, ex-jogador da Seleção Brasileira, campeão da Copa de 1994 e técnico da seleção na época; Paulo Coelho, escritor brasileiro; Ricardo Teixeira, então presidente da CBF; Orlando Silva Júnior, o então Ministro dos Esportes; e governadores de alguns estados brasileiros.

⁷¹ FONTE: HÁ dez anos, o Brasil era anunciado sede da Copa de 2014, veja alguns personagens daquele dia. **UOL Esportes**, São Paulo, 30 out. 2017. Notícia. Disponível em: http://www.espn.com.br/noticia/739170_ha-dez-anos-brasil-era-anunciado-sede-da-copa-de-2014-veja-alguns-personagens-daquela-dia. Acesso: 25 jun. 2019.

De acordo com Felipe Lobo, em matéria publicada pela página online Trivela, em 26 de maio de 2014⁷², a FIFA opta por escolher apenas de oito a dez cidades-sede por questões econômicas, posto que o campeonato possui curta duração (apenas um mês) e ocorrem apenas sessenta e quatro partidas. Entretanto, a Confederação Brasileira de Futebol – CBF questionou este número e solicitou a ampliação para dezessete cidades-sede. A justificativa utilizada pela entidade foi a de que o Brasil possui dimensões continentais e que, portanto, teria condições de destinar mais recursos para o evento. O número não foi aceito pela entidade organizadora, por isso, fecharam em doze cidades.

Diante disso, concordamos com Santos e Góis (2014), que acreditam que a escolha das cidades, assim como a opção por uma quantidade maior de sedes, foi permeada por critérios políticos. Maricato (2015) acredita que os Megaeventos Esportivos “[...] se apresentam como um tsunami de capitais internacionais que estão esperando o local para atacar. É um assalto à nação, [...] (p.110)”, já que uma “máquina do crescimento” (uma articulação de entidades internacionais, governos e capitais) é posta para funcionar “[...] buscando legitimar, com o urbanismo do espetáculo, gastos pouco explicáveis para um país que ainda tem enorme precariedade nas áreas da saúde, da educação, do saneamento e dos transportes coletivos (p.41)”.

Uma vez escolhido como país-sede, o Brasil precisava se preparar, isto é, cumprir o caderno de encargos da FIFA. Conforme mencionamos anteriormente, ao se dispor a organizar a Copa do Mundo, o país-sede precisa se submeter aos regulamentos e às normas da entidade, dando a ela o poder de influenciar em suas ações e, em alguma medida, relativizar sua soberania. Rodrigues (2015) nos lembra que aceitar ou recusar estas imposições pode determinar se realmente o evento será realizado no país. Desta forma, com o intuito de firmar o compromisso com a entidade organizadora e delinear quais ações seriam permitidas ou proibidas ao longo do evento, o Brasil instituiu a Lei Geral da Copa⁷³.

Esta Lei traduz parte das imposições dispostas no “Contrato de Acolhimento” do Brasil com a entidade “dona” do evento. A Lei Geral, então, não só determina

⁷² FONTE: LOBO, Felipe. Revelações da FIFA sobre escolha das sedes mostram que problema da Copa é quem a organiza. **Trivela**, 26 maio. 2014. Atualizado em 26 maio. 2015. Disponível em: <https://trivela.com.br/revelacoes-da-fifa-sobre-escolha-das-sedes-mostram-que-o-problema-da-copa-e-quem-organiza/>. Acesso: 01 ago. 2019.

⁷³ BRASIL. **Lei nº 12.663 de 5 de Junho de 2012**. Dispõe sobre as medidas relativas à Copa das Confederações FIFA 2013, à Copa do Mundo FIFA 2014 e à Jornada Mundial da Juventude – 2013, que serão realizadas no Brasil; altera as Leis nºs 6.815, de 19 de agosto de 1980, e 10.671, de 15 de maio de 2003; e estabelece concessão de prêmio e de auxílio especial mensal aos jogadores das seleções campeãs do mundo em 1958, 1962 e 1970. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/12663.htm. Acesso: 12 jul. 2019.

medidas brandas para o bom decorrer do evento, nomeadamente determina a proteção da FIFA e de seus parceiros comerciais, inaugurando a discussão jurídica sobre como é possível dar validade a uma lei que atravessa os limites que a legislação civil brasileira regula sobre a livre concorrência, proteção comercial etc. (RODRIGUES, 2015, p.78)

Para a autora supracitada, a aprovação de uma Lei com as características da Lei Geral da Copa, isto é, uma lei pensada para suprir as demandas de uma entidade internacional, surpreende, pois o processo legislativo brasileiro é burocrático, sobretudo quando se trata de normas internacionais. Para que o leitor compreenda a gravidade da interferência da FIFA ao solicitar uma legislação específica para o período de realização do evento, vamos apresentar alguns conceitos de direito constitucional.

De acordo com Celso Neto (2019), o direito brasileiro está orientado a partir do conceito conhecido como “Pirâmide de Kelsen”. Tal conceito foi elaborado pelo jurista austríaco Hans Kelsen⁷⁴ e baseia-se na ideia de que há normas jurídicas inferiores (normas fundadas) que precisam, obrigatoriamente, observar e obedecer às normas jurídicas superiores (normas fundantes). Assim, no ordenamento jurídico brasileiro a hierarquia se estrutura da seguinte forma: Leis Constitucionais; Tratados Internacionais sobre Direitos Humanos; Leis Complementares e Ordinárias; e Normas Infralegais. Isto significa que a Constituição ocupa o topo da pirâmide e que nenhuma outra norma pode opor-se a ela. Destacamos que no cume da pirâmide há tanto as normas constitucionais originárias, aquelas que compõem a Constituição desde que foi elaborada; e, as normas constitucionais derivadas, aquelas que foram adicionadas à Constituição através de emendas.

Contudo, voltemos nossa atenção aos tratados e convenções internacionais e qual lugar eles ocupam no ordenamento jurídico brasileiro. Segundo Borafina (2015), os tratados e convenções internacionais podem ter três hierarquias distintas: 1 – Equivalentes à emenda constitucional: quando são aprovados em cada Casa do Congresso Nacional (Câmara dos Deputados e Senado Federal, em dois turnos, por três quintos dos votos dos respectivos

⁷⁴ “Além de ser amplamente reconhecido como um dos maiores juristas do século passado e sua obra ter influenciado fortemente o pensamento jurídico positivista daquele século, Hans Kelsen também foi um filósofo da política e contribuiu efetivamente com seu pensamento para elaboração de uma teoria da democracia. Durante a década de 1920 o pensamento do jurista austríaco é marcado pela profunda preocupação com a defesa das liberdades do regime democrático, neste contexto identifica-se diversas publicações do autor de cunho filosófico cujo objetivo era o desenvolvimento dos conceitos centrais e análise das problemas enfrentados pelas democracias parlamentares europeias. [...] Hans Kelsen foi um profundo defensor das liberdades democráticas, expressas sobretudo pela salvaguarda dos direitos das minorias, em favor do regime parlamentar e, principalmente, na sua interpretação de que apenas o relativismo filosófico, entendido tanto como pressuposto epistemológico, quanto atitude em relação à realidade, como condição racional para a manutenção do regime democrático (LACERDA, 2019)”.

membros; 2 – Status Supralegal: quando aprovados por procedimento ordinário; e 3 – Lei Ordinária: quando são tratados e convenções internacionais que não versam sobre direitos humanos.

Dessa forma, a Lei Geral da Copa se enquadra no terceiro exemplo da hierarquia referente aos tratados e convenções internacionais, portanto, possui natureza de norma infraconstitucional, logo, está abaixo da Constituição Brasileira⁷⁵. No entanto, alguns trechos do texto da Lei nº12.663 revelam um ataque à primazia da Constituição. Dito isto, destacaremos alguns pontos expressos na Lei Geral da Copa que divergiram das legislações locais e, por isso, geraram questionamentos sobre o enfraquecimento da soberania nacional durante o Mundial de 2014.

Um dos primeiros pontos apresentados na Lei Geral da Copa são as orientações para a proteção e exploração dos direitos comerciais. Esta seção inicia afirmando que o Instituto Nacional de Propriedade Industrial – INPI realizaria o registro de todos os elementos considerados símbolos oficiais do evento, sendo símbolos todos “[...] sinais visivelmente distintivos, emblemas, marcas, logomarcas, mascotes, lemas, hinos e qualquer outro símbolo de titularidade da FIFA [...] (BRASIL, 2012)”. Alguns deles foram mencionados na própria Lei, como o emblema da FIFA, os emblemas da Copa das Confederações FIFA 2013 e da Copa do Mundo FIFA 2014 e os mascotes oficiais dos dois eventos. Destacamos que o texto também expressou que havia o indicativo de que outros símbolos oficiais de titularidade da FIFA poderiam ser acrescentados à lista a qualquer tempo.

Penna (2013) nos alerta que não havia nenhum critério pré-estabelecido que definisse detalhadamente o significado de “símbolos oficiais”, o que dava margem para que uma série de elementos, incluindo bens materiais e imateriais, fossem cadastrados junto ao INPI. Por consequência disso, “[...] mais de mil itens já foram objeto de requisição de registro pela entidade, entre eles o nome de cidades-sede e até o numeral ‘2014’ [...] (p.223)”. Para a autora, a realização da Copa do Mundo no Brasil e a promulgação da Lei Geral da Copa proporcionaram “[...] um processo de privatização da cultura por meio da constituição de direitos de uso exclusivo [...] (p.223)”.

⁷⁵ BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso: 24 jul. 2019.

Destacamos que a exclusividade no uso dos símbolos era estendida apenas às parceiras comerciais⁷⁶ da FIFA, esta exclusividade duraria até 31 de dezembro de 2014, cerca de seis meses após o fim do evento. Portanto, aos demais não era permitido: reproduzir, imitar, falsificar ou modificar indevidamente quaisquer símbolos; importar, exportar, vender, distribuir, oferecer ou expor à venda, ocultar ou manter em estoque os símbolos oficiais ou produtos resultantes da reprodução, imitação, falsificação ou modificação não autorizadas destes símbolos para fins comerciais ou de publicidade; divulgar marcas, produtos ou serviços, com o fim de alcançar vantagem econômica ou publicitária, por meio de associação direta ou indireta com os eventos ou símbolos; expor marcas, negócios, estabelecimentos, produtos, serviços ou praticar atividade promocional não autorizados pela FIFA ou por pessoa por ela indicada, atraindo de qualquer forma a atenção pública nos locais da ocorrência dos eventos, com o fim de obter vantagem econômica ou publicitária (BRASIL, 2012). O não cumprimento das orientações referente à publicidade era considerado ato ilícito, portanto, tratado como crime. A pena prevista era de detenção, de três meses a um ano, ou multa.

De acordo com o Guia de Ingressos Nacional da Copa das Confederações da FIFA Brasil 2013 (2013), a FIFA possui três categorias de aliados comerciais, são eles: os Parceiros, os Patrocinadores e os Apoiadores Nacionais. Conforme Serrano (2014), os Parceiros são aquelas empresas que dão apoio financeiro à entidade não só durante a Copa do Mundo, mas em todos os eventos organizados por ela. Além disso, podem associar as suas marcas à entidade sempre que desejar. Os Patrocinadores são aqueles só podem vincular suas marcas à entidade durante a realização da Copa do Mundo e da Copa das Confederações. Apesar de aparentar ser uma aliança mais limitada, as empresas patrocinadoras podem alcançar altas taxas de lucro através da exposição midiática ao longo dos dois eventos. Já os Apoiadores Nacionais são aquelas empresas que não podem ser associadas à FIFA em escala mundial, mas somente em seu país sede. O Guia de Ingressos (2013) apresenta a lista de empresas que compõem os três níveis de aliança comercial: Nível 1 – Parceiras: Adidas, Coca-Cola, Hyundai, Kia Motors, Emirates, Sony, Visa; Nível 2 – Patrocinadoras: Budweiser, Castrol, Continental, Johnson & Johnson, Mcdonalds, Oi, Seara, Yingli; Nível 3 – Apoiadoras Nacionais: Apex Brasil, Itaú, Liberty Seguros, Chocolates Garoto, WiseUp.

⁷⁶ “[...] XI – Parceiros Comerciais da FIFA: pessoas jurídicas licenciadas ou autorizadas com base em qualquer relação contratual, em relação aos Eventos, bem como os seus subcontratados, com atividades relacionadas aos Eventos, excluindo as entidades referidas nos incisos III, IV e VII a X; [...] (BRASIL, 2012, p. 02)”.

Outro ponto da Lei que merece destaque é o trecho que versa sobre as áreas de restrição comercial e vias de acesso. De acordo com a Lei 12.633, era atribuição da União, do Distrito Federal, dos Estados e dos Municípios (que sediaram partidas do Mundial) garantir que a FIFA e suas parceiras comerciais tivessem condições de divulgar suas marcas com exclusividade. Para isso, foi estabelecido um perímetro de 2km ao redor dos locais oficiais de competição. Logo, todos aqueles que não eram parceiros comerciais da entidade organizadora foram proibidos de distribuir, vender, dar publicidade ou realizar propaganda de produtos e serviços, bem como outras atividades promocionais ou de comércio de rua.

Em conformidade com Penna (2013), esta orientação fere a liberdade e fere o direito ao trabalho, “[...] previstos na Constituição Federal em seus artigos 5º e 6º, além de limitar o direito de ir e vir, também garantido pela Constituição em seu artigo 5º [...] (p. 223)”. Para exemplificar, citaremos o caso de Fortaleza. De acordo com Diana Vasconcelos, em matéria publicada na página online do G1 Ceará, em 19 de junho de 2013⁷⁷, a Secretaria Extraordinária da Copa em Fortaleza – SECOPAFOR emitiu um comunicado com orientações sobre o que seria permitido ou não realizar nos dias em que os jogos do evento organizado pela FIFA aconteceriam na cidade de Fortaleza. Destacamos que algumas das regras já foram aplicadas em 2013, um ano antes da Copa do Mundo, durante a Copa das Confederações.

Segundo a matéria supracitada, a SECOPAFOR determinou que dentro do perímetro de 2 km em volta do estádio Castelão somente poderiam entrar veículos cadastrados⁷⁸, como os que realizam transporte de pessoas com deficiência; os pertencentes a moradores da área; à equipe técnica da FIFA; delegações das seleções; e as equipes de

⁷⁷ FONTE: VASCONCELOS, Diana. Saiba o que é permitido ou não dentro do Castelão em dia de jogo: Por 2 km em volta da Arena, só circulam carros credenciados. Ações de marketing estão proibidas. Fiscais da FIFA vão estar espalhados. **G1 Ceará**, Fortaleza, 19 jun. 2013. Ceará. Notícia. Disponível em: g1.globo.com/ceara/noticia/2013/06/saiba-o-que-e-permitido-ou-nao-dentro-do-castelao-em-dia-de-jogo.html. Acesso: 18 jul. 2019.

⁷⁸ O credenciamento dos veículos foi realizado durante o mês anterior ao evento na Secretaria Municipal de Infraestrutura – SEINF. Para receber a credencial, os moradores que possuíam carro precisaram apresentar Certificado de Registro e Licenciamento de Veículo (CRLV) do automóvel registrado com o endereço do imóvel na zona de restrição, comprovante de endereço atualizado (conta de água, luz ou telefone) e a Carteira Nacional de Habilitação (CNH) no nome do proprietário. Cada endereço poderia cadastrar até dois veículos e a credencial era um adesivo que continha a indicação do número da zona a qual o carro pertencia. Destacamos que mesmo credenciados, os veículos só poderiam circular na zona de restrição até 6h antes do início das partidas. FONTE: PREFEITURA de Fortaleza inicia cadastro de veículo de moradores do Castelão: Credenciamento deve ser feito de 5 a 30 de maio. Moradores devem ir à sede da Secretaria Municipal de Infraestrutura. **G1 Ceará**, Fortaleza, 05 maio. 2014. Ceará. Notícia. Disponível em: <http://g1.globo.com/ceara/noticia/2014/05/prefeitura-de-fortaleza-inicia-cadastro-de-veiculos-de-moradores-do-castelao.html>. Acesso: 18 jul. 2019.

imprensa. Logo, qualquer outro veículo que tentasse circular pelo local em dias de jogos sem autorização corria o risco de ser rebocado. Quanto aos estabelecimentos comerciais de propriedade de moradores da área, eles puderam funcionar, mas com restrições. Portanto, não foi permitido pôr telões do lado externo ou promover ações de marketing para qualquer marca. Na verdade, até mesmo os torcedores, que obrigatoriamente percorreram o perímetro para chegar ao estádio, foram proibidos de usar blusas ou objetos referentes a marcas que não eram as patrocinadoras do evento⁷⁹.

Alguns vendedores ambulantes foram autorizados a trabalhar em dias de jogos, mas todos precisaram se cadastrar com antecedência, tiveram que ficar à 800 metros de distância do estádios e só foram autorizados a vender bebidas das marcas patrocinadoras do evento⁸⁰. Deste modo, acreditamos que, além de interferir na livre circulação e no direito ao trabalho, este ponto da Lei Geral da Copa feriu parte da cultura torcedora local, visto que uma das cenas mais comuns em dias de jogos em diversas cidades, especialmente em Fortaleza, é a aglomeração de torcedores nas ruas de acesso aos estádios. Frequentemente, os torcedores se reúnem fora do estádio, horas antes do início da partida, para consumir bebidas alcoólicas, ingerir lanches rápidos e para socializar com os demais torcedores

⁷⁹ Destacamos que mesmo os torcedores que adquiriram ingresso antecipado para assistir aos jogos da Copa das Confederações e da Copa do Mundo não puderam percorrer as ruas do entorno do estádio livremente com seus veículos particulares ou qualquer outro meio de transporte de sua preferência. Isto porque, a fim de garantir a exigência da FIFA sobre o estabelecimento de um perímetro de segurança de 2 km em volta do estádio, a Prefeitura de Fortaleza montou um esquema especial de trânsito para os dois torneios. Este esquema consistiu na criação de 9 bolsões de estacionamento – localizados na Av. Abolição, no Aeroporto Internacional Pinto Martins, na Universidade de Fortaleza (Unifor), no Cambéba, no Campus do Pici da Universidade Federal do Ceará (UFC) e nos shoppings Iguatemi, Via Sul, Parangaba e North Shopping Jóquei. Desta forma, os torcedores que portavam ingresso para os jogos deveriam se dirigir a um dos bolsões, apresentar o ingresso da partida e pegar gratuitamente um dos expressos com destino ao estádio. O desembarque dos torcedores aconteciam em quatro pontos diferentes, sempre a 2km de distância do estádio. De lá, os torcedores deveriam seguir a pé. FONTE: ESQUEMA de trânsito para a Copa contará com 7 bolsões e 19 linhas especiais de ônibus. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 03 jun. 2014. Diário na Copa. Mobilidade Urbana. Disponível em: <http://blogs.diariodonordeste.com.br/diarionacopa/mobilidade-urbana/esquema-de-transito-para-a-copa-contara-com-7-bolsoes-e-19-linhas-especiais-de-onibus/>. Acesso: 18 jul. 2019.

⁸⁰ Ressaltamos que não só os produtos vendidos pelos ambulantes deveriam ser das marcas parceiras comerciais da FIFA, mas todo o equipamento utilizado por eles deveria fazer referência às marcas. Para isso, os patrocinadores garantiram os uniformes e equipamentos personalizados. Para os três jogos da Copa das Confederações 2013, 200 ambulantes foram cadastrados. Já para trabalhar na área externa da Fan Fest em Fortaleza, foram selecionados 200 vendedores itinerantes e outros 160 para as barracas fixas. FONTE 1: PREFEITURA de Fortaleza cadastra vendedores ambulantes para a Copa das Confederações: apenas produtos dos patrocinadores poderão ser vendidos no entorno da Arena Castelão. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 29 maio. 2013. Editoriais. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/editorias/metro/online/prefeitura-de-fortaleza-cadastra-vendedores-ambulantes-para-a-copa-das-confederacoes-1.826857>. Acesso: 18 jul. 2019. FONTE 2: 360 ambulantes serão cadastrados para trabalhar na área externa da Fan Fest em Fortaleza. **Portal da Copa**, 14 maio. 2014. Exibição Pública. Disponível em: <http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/360-ambulantes-serao-cadastrados-para-trabalhar-na-area-externa-da-fan-fest-em-fortaleza>. Acesso: 18 jul. 2019.

presentes. Desta forma, a cena que se repete semanalmente por todo o país e que por tantas vezes foi observada por nós ao longo da pesquisa de campo não ocorreu durante a Copa do Mundo no Brasil⁸¹.

Ao exigir o estabelecimento de uma área de restrição e determinar que dentro do perímetro montado só fossem vendidos produtos fornecidos por suas empresas parceiras, a FIFA alterou a dinâmica torcedora local. Citamos anteriormente que o torcedores fortalezenses não puderam se aglomerar nas ruas de acesso ao estádio para confraternizar nas horas que antecederam aos jogos, assim como não puderam se dirigir ao estádio com o veículo de sua preferência. No entanto, esta situação não ocorreu somente na capital cearense, outras cidades, como Salvador, foram afetadas por essas regras, sobretudo no que diz respeito à alimentação que comumente é consumida pelos torcedores em dias de jogos.

Segundo Farias (2014c, p.489), a FIFA tentou proibir a comercialização de acarajé dentro do perímetro de 2 km ao redor da Arena Fonte Nova, em Salvador. A entidade alegou que a venda do produto pode ser caracterizada como comércio ambulante e que o óleo utilizado para a produção do alimento representava um risco à segurança dos torcedores. O autor acrescenta que, à época, foi levantado o questionamento se a medida havia sido adotada realmente por uma questão de segurança dos torcedores ou para garantir que os produtos oferecidos pelo Patrocinador Mcdonalds não tivessem concorrência.

Rita Maria Ventura dos Santos, presidente da Associação das Baianas de Acarajé e Vendedoras de Mingau (ABAM), em entrevista concedida a Davi Lemos, publicada na página online do Jornal A Tarde, em 03 de outubro de 2012⁸², classificou como absurda essa decisão, visto que algumas Baianas do Acarajé vendiam seus produtos não só nas ruas de acesso à praça esportiva, mas há tempos ofereciam seus serviços também dentro do estádio.

De acordo com Hieros Vasconcelos Rego, em matéria publicada na página online do Jornal A Tarde, no dia 28 de novembro de 2012⁸³, a decisão da FIFA repercutiu nacional e internacionalmente, sobretudo depois que ex-jogadores e estudiosos da cultura brasileira se pronunciaram publicamente contra a medida. A matéria também nos conta que ABAM

⁸¹ Acompanhar os mapas 1 e 2 apresentados no Anexo A do texto para entender a área de restrição durante os torneios de futebol, assim como o esquema especial de trânsito montado pela SECOPAFOR.

⁸² FONTE: LEMOS, Davi. Regra da FIFA ameaça venda de acarajé em jogos da Copa 2014. **A Tarde**, Salvador, 03 out. 2012. Bahia. Disponível em: <https://atarde.uol.com.br/bahia/salvador/noticias/1457744-regra-da-fifa-ameaca-venda-de-acaraje-em-jogos-da-copa-2014>. Acesso: 25 jul. 2019.

⁸³ FONTE: REGO, Hieros Vasconcelos. Veto ao acarajé na Copa 2014 repercute no país e exterior. **A Tarde**, Salvador, 28 nov. 2012. Bahia. Disponível em: <https://atarde.uol.com.br/bahia/noticias/1470013-veto-ao-acaraje-na-copa-2014-repercute-no-pais-e-exterior>. Acesso: 25 jul. 2019.

protocolou um abaixo-assinado na plataforma internacional conhecida Charge.com⁸⁴. A iniciativa logo ganhou grandes proporções: em apenas um mês reuniu 7.500 assinaturas. O documento foi entregue ao ex-jogador Ronaldo Nazário, o “Fenômeno”, que à época era membro do Comitê Organizador Local da Copa. Devido à pressão, a FIFA voltou atrás na decisão e refez o projeto de alimentação da Arena Fonte Nova, incluindo quiosques para a venda de acarajé.

Penna (2013) afirma que a Lei Geral da Copa também cumpriu o papel de flexibilizar o controle territorial e alfandegário brasileiro, posto que seu capítulo 3 versa sobre quais concessões deveriam ser feitas para garantir a entrada de organizadores e espectadores do evento no país. A FIFA exigiu que fosse concedido visto, sem restrições quanto à nacionalidade, raça ou credo, para todos os membros de sua delegação. Portanto, percebemos que a entidade queria uma facilitação na liberação da entrada de qualquer indivíduo que possuísse algum tipo de vínculo com ela.

Na lista de membros da delegação da FIFA estão inclusos todos os membros do comitê; pessoas jurídicas, domiciliadas ou não no Brasil, de cujo capital total e votante a FIFA detenha ao menos 99%; convidados; qualquer outro indivíduo indicado como membro da delegação; funcionários das Confederações; funcionários das associações estrangeiras; árbitros e demais profissionais designados para trabalhar durante os Eventos; membros das seleções participantes em qualquer das competições, incluindo os médicos das seleções e demais membros da delegação; equipe dos parceiros comerciais; equipe da emissora fonte e das emissoras e das agências de direitos de transmissão; equipe dos prestadores de serviços; clientes de serviços comerciais de hospitalidade; representantes da imprensa; e, espectadores que possuíssem ingressos ou confirmação de aquisição de Ingressos válidos para qualquer evento.

A Lei Geral da Copa também definiu que a venda de todos os ingressos para a Copa das Confederações 2013 e para a Copa do Mundo 2014 deveria ser mediada pela FIFA. Desta forma, a entidade teve total liberdade para fixar os valores que foram cobrados em cada partida. Os ingressos foram subdivididos em quatro categorias, os preços variaram entre as categorias em ordem crescente, sendo o mais elevado o da categoria 1.

De acordo com o Guia do Torcedor para Compra de Ingressos (2014), os ingressos da categoria 1, de preço mais elevado, garantiram aos torcedores acesso aos setores

⁸⁴ FONTE: QUEREMOS baianas e acarajés na Copa de 2014, #baianasnacopa. **Charge.com**. Disponível em: <https://www.change.org/p/queremos-baianas-e-acarajés-na-copa-de-2014-baianasnacopa>. Acesso: 25 jul. 2019.

mais nobres dos estádios, como os camarotes. Os ingressos da categoria 2 garantiram aos torcedores acesso aos assentos localizados entre as arquibancadas centrais e as arquibancadas situadas atrás do gol. Já os ingressos da categoria 3, asseguraram aos torcedores os assentos atrás do gol. Por fim, os ingressos da categoria 4 eram aqueles com preços mais acessíveis e exclusivo para pessoas que residiam no Brasil, uma espécie de ingressos populares aos moldes da FIFA, eles asseguravam assentos atrás do gol e nos pontos mais altos do estádio.

O texto da Lei 12.663 determinava que os ingressos da categoria 4 deveriam ser disponibilizados para todas as partidas das competições, no entanto, a quantidade desses ingressos era limitada. Assim, para a Copa das Confederações 2013, foram ofertados ao menos 50 mil ingressos e para a Copa do Mundo 2014, 300 mil ingressos. Para que o leitor tenha ideia do quanto este número representa, informamos que ao multiplicar a capacidade dos estádios que receberam jogos da Copa das Confederações 2013 pelo número total de partidas que foram realizadas neles e depois somar o número total obtido dos seis estádios, chegamos ao número que representa a capacidade total do evento: 981 mil lugares. Portanto, para o evento de 2013, só foram disponibilizados para a categoria 4 cerca de 5% dos ingressos. Elaboramos o mesmo cálculo para obter a capacidade total do evento de 2014, o resultado foi: 3.538.000 lugares. Logo, só foram disponibilizados para a categoria 4 cerca de 8% dos ingressos⁸⁵.

Além disso, alguns indivíduos puderam adquirir ingressos categoria 4 com desconto de 50%, como os estudantes, pessoas com idade igual ou superior a 60 anos e participantes de programa federal de transferência de renda. Somente pessoas com 60 anos ou mais pôde solicitar meia-entrada nas demais categorias. Farias (2014c, p.506) comenta que a inclusão dessa regra na Lei Geral da Copa deixou a FIFA insatisfeita.

De acordo com Felipe Costa e Leandro Canônico, em matéria publicada na página online do Globo Esporte, no dia 19 de julho de 2013⁸⁶, o ingresso individual mais barato para a Copa do Mundo de 2014 custava R\$ 30,00, este valor correspondia a uma meia-entrada, da categoria 4 e só era válido para jogos da fase de grupo. Já o ingresso mais caro custava R\$ 1.980,00, correspondia a um bilhete da categoria 1 para a final do torneio. Apesar

⁸⁵ No apêndice D deste texto o leitor encontrará quadros com a lista de estádios e cidades que receberam jogos da Copa das Confederações 2013 e da Copa do Mundo de 2014, assim como a capacidade de cada uma das praças esportivas e número total de lugares disponibilizados ao longo dos eventos.

⁸⁶ FONTE: COSTA, Felipe; CANÔNICO, Leandro. Fifa anuncia preços dos ingressos da copa de 2014: de R\$ 30 a R\$ 1.980: valor mais barato é de meia-entrada, na categoria 4, para os jogos da fase de grupo (sem abertura). Primeira fase de venda começa em 20 de agosto. **Globo esporte**, São Paulo, 19 jul. 2013. Futebol. Copa do mundo. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2013/07/fifa-anuncia-precos-dos-ingressos-para-copa-do-mundo-de-2014.html>. Acesso: 24 jul. 2019.

dos valores elevados da categoria 1, Thierry Weil, diretor de marketing da FIFA, afirmou que este foi o torneio que ofereceu os ingressos mais baratos desde a edição de 2002⁸⁷.

A Lei Geral da Copa também estabeleceu as condições de acesso e permanência nos locais oficiais de competição. Desta forma, para ter acesso à praça esportiva, o indivíduo deveria portar o ingresso ou documento de credenciamento, devidamente emitido pela FIFA; não portar objeto que possibilitasse a prática de violência; permitir a realização da revista pessoal pelos seguranças do evento; não exibir cartazes, bandeiras, símbolos ou outros sinais com mensagens ofensivas, de caráter racista, xenófobo ou que estimulam outras formas de discriminação; não entoar xingamentos ou cânticos discriminatórios, racistas ou xenófobos; não arremessar objetos; não portar ou utilizar fogos de artifício ou quaisquer outros materiais pirotécnicos; não invadir o campo e não incitar a invasão; e não utilizar bandeiras, sobretudo as com mastro de bambu ou similares⁸⁸.

Destacamos que essas orientações já eram seguidas nos estádios brasileiros em virtude da Lei nº 10.671 de 15 de maio de 2003⁸⁹, mais conhecida como Estatuto do Torcedor, sobretudo por conta das reformulações apresentadas na Lei nº 12.299 de 27 de julho de 2010⁹⁰. Na verdade, o número de incisos e a redação utilizada no Art. 28 da Lei Geral da Copa, o que versa sobre as condições de acesso e permanência dos locais oficiais de

⁸⁷ Destacamos que os valores dos ingressos ofertados para o Mundial de 2014 variaram por categoria de ingressos, por cidade em que o jogo foi realizado e por grau de importância da partida dentro do torneio. Além disso, a entidade ofertou três modalidades de pacotes para a compra do ingresso. Em conformidade com o Guia do Torcedor para Compra de Ingressos (2014), o primeiro pacote, o Individual Match Ticket, era válido apenas uma partida específica durante a competição; o segundo, o Team Specific Ticket, era destinado para aqueles que tinham interesse em seguir uma seleção e era válido para no mínimo três e no máximo sete partidas envolvendo a seleção escolhida pelo torcedor; o terceiro, o Venue Series Ticket, era destinado para aqueles que optaram em acompanhar o Mundial em um única cidade-sede e, por isso, assistiria a todos os jogos sorteados para ela independente das seleções que a disputariam. Caso o leitor tenha interesse em conhecer os valores dos ingressos de cada modalidade mencionada, sugerimos a leitura dos quadros 19, 20 e 21 do Anexo B deste texto; caso queira conhecer quais os valores dos ingressos de cada setor do Estádio Castelão durante a Copa de 2014, sugerimos a leitura do Mapa 3 do Anexo C.

⁸⁸ Ressaltamos que a Lei Geral da Copa menciona apenas de forma genérica as condições de acesso e permanência nos estádios, os demais detalhes foram divulgados através do Código de Conduta no Estádio elaborado pela própria FIFA. Tendo em vista a extensão da lista de proibições e orientações do Código de Conduta, debateremos com mais profundidade apenas no Capítulo 2 deste trabalho. Caso o leitor tenha interesse em conhecê-los, sugerimos a leitura das páginas 12 a 15 do Guia de Ingressos Nacional da Copa das Confederações da FIFA Brasil 2013.

⁸⁹ BRASIL. **Lei nº 10.671 de 15 de maio de 2003**. Dispõe sobre o Estatuto do Torcedor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.671.htm. Acesso: 01 ago. 2019.

⁹⁰ BRASIL. **Lei nº 12.299 de 27 de julho de 2010**. Dispõe sobre medidas de prevenção e repressão aos fenômenos de violência por ocasião de competições esportivas; altera a Lei nº 10.671, de 15 de maio de 2003; e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/L12299.htm. Acesso: 01 ago. 2019.

competição, é basicamente o mesmo que foi utilizado no Art. 13 do Estatuto do Torcedor, o que versa sobre a segurança do torcedor partícipe do evento esportivo, após as alterações de 2010.

Apesar das semelhanças entre trechos das leis mencionadas, Penna (2013) acredita que há um ponto em que a Lei Geral da Copa contradiz o Estatuto do Torcedor. A autora está se referindo ao Inciso II do Art. 13 da Lei 10.671/2003, que estabelece que os torcedores partícipes dos eventos não podem “[...] portar objetos, bebidas ou substâncias proibidas ou suscetíveis de gerar ou possibilitar a prática de atos de violência [...] (BRASIL, 2003)”. Isto é, o Estatuto do Torcedor prevê a proibição da venda de bebidas alcoólicas em praças esportivas desde 2003. No entanto, a Lei Geral da Copa garantiu a suspensão temporária do inciso que tratava sobre essa questão para atender aos acordos que a FIFA estabeleceu com a AMBEV⁹¹.

“A AMBEV, que é controlada pela Inbev, explora 70% deste mercado só no Brasil, mantendo monopólio entre a Skol, Brahma, Bohemia e Antártica. O contrato FIFA/Inbev foi firmado ainda em 2007, rendendo à FIFA o valor de U\$ 25 milhões ao ano até 2022, resultando em garantias que concedem à Inbev amplo controle sobre este mercado no mundo. Diante desse cenário, não haveria dificuldades para calcularmos qual seria o veredito do Congresso Nacional sobre a liberação ou não da venda de bebidas no interior dos estádios. [...]” (PENNA, 2013, p.222).

Dessa forma, concordamos com Penna (2013) quando ela diz que todo o diálogo que ocorreu em 2012, período em que a Lei Geral da Copa estava prestes a ser discutida e votada no Congresso Nacional, sobre a liberação ou proibição da venda de bebidas alcoólicas nos estádios durante a Copa das Confederações 2013 e a Copa do Mundo 2014 não passou de uma cortina de fumaça. Pois, como vimos, o contrato entre a entidade organizadora dos eventos e a empresa de cervejas já estava firmado há cinco anos. Portanto, tendo em vista que a liberação de bebidas no interior dos estádios “[...] já se tratava de um fato consumado, ou seja, uma questão já resolvida pelo pacto FIFA/Inbev [...] (p.221)”, todo o destaque dado pela mídia para essa discussão foi providencial, pois “[...] retirou de cena aspectos desta lei que eram muito mais nocivos à classe trabalhadora [...] (p. 221)”. Sendo assim, acreditamos que

⁹¹ A AMBEV é uma empresa brasileira que produz bebidas alcoólicas e não alcoólicas. De acordo com sua página oficial, nasceu, em 1999, da união entre as centenárias Cervejaria Brahma e Companhia Antarctica; já atuava no mercado desde 1880 através das cervejarias Companhia Antarctica Paulista e a Manufatura de Cerveja Brahma & Vileger & Companhia; está presente em 19 países; possui 32 cervejarias e 2 maltarias no Brasil; e é dona de 30 marcas de bebidas. Destacamos que a Ambev faz parte da Anheuser-Busch Inbev, conhecida como AB Inbev, que nasceu da união entre a empresa belga da Interbrew e a empresa Anheuser-Busch. FONTE: SOBRE a AMBEV: a construção de um sonho grande. **Cervejaria AMBEV**, São Paulo. Disponível em: <https://www.ambev.com.br/sobre/>. Acesso: 02 ago. 2019.

A Lei Geral da Copa foi aprovada sem alvoroço, ou não foi dada grande visibilidade para a discussão legislativa. Inclusive, as cidades sedes dos jogos da Copa também tiveram que assinar um contrato de adesão para efetivar as exigências da instituição. Portanto, nota-se que a proteção da FIFA foi coberta em todas as instâncias possíveis (RODRIGUES, 2015, p.79).

Por fim, Damo (2012) acredita que a escolha do Brasil como país-sede não ocorreu somente porque havia um sistema de rodízio que precisava ser rigorosamente cumprido. Também acredita que a decisão não foi tomada simplesmente porque o então presidente do Brasil, Luis Inácio Lula da Silva (2003-2010), e o então presidente da FIFA, Joseph Blatter fizeram um acordo. Para o autor, o governo brasileiro foi sendo paulatinamente seduzido por dirigentes esportivos e convencido de que a ação traria benefícios ao país, o que não significa que o governo desconhecia os riscos de preparar um megaevento esportivo.

O autor também avalia que seria um equívoco dizer que “[...] Lula deveria ter dito não à Blatter, à Teixeira e tantos quantos tivessem insinuado em realizar a Copa no Brasil [...] (p.47)”, pois “[...] a oportunidade era sedutora, e diria mesmo constrangedora, como seria a qualquer outro presidente naquelas circunstâncias [...] (p.47)”. Não é que o presidente não pudesse dizer não, ele poderia, contudo, iria ter que arcar com o ônus, sobretudo político, de sua decisão, visto que as pesquisas realizadas na época indicavam que a opinião pública era favorável à realização do evento, o que não significa que havia um consenso.

Dito isto, no próximo capítulo discutiremos as transformações nos estádios brasileiros e as refrações para os torcedores e para as torcidas; falaremos dos três ciclos de construção de estádios no país e apresentaremos as diferenças entre os *estádios das massas* e as Arenas; falaremos das recomendações e requisitos técnicos para os estádios sugeridos pela FIFA, entidade organizadora do megaevento Copa do Mundo, sobre a condição dos estádios brasileiros no período pré-Copa e apresentaremos os estádios escolhidos como palco do Mundial de Futebol e quais as adaptações feitas em cada um deles; por fim, comentaremos sobre a dificuldade de sustentação financeira de três Arenas localizadas no Nordeste, com destaque para a Arena Castelão.

3 “NÃO QUERO CADEIRA NUMERADA, VOU FICAR NA ARQUIBANCADA PRA SENTIR MAIS EMOÇÃO⁹²”: OS EFEITOS DA REALIZAÇÃO DE MEGAEVENTOS ESPORTIVOS NO BRASIL PARA AS PRÁTICAS TORCEDORAS

A frase que nomeia este capítulo é o trecho de uma música chamada “O campeão”. Ela foi composta pelo sambista e flamenguista Neguinho da Beija-flor em 1979 à pedido de um amigo vascaíno, em um período em que ele não era conhecido no meio musical. Ao elaborar a letra, Neguinho da Beija-flor faz referência ao Vasco da Gama no trecho “*Vou torcer pro Vasco que sou fã*”. Contudo, percebeu que a música poderia conquistar torcedores de diversos clubes do país, por isso, alterou o trecho que citamos para “*Vou torcer pro time que sou fã*”. A música só passou a fazer sucesso quando o compositor conheceu um rapaz que trabalhava no sistema de som do Estádio Maracanã. Os dois fizeram um acordo: o rapaz tocava a música antes de um jogo e Neguinho da Beija-Flor distribuiria duzentos mil panfletos com a letra na porta do estádio.

O dia escolhido pelos dois foi a final do Campeonato Brasileiro – Série A de 1980, partida que seria disputada entre Flamengo e Atlético Mineiro. O cantor imprimiu os panfletos, reuniu os amigos e foi até os portões do Estádio Maracanã para realizar a distribuição dos panfletos para os torcedores. O rapaz responsável pelo sistema de som do estádio pôs a música para tocar diversas vezes seguidas. A ação surtiu efeito quase que imediato, pois, em um determinado momento da partida, os milhares de torcedores que ocupavam as arquibancadas naquele dia já haviam decorado a letra da música e a cantavam repetidamente.⁹³

O cantor e compositor acredita que a sua música fez sucesso em virtude da ajuda de seus amigos e porque foi agraciado pela sorte. Acreditamos que o sucesso ocorreu porque os torcedores se identificaram com a letra da música, uma vez que ela narra as sensações e as emoções que uma partida de futebol desperta em um torcedor. Estas sensações e emoções

⁹² Trecho da música “O campeão – Domingo eu vou ao Maracanã”, que tem como intérprete e compositor Neguinho da Beija-flor. Fonte: **Youtube**, 20 jun. 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=i8BG6m3xEbE>. Acesso: 26 ago. 2019.

⁹³ As informações sobre a história da música “O Campeão” foram obtidas em uma entrevista concedida por Neguinho da Beija-Flor ao jornalista esportivo Tino Marcos. A reportagem intitulada “Conheça a origem do clássico Domingo, eu vou ao Maracanã” foi exibida no dia 28 de maio de 2013 no programa esportivo Globo Esporte da emissora de televisão “Globo”. FONTE: CONHEÇA a origem do clássico ‘Domingo, eu vou ao Maracanã’. **Globo Esporte**, Rio de Janeiro, 28 maio. 2013. Globo Play. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/2600420/>. Acesso: 26 ago. 2019.

são: a expectativa por uma partida, sobretudo as que são mais importantes, como a final de um campeonato; o desejo de utilizar materiais, como foguetes e bandeiras, para realizar uma festa para seu clube; e a alegria de ocupar a arquibancada de um estádio.

Desta forma, escolhemos citar esta música na abertura do capítulo que versará sobre a transformação dos estádios brasileiros, sobretudo após as reformas para a Copa do Mundo de 2014 em que os equipamentos foram remodelados para Arenas, por ela cantar a emoção que um indivíduo sente ao ocupar a arquibancada. Para entender mais sobre essa emoção, perguntamos aos torcedores e às torcedoras que entrevistamos o que o estádio representa para eles e elas. Destacamos que os entrevistados e as entrevistadas não declararam apenas um significado, na verdade, as suas falas apontam mais de uma representação. Representações estas que, por vezes, repetiram-se na fala dos demais.

Desse modo, apresentaremos quais respostas foram dadas pelos torcedores e torcedoras e com qual frequência elas foram citadas, a saber: dois consideram que o estádio é parte da sua vida; dois declararam que é sua segunda casa; três se referiram à arquibancada como sendo seu espaço de diversão; um afirmou que o estádio também é local de trabalho, uma vez que a organização de festas na arquibancada demanda tempo, planejamento e responsabilidade; três afirmaram que é um espaço em que podem suspender seu cotidiano; um acredita que a arquibancada é um espaço que passa emoção; dois consideram um local de encontro, sobretudo para rever os amigos; três declararam que a arquibancada é o local em que pode extravasar suas energias; e um acredita que a arquibancada é local de comemoração e tristeza, simultaneamente. Segue alguns dos relatos:

No começo era mais pela diversão mesmo né, a brincadeira, a coisa pra desopilar. Depois que a gente começou a se enturmar mais com a questão de festa, aí virou meio que um trabalho também. Eu gosto de fazer isso, de não tá mais só pela diversão. Tem a diversão, mas também tem o trabalho. Então, pra mim, é uma maneira de desopilar, de liberar a rotina do dia a dia, mas também tem a questão da responsabilidade, pelo trabalho (Entrevistado 1 – João. Fortaleza. 13/12/2019).

Digamos que, hoje, o estádio é nosso *point* de diversão. A gente vive hoje uma sociedade totalmente diferente do que a gente vivia no passado, onde muitos dos jovens estão aí sem uma orientação, digamos que madura, pra dar continuidade a uma vida ‘progressa’, né. E a gente, hoje, tá fazendo com que o estádio vire o nosso lazer, entendeu? Deixou de ser um hobby, seja o nosso lazer. Não só pra mim, mas pra muita gente, tá sendo uma válvula de escape o futebol. É isso. (Entrevistado 5 – José. Fortaleza. 25/01/2020).

O estádio representa acho que... como eu posso falar? Um canto de alegria; de lazer, proporciona lazer, né, muitas vezes tá com problema e lá no estádio a gente esquece mais os problemas; encontra nossos amigos; faz o que a gente gosta, né. Especificamente, o que eu gosto é tocar na Bateria. (Entrevistado 8 – Francisco. Fortaleza. 17/02/2020).

Outro motivo de termos escolhido a música o “O campeão” para iniciar este capítulo foi o fato dela narrar as vivências de um torcedor que ocupou os estádios brasileiros na era dos “Estádios das massas (MASCARENHAS, 2014)”⁹⁴. Este período, que iniciou nos anos 1970 – devido ao interesse da Ditadura Militar (1964-1985) em potencializar o futebol no país e utilizá-lo como mecanismo de propaganda política –, possui as seguintes características: a capacidade dos estádios brasileiros era maior do que as das atuais Arenas; os torcedores superlotavam as arquibancadas; os torcedores tinham a possibilidade de adquirir ingressos à baixo custo; os materiais pirotécnicos eram permitidos; havia setores que permitiam a livre fruição dos corpos que desejavam demonstrar o amor ao clube através de suas danças e coreografias; e não havia cadeira numerada.

Apesar de alguns dos estádios construídos na era dos “Estádios das Massas” ainda estarem em uso, parte das características citadas acima se perderam ou precisaram ser alteradas quando estes equipamentos foram submetidos à reforma e, por consequência disto, adquiriram o *status* de “Arena”. Tais reformas foram requisitadas quando o Brasil foi escolhido como país-sede da Copa do Mundo, uma vez que a entidade organizadora possui um modelo padrão de estádio que deve ser acatado pelo país-sede.

Desta forma, neste capítulo debateremos sobre as transformações nos estádios brasileiros e as refrações para os torcedores e para as torcidas. Para isso, dividimos o capítulo em três tópicos. No primeiro debateremos sobre os três ciclos de construção de estádios no país e apresentaremos as diferenças entre os *estádios das massas* e as Arenas. No segundo discutiremos sobre as recomendações e requisitos técnicos para os estádios sugeridos pela FIFA, entidade organizadora do megaevento Copa do Mundo; falaremos sobre a condição dos estádios brasileiros no período pré-Copa; apresentaremos os estádios escolhidos como palco do Mundial de Futebol e quais as adaptações feitas em cada um deles; e comentaremos sobre a dificuldade de sustentação financeira de três Arenas localizadas no Nordeste. No terceiro apresentaremos informações sobre a reforma, gestão e ocupação do Estádio Castelão.

3.1 Os ciclos de construção dos estádios brasileiros

O estádio [...] é o templo do futebol, local onde os torcedores depositam sua fé na esperança da vitória de seu time, onde os atores se apresentam. Jogadores apresentam o balé da bola. Torcedores orquestram a sinfonia da vitória e comungam com outros torcedores suas realizações. Espetáculo grandioso. Templo de convergência de todas as aspirações de um torcedor. Estádio do seu time. O seu

⁹⁴ Abordaremos o conceito de “Estádio das Massas” e “Arena” com mais detalhes ainda neste capítulo.

estádio. Patrimônio querido e irretocável. Um terreno sagrado. (MORATO, 2005, p.82-83)

Conforme vimos no capítulo anterior, desde a primeira década do século XX o Brasil participa e sedia eventos esportivos internacionais. Também vimos que os primeiros eventos organizados no país não demandavam grandes equipamentos esportivos e não contavam com contribuições financeiras do poder público. À título de exemplo, citamos o Estádio das Laranjeiras, no Rio de Janeiro, primeiro estádio de concreto a ser erguido no país. Este estádio foi construído para receber o Campeonato Sul-Americano de Seleções; inicialmente, comportava apenas 18 mil torcedores; e pertencia ao Fluminense Football Club.

Segundo Mascarenhas (2011b), o poder público só começa a construir grandes estádios de futebol na década de 1930, sobretudo após a decretação do Estado Novo⁹⁵, em 1937. Denominaremos esse momento de primeiro ciclo de construção de estádios. Destacamos que, neste período, o futebol já estava consolidado como um espetáculo de massas, no entanto, ainda possuía características amadoras. Negreiros (2003) nos conta que a transição para o profissionalismo ocorre justamente nesta fase e por consequência de ações estatais. O autor afirma que o Estado brasileiro traçou estratégias para normatizar o esporte no país; buscou obter o controle sobre as organizações esportivas do país, isto é, as federações esportivas⁹⁶; e investiu na construção de equipamentos. Contudo, ao passo que intensificava

⁹⁵ Em 1937, “[...] Getúlio Vargas deu um golpe para manter-se no poder e instaurou uma ditadura, conhecida como Estado Novo. Assim, em 10 de novembro de 1937, foi outorgada uma nova Constituição, idealizada e redigida pelo ministro da Justiça, Francisco Campos. A nova Carta incluía vários dispositivos semelhantes aos encontrados em constituições de regimes autoritários vigentes na Europa, como as de Portugal, Espanha e Itália. Com o Congresso Nacional fechado e com a decretação de rigorosas leis de censura, Vargas pôde conduzir o país sem que a oposição pudesse se expressar de forma legal. Para os construtores desse novo Estado, era preciso deixar para trás aquilo que seria o causador de todos os males da nação – o liberalismo. Para eles, a decretação do Estado Novo era o complemento da Revolução de 1930, cujos ideais estavam sendo traiçoeiramente atingidos pela Constituição liberal de 1934. A crise da liberal-democracia exigia uma solução que somente um poder forte, autoritário, estaria em condições de oferecer. O intervencionismo estatal iniciado em 1930, ainda que de forma não ostensiva, seria intensificado e se tornaria a marca dos novos tempos [...] (BRAGA, 20--).”

⁹⁶ Para que o leitor entenda a interferência de Vargas na organização dos esportes no país, citaremos o caso do órgão responsável pelo campeonato cearense. Silva (2017) nos conta que desde que o Campeonato Cearense iniciou suas atividades, quatro ligas estiveram à frente do torneio, foram elas: a Liga Metropolitana Cearense de Futebol, a Associação Desportiva Cearense – ADC, a Federação Cearense Desportiva – FCD e a Federação Cearense de Futebol – FCF. A primeira permaneceu ativa por pouco tempo, apenas de 1915 a 1919, e organizou somente cinco edições do campeonato. A segunda funcionou de 1920 a 1941, entretanto, contava com pouca organização e transparência, visto que de 1920 a 1936 não redigiu sequer um estatuto. Já a terceira, surge a partir de um decreto do então presidente, Getúlio Vargas, que tinha como objetivo “[...] garantir que todas as entidades e federações de esportes do país estivessem subordinadas ao Ministério da Saúde, Educação e Cultura e do Conselho Nacional de Desportos – CND [...] (p. 75)”. Por fim, a última, foi criada em 1972 após o “[...] desmembramento de diversas federações dos mais variados esportes que estavam filiados à FDC, ou seja, a entidade que antes era a responsável pela organização de competições de diversas modalidades esportivas passa a cuidar exclusivamente do futebol [...] (p.76)”.

o controle e aumentava os investimentos nos esportes, Vargas os utilizava para obter benefícios políticos, sobretudo para fortalecer a imagem do regime. Como consequência disto, o esporte “[...] é elevado à condição de símbolo da brasilidade e da integração nacional⁹⁷ [...] (MASCARENHAS, 2011b, p. 77)”.

Tendo em vista os objetivos deste trabalho, trataremos apenas de uma das ações empreendidas por Vargas: a construção de estádios. Para isso, citaremos o caso do Pacaembu, em São Paulo, e do Presidente Vargas, em Fortaleza. Os dois estádios pertencem ao poder público municipal de suas respectivas cidades e foram inauguradas com apenas um ano de diferença, o primeiro em 1940 e o segundo em 1941. Os dois equipamentos permanecem em funcionamento, contudo, são procurados pelos clubes somente como uma alternativa às Arenas, espaço em que mandam mais jogos. Para Negreiros (2003), a construção desses estádios não ocorreu apenas para atender a demanda do futebol local que estava em crescimento, mas também para atender aos anseios por “[...] transformações urbanas, correlacionadas com uma nova postura frente às atividades físicas. [...] (p.145)”.

Ao longo de nossa pesquisa de campo, tivemos a oportunidade de acompanhar um jogo no Pacaembu e cinco no Presidente Vargas. Destacamos que, ainda que os dois estádios tenham passado por reformas ao longo dos anos e, por consequência disto, perdido parte de suas características originais, ainda é possível perceber as diferenças de um estádio que foi erguido neste primeiro ciclo da construção de estádios para um equipamento que foi erguido no segundo (década de 1970) ou no terceiro ciclo (período pré-copa de 2014) de construção.

Os dois estádios estão localizados em áreas centrais de suas cidades; de acordo com o Cadastro Nacional de Estádios de Futebol – CNEF (CBF, 2009a), possuem capacidade para receber 37 mil e 22 mil torcedores, respectivamente, o que está abaixo da capacidade mínima exigida para as Arenas; a distância entre a arquibancada e o campo é curta; não há dois lances de divisão na arquibancada, como uma ala superior e outra inferior; e não há cadeiras retráteis, no caso, o PV conta com pequenas banquetas que demarcam o espaço a ser ocupado individualmente, já o Pacaembu conta apenas com concreto e cimento.

O segundo ciclo de construção de estádios ocorreu na década de 1970, sobretudo durante a gestão de Emílio Garrastazu Médici (1969-1974) e Ernesto Geisel (1974-1979).

⁹⁷ Caso o leitor queira aprofundar a discussão sobre como o futebol passou a ser utilizado como símbolo da identidade nacional brasileira, sugerimos a leitura de Silva (2017), sobretudo do capítulo 2, intitulado *Ela corre pelos campos, atrás dela vem toda nação*: o esporte de origem inglesa que se tornou símbolo da identidade nacional brasileira.

Assim como na ditadura Vargas, a ditadura militar (1964-1985) utilizou os esportes, especialmente o futebol, para controlar as atividades coletivas e forjar uma imagem positiva do regime. De acordo com Leandro Stein, em artigo publicado na página Trivela no dia 02 de abril de 2014⁹⁸, a intenção era “[...] vender o espetáculo do Milagre Econômico, do Plano de Integração Nacional⁹⁹, das obras gigantescas [...]”.

Por isso, realizaram reformas nos antigos estádios e construíram novos; criaram os campeonatos nacionais; aumentaram o número de partidas disputadas em um único ano; e, em especial, utilizaram os próprios jogadores da Seleção Brasileira nas propagandas governamentais. Por esse motivo, Pimenta (1997) afirma que os períodos em que o futebol mais se expandiu e ganhou visibilidade foi nos anos em que o país esteve sob regime de ditaduras.

Mascarenhas (2015) se refere ao segundo ciclo de construção como a “geração estatal de grandes estádios” e se refere aos equipamentos esportivos construídos nessa década como *estádio das massas*. Para o autor, as principais características físicas desses equipamentos são: capacidade para receber um volume significativo de espectadores, estruturas rústicas e simplificadas e ausência de conforto. A arquibancada era feita apenas de cimento e concreto; não possuía assentos, portanto, não havia nada que demarcasse o espaço a ser ocupado individualmente; e contava com poucas estruturas divisórias entre os setores. Mascarenhas (2015) acredita que esses estádios eram sem conforto porque, em partes, foram construídos para receber um público com menor poder aquisitivo. No entanto, também acredita que foram essas mesmas características físicas do equipamento que permitiram ao torcedor “[...] “fazer o estádio a seu modo”, produzir aquele espaço social com certa autonomia [...] (p.07)”.

Segundo o autor, a ausência de barreiras físicas, sobretudo cadeiras, contribuiu para que as arquibancadas fossem tomadas pelo “[...] fenômeno de carnavalização, pela livre e expressão coletiva de movimentos e coreografias, favorecidos então pela ausência de barreiras físicas que hoje ocorrem pela colocação de cadeiras e outros dispositivos exigidos pela FIFA. [...] (MASCARENHAS, 2014, p.228)”. Desta forma, é possível perceber que o

⁹⁸ FONTE: STEIN, Leandro. Ditadura: da criação do Brasileirão aos elefantes brancos, como o futebol entrou no Plano de Integração Nacional. **Trivela**, 02 abr. 2014. Atualizado em 31 mar. 2019. Disponível em: <https://trivela.com.br/da-criacao-brasileirao-aos-elefantes-brancos-como-o-futebol-entrou-plano-de-integracao-nacional/>. Acesso: 26 mar. 2020.

⁹⁹ “[...] O projeto visava criar uma unidade maior entre as diferentes regiões do Brasil e também fomentar o crescimento de áreas antes isoladas. E, assim como a aplicação de políticas desenvolvimentistas, o futebol também faz parte desse processo. (STEIN, 2014)”.

estádio era utilizado como espaço de encontro e de festa. Ressaltamos que os primeiros estádios de grande porte foram construídos em um período que o torcedor trabalhador teve parte dos seus direitos civis e políticos suspensos, logo, esses equipamentos ganharam um novo significado, visto que foram utilizados também como “[...] espaço alternativo de expressão e sociabilidade. [...] (MASCARENHAS, 2015, p. 16)”.

Em conformidade com Mascarenhas (2015), os *estádios das massas* proporcionaram ao torcedor a possibilidade de ser relacionado com o jogo e com os jogadores de uma outra forma. Por exemplo, nos estádios construídos no primeiro ciclo, a distância entre a arquibancada e o campo é curta, logo, o torcedor consegue se fazer ouvir de forma mais fácil e consegue transmitir ao jogador que está em campo sua mensagem de forma individual. Já nos *estádios das massas*, a distância entre arquibancada e campo é mais extensa, portanto, o torcedor que quer comunicar algo aos jogadores, precisa se articular com outros torcedores. Assim, os *estádios das massas* contribuíram para que as opiniões e reivindicações da torcida fossem repassadas ao time através “[...] de cantos e palavras de ordem emitidas pela multidão em coro [...] (p.06)”. Não à toa, o número de agrupamentos de torcedores – inicialmente as *Charangas*¹⁰⁰ e, em seguida, as Torcidas Organizadas – aumentou durante esse período.

Leandro Stein, em artigo publicado na página Trivela no dia 02 de abril de 2014¹⁰¹, nos conta que grande parte dos estádios que foram construídos no segundo ciclo estão localizados nos “[...] bolsões do país que não estavam em pleno desenvolvimento, muitos no Norte e no Nordeste. Eram obras gigantescas para dar visibilidade, uma forma para o governo marcar presença”. Stein nos conta que 52 estádios foram construídos ou ampliados em todas as regiões do país. A distribuição por região se deu da seguinte forma: 14 estádios no Nordeste; 2 no Norte; 20 no Sudeste; 9 no Sul; e 7 no Centro-oeste. Dos 14 estádios localizados no Nordeste, 2 estão no Ceará. O Estádio Municipal Mauro Sampaio, o Romeirão, na cidade de Juazeiro do Norte; e o Estádio Plácido de Aderaldo Castelo, o

¹⁰⁰ Toledo (1996) considera que as Charangas são as precursoras das torcidas organizadas. Também comenta que este nome era empregado para designar pequenas bandas que utilizavam instrumentos percussivos, como baterias, e tocavam marchinhas de carnaval para animar os jogos do time. Esse tipo de agrupamento reunia torcedores de um mesmo clube que tinham a intenção de torcer e se divertir durante os jogos. Surgiu no Rio de Janeiro, por iniciativa de Jaime Rodrigues de Carvalho, torcedor do Flamengo.

¹⁰¹ FONTE: STEIN, Leandro. Ditadura: da criação do Brasileiro aos elefantes brancos, como o futebol entrou no Plano de Integração Nacional. **Trivela**, 02 abr. 2014. Atualizado em 31 mar. 2019. Disponível em: <https://trivela.com.br/da-criacao-brasileirao-aos-elefantes-brancos-como-o-futebol-entrou-plano-de-integracao-nacional/>. Acesso: 26 mar. 2020.

Castelão, em Fortaleza, que abordaremos com mais detalhes nos próximos tópicos deste capítulo (Ver Anexo D, Quadro 22).

Stein destaca que 2 dos 52 estádios citados em sua lista são de propriedade privada, diferente dos demais, são eles: o Morumbi e o Beira-Rio. No entanto, considerou importante citá-los, pois, “[...] por mais que todo ou quase todo o dinheiro investido destas obras tenha vindo dos clubes, o embalo de construções de estádios pelo país serviram de motivação. As construções eram símbolos de grandeza e modernidade. [...]”. O fim do segundo ciclo de construção de estádios se deu na década de 1980, possivelmente, por conta da

[...] transição política nacional, ou a “redemocratização”, que resultaria no fim dos grandes subsídios governamentais ao futebol, somente retomados recentemente, em função dos grandes eventos esportivos. [...] A recessão econômica que se abateu sobre o país na década de 1980, reduzindo o afluxo de público aos estádios. Por fim, a ampliação do acesso da população à televisão e o próprio aumento de transmissão televisiva de jogos de futebol contribuiriam para reduzir o público nos estádios. (MASCARENHAS, 2014, p.168)

Tendo em vista que nossa pesquisa de campo foi realizada primordialmente nos estádios da capital cearense, isto é, no PV e no Castelão; e que esses estádios foram erguidos em momentos distintos, no primeiro e no segundo ciclo, respectivamente; perguntamos aos torcedores e às torcedoras que entrevistamos se eles observam diferenças entre o Estádio Presidente Vargas e o Estádio Castelão. Os oito torcedores que entrevistamos visualizam diferenças entres os estádios, sobretudo na estrutura. No entanto, suas respostas não se limitaram a pontuar os aspectos físicos dos equipamentos, mas revelaram como as diferenças na estrutura interferem nas suas vivências no estádio e como essas diferenças afetam as práticas torcedoras.

Para melhor exposição dos atributos mencionados pelos torcedores e torcedoras, dividimos os comentários por estádio e, em seguida, dividimos os comentários em aspectos positivos e negativos. Destacamos que não foram apresentadas aos entrevistados e às entrevistadas as possibilidades de respostas, isto é, as respostas que obtivemos foram declaradas de forma livre. Assim, eles e elas tiveram a possibilidade de mencionar mais de um atributo. Por consequência disto, por vezes, esses atributos se repetiram nas falas dos demais. Desse modo, apresentaremos quais respostas foram dadas pelos torcedores e torcedoras e com qual frequência elas foram citadas, a saber:

Para caracterizar o Estádio Presidente Vargas, os torcedores e torcedoras mencionaram sete aspectos positivos e oito aspectos negativos: 1) *Aspectos positivos*: cinco consideram o PV um caldeirão, por permitir que os torcedores fiquem mais próximos do

campo; três gostam do fato de os jogadores escutarem seus gritos de incentivo ou de reclamações; um considera o espaço mais aconchegante; dois avaliam que é mais “raiz”; um acredita que a energia que emana da torcida para os jogadores é maior por conta da proximidade, tanto entre um torcedor e outro, quanto entre os torcedores e os jogadores; um afirma que a visibilidade é melhor; e um gosta da forma como o som do canto da torcida se propaga no estádio. 2) *Aspectos negativos*: um afirma que o PV está defasado; um acredita que está muito antigo; um considera o entorno complicado para estacionar; um tem dificuldades para se deslocar até o estádio; um considera que há poucos portões de acesso para a arquibancada; um enfrenta dificuldades para sair do estádio e do bairro ao fim do jogo; um não gosta do fato de o estádio ser localizado em um bairro residencial e por ser próximo a uma praça e a bares que reúnem pessoas que não estão envolvidas com o jogo; e um avalia que há poucas linhas de ônibus que dão acesso ao estádio.

Para caracterizar o Estádio Castelão, os torcedores e torcedoras mencionaram oito aspectos positivos e três aspectos negativos: 1) *Aspectos positivos*: um afirma que o Castelão é um estádio maior; um acredita que ele possui uma estrutura melhor; um considera que há muitos portões de acesso para a arquibancada; dois gostam do fato de o espaço acomodar uma quantidade maior de pessoas; um afirma que há mais opções de estacionamento; um acha que é mais moderno; dois avaliam que o deslocamento até ele é mais acessível; e dois afirmam que ele é mais confortável. 2) *Aspectos negativos*: dois não gostam do fato de ficar longe do campo; um considera o estádio elitizado; e um acredita que o estádio é um campo neutro.

Destacamos que todos os torcedores e torcedoras apontaram aspectos positivos e negativos nos dois estádios, mas apenas dois afirmaram preferir um deles: a Entrevistada 4 – Laura prefere o Castelão e o Entrevistado 6 – Paulo prefere o PV. É possível que os outros seis torcedores não tenham escolhido um estádio como preferido por, assim como o Entrevistado 5 – José, acreditar que o importante é acompanhar o clube independentemente do local. Para este torcedor, “[...] o torcedor de verdade, pra ele, não tem aquele lance de ter um local, entendeu? Onde o Ceará for, ele vai. E ali o importante é o Ceará, não é o espaço. O Ceará pode jogar naquele campinho ali do subúrbio que a gente tá lá [...] (Entrevistado 5 – José. Fortaleza. 25/01/2020)”.

Apesar de preferirem estádios diferentes, a Entrevistada 4 – Laura e o Entrevistado 6 – Paulo utilizam o mesmo termo para se referir ao PV, ambos o consideram um estádio “raiz”. A primeira torcedora comenta “[...] o Castelão é um estádio mais, vamos dizer, moderno; e o PV é mais raiz [...] (Entrevistada 4 – Laura. Fortaleza. 25/01/2020)”. O

uso do termo *raiz* para caracterizar o PV não foi empregado no sentido de desmerecê-lo, mas de fazer referência a um recurso muito utilizado nas redes sociais para distinguir como algumas pessoas agem ou fazem as coisas de modo mais antigo das que fazem de modo mais atual, isto é, agir de forma *raiz* e de forma *nutella*. Logo, a Entrevistada 4 – Laura acredita que o PV é *raiz* por ser um modelo de estádio antigo e que permite determinadas práticas torcedoras.

Como afirmamos acima, a Entrevistada 4 – Laura não desmerece o PV por suas características, apenas reconhece que o estádios mencionados são distintos e emprega um recurso discursivo muito utilizado nas redes sociais para exemplificar as diferenças entre os dois. Apesar disso, a torcedora deixa claro sua preferência pelo equipamento mais moderno e justifica sua resposta comentando que o Castelão é mais acessível e confortável. O Entrevistado 6 – Paulo concorda com a Entrevistada 4 – Laura sobre o PV ser um estádio “*raiz*” e parece concordar sobre o Castelão ser um estádio mais moderno, no entanto, o termo empregado pelo torcedor para caracterizar o *Gigante da Boa Vista* é “elitizado”. Segue o relato:

[...] No PV é uma coisa que você fica mais próximo, aquele lance de Caldeirão. Coisa de você tá bem perto dos jogadores. E até porque o PV é um estádio mais *raiz*, né, se a gente for comparar com o Castelão agora. Tem esse lance da elitização, que agora é Arena e tal, não é mais o mesmo Castelão de antes. Ainda assim, eu acho que a galera sempre vai preferir o PV, porque a energia é maior; você tá mais junto; [...] Mas é isso, tem muita diferença. É muito mais massa torcer no PV. [...] (Entrevistado 6 – Paulo. Fortaleza. 08/11/2019).

Se observarmos os comentários positivos sobre o PV feitos pelo Entrevistado 6 – Paulo e pelos demais torcedores, perceberemos que eles corroboram os apontamentos feitos por Mascarenhas (2014) sobre os estádios erguidos no primeiro ciclo de construção. Os entrevistados parecem concordar que o Presidente Vargas permite ao torcedor se sentir mais próximo do time em campo e, por consequência disto, interferir positivamente no resultado da partida.

Assim como os comentários positivos sobre o PV corroboram os apontamentos feitos por Mascarenhas (2014) sobre os estádios erguidos no primeiro ciclo de construção, os comentários negativos e positivos sobre o Castelão confirmam as observações feitas pelo mesmo autor sobre os *estádios das massas*, aqueles que foram construídos no segundo ciclo. Para os torcedores, a desvantagem de um estádio do porte do Castelão é o fato de a torcida ficar mais distante do campo e, por consequência disto, ficar mais longe dos jogadores. Para eles, a distância interfere na participação da torcida no jogo. Já a vantagem é a possibilidade

de receber um número maior de torcedores, devido a sua ampla capacidade, como mostra o comentário da Entrevistada 3 – Sara:

[...] PV e Castelão... rapaz, a estrutura do estádio. Primeiro, eu gosto de ambos. O PV é aquele calor, você fica bem mais próximo do jogador; tem aquele vidro, que você fica praticamente dentro do campo... teve um jogo no PV, que tinha uma torcida com público baixo, que eu consegui, que eu percebi que eles escutaram o grito da gente. No Castelão já é diferente, porque você tá bem mais longe. Mas acho que é mais aquele calor do PV, mais aconchegante, pelo fato de você tá bem mais próximo. Porém, quando a gente fala de torcida, eu prefiro o Castelão porquê da pra você botar um número maior. Basicamente isso (Entrevistado 3 – Sara. Fortaleza. 11/01/2020).

Por fim, gostaríamos de destacar que um dos torcedores que entrevistamos demonstrou incômodo com as outras atividades que são realizadas no bairro em que o estádio está localizado. O torcedor afirma que quando os jogos ocorrem no PV, ele “[...] tem aquela pequena preocupação na hora da saída, porque é um bairro residencial e tem aquela praça que tem pessoas que não estão pro jogo, estão ali só pra beber na praça. Tem essas certas preocupações [...] (Entrevistado 2 – Marcos. Fortaleza. 10/01/2020)”. O Entrevistado 2 – Marcos se refere ao Benfica, bairro em que o Estádio Presidente Vargas está localizado, e à Praça da Gentilândia. Salientamos que esse encontro dos três públicos (moradores, estudantes das universidades da região e torcedores) no bairro Benfica já havia sido observado por nós durante a pesquisa de campo, como revela um trecho do nosso Diário de Campo:

[...] O Estádio Presidente Vargas está localizado entre as ruas Marechal Deodoro, Rua Costa e Sousa, Av. dos Expedicionários e Rua Paulino Nogueira, no bairro Benfica, bairro símbolo universitário do Ceará. As ruas que circundam o estádio, assim como a Praça da Gentilândia e a Av. 13 de maio, locais próximos à entrada principal do estádio, são compostas por diversos bares, lanchonetes e barracas. Ainda que o número de estabelecimentos nesse trecho da cidade seja significativo e que estes mesmos estabelecimentos atraiam um número significativo de visitantes diariamente, o bairro Benfica ainda pode ser considerado um bairro residencial e, portanto, o fluxo de pessoas na maior parte de suas ruas não é tão intenso. Desse modo, é possível perceber que a dinâmica desse bairro é alterada em dias de jogos de futebol. O jogo e o torcedor invadem a rotina do bairro e mesmo aqueles que não estão envolvidos no mundo do futebol se veem emergidos neles. Assim, o bares, comumente ocupados por estudantes dos *campi* localizados nas proximidades e moradores do bairro, passam a ser ocupados por diversos torcedores interessados em fazer o pré-jogo ou um esquentar. [...] Na medida em que vai se aproximando da hora do jogo, o número de indivíduos que estão circulando nas imediações do estádio aumenta significativamente, afinal de contas, são cerca de vinte mil pessoas convergindo para o mesmo local. O espaço físico dos bares já não é mais suficiente para comportar o número de torcedores que estão aguardando o apito inicial do jogo. Assim, os interessados em realizar o esquentar extrapolam o espaço dos bares e passam a ocupar as suas calçadas, os cantos da praça e a rua. Dado as dimensões das ruas do Bairro Benfica, que são estreitas, elas facilmente ficam tomadas pelos torcedores. Ainda que haja uma outra dinâmica acontecendo para além do jogo, como os estudantes saindo das aulas ou os moradores retornando para suas casas, é a massa de torcedores quem dita as novas regras do local. Eles são responsáveis por alterarem a lógica espacial do entorno

do Estádio. Eles preenchem cada espaço disponível. [...] (Diário de Campo 8. Fortaleza. 08/08/2018)

Dito isto, voltemos nossa atenção aos ciclos de construção dos estádios no Brasil. O terceiro ciclo iniciou em 2010, ano em que foi definido quais capitais brasileiras seriam subsedes da Copa de 2014. Os estádios erguidos ou reformados neste período tiveram suas estruturas moldadas de acordo com as exigências técnicas e interesses da entidade organizadora do megaevento, a FIFA. Assim, os equipamentos passaram a ser utilizados não só para receber partidas de futebol, mas outras modalidades esportivas e até mesmo outros tipos de eventos. Isto porque uma das exigências da FIFA era tornar os estádios uma Arena Multiuso¹⁰².

A multifuncionalidade não é a única característica exigida de um equipamento que deseja ser classificado como Arena. É desejável que uma Arena tenha condições para receber um grande volume de torcedores, no entanto, não precisa ter as mesmas dimensões que um *estádio de massas*; e que incorpore técnicas e princípios de uma construção sustentável. Além disso, a Arena precisa garantir uma boa experiência ao indivíduo que a use para acompanhar os espetáculos, como: boa visibilidade do campo; alimentação variada e de qualidade; conforto, sobretudo com a limitação dos espaços a serem ocupados individualmente através de assentos; e segurança, especialmente através do aumento do efetivo policial no recinto e a inclusão de câmeras de segurança e centro de controle.

Acreditamos que características como conforto e segurança devem ser garantidas em qualquer equipamento que se proponha a receber espetáculos esportivos e a todos os espectadores, sem distinção. No entanto, o que observamos é que, aos serem incluídas nos estádios brasileiros, tais características provocaram uma limitação no acesso à arquibancada. Isto ocorreu porque, ao reduzir a capacidade para receber torcedores, houve aumento nos valores dos ingressos; ao melhorar a qualidade dos bens oferecidos dentro do estádio, como bebidas e comidas, os preços destes ficaram inacessíveis a muitos torcedores¹⁰³; ao restringir o uso de objetos e adereços comumente utilizados por torcedores e por Torcidas Organizadas

¹⁰² Abordaremos as exigências técnicas da FIFA com maiores detalhes no próximo tópico deste capítulo. Por ora, nos interessa apenas o conceito de Arena Multiuso.

¹⁰³ Caso o leitor queira obter mais informações acerca dos preços cobrados por comidas e bebidas nas Arenas brasileiras durante a Copa das Confederações 2013 e a Copa do Mundo 2014, sugerimos a leitura da matéria: FIFA divulga preços de comidas e bebidas nos estádios do Mundial: produtos estarão mais caros do que há um ano na Copa das Confederações. **Globo Esporte**, Rio de Janeiro, 26 maio. 2014. Copa do Mundo 2014. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2014/05/fifa-divulga-preco-de-comidas-e-bebidas-nos-estadios-do-mundial.html>. Acesso: 25 ago. 2020.

e ao acrescentar novos dispositivos de controle e vigilância, afastou-se das arquibancadas o público que historicamente as ocupavam.

Destacamos que ao falar de afastamento do público que historicamente ocupava as arquibancadas não estamos afirmando que houve uma redução na média de público nos estádios brasileiros, mas sim que torcedores das camadas populares passaram a ter dificuldades para ocupar o estádio. De acordo com o relatório *O impacto das novas arenas sobre o público e a renda do Campeonato Brasileiro* (PLURI CONSULTORIA, 2014), em 2013 e 2014, anos que as Arenas foram (re)inauguradas, houve um aumento de 29% do público médio do Campeonato Brasileiro. Isto é, em 2013 e 2014, o Brasileirão reuniu 8,85 milhões de pagantes nos estádios¹⁰⁴, o que corresponde a uma média de 15.122 pagantes por partida e uma taxa de ocupação do estádio de 39%. O aumento de público foi acompanhado por um aumento na arrecadação. Assim, a renda bruta total em 2013 e 2014 foi de R\$ 280,6 milhões, o que corresponde a R\$ 480 mil por partida e um ticket médio de R\$ 32 por torcedor.

O relatório destaca que ao avaliar os resultados de público e renda por tipo de equipamento esportivo é possível notar diferenças entre os números de um Estádio e de uma Arena¹⁰⁵. Segundo a PLURI Consultoria (2014), os equipamentos antigos, isto é, os Estádios, receberam uma média 11,7 mil torcedores ao longo de 390 partidas. Já os equipamentos novos, isto é, as Arenas receberam uma média de 22 mil torcedores ao longo de 195 partidas. Desta forma, a taxa de ocupação dos Estádios foi de 34%, contra 42% das Arenas.

Também, há variações nos valores praticados nos ingressos. No Estádios o ticket médio foi de R\$ 22, já nas Arenas foi de R\$ 42. Ou seja, o valor de um ingresso em uma Arena custou, em 2013 e 2014, 85% a mais do que o ingresso em um Estádio. Assim como, a renda bruta média em uma Arena, em 2013 e 2014, foi 249% maior do que a renda bruta média em um Estádio. Uma publicação na página online da Veja, publicada no dia 10 de dezembro de 2014¹⁰⁶, acrescenta que o Campeonato Brasileiro de 2014, teve a maior

¹⁰⁴ Ressaltamos que o Campeonato Brasileiro Série A é disputado por 20 clubes ao longo de 38 rodadas, a cada rodada 10 jogos são realizados. Contudo, os dados apresentados pela PLURI Consultoria (2014) correspondem apenas às 21 primeiras rodadas do torneio.

¹⁰⁵ “[...] As novas arenas consideradas neste relatório são: Maracanã, Mineirão, Mané Garrincha, Beira Rio, Arena Grêmio, Fonte Nova, Arena Pantanal, Arena Pernambuco, Arena Corinthians, Castelão, Arena da Baixada, Arena Independência e Arena Amazonas. [...] (PLURI CONSULTORIA, 2014)”.

¹⁰⁶ FONTE: INGRESSOS caros e novas arenas rendem bilheteria recorde no Brasileirão: Dos 30 maiores públicos na competição, 29 foram registrados nos estádios modernos. Arrecadação total ultrapassou 2015 milhões de reais. **Veja**, 10 dez. 2014. Esporte. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/esporte/ingressos-caros-e-novas-arenas-rendem-bilheteria-recorde-no-brasileirao/>. Acesso: 13 ago. 2020.

bilheteria da história da competição, arrecadando 215,7 milhões de reais ao longo dos 380 jogos que foram disputados.

Para Simões,

[...] Embora o princípio mercadológico já estivesse presente no “velho estádio” – sendo este um espaço acessado pelos indivíduos unicamente pela via da aquisição de ingresso –, as novas arenas ampliam e radicalizam o sentido da cidade-mercadoria, ao impor valores comerciais muito mais altos para os ingressos e para a alimentação em seu interior, eliminando assim agentes e serviços informais que tradicionalmente compunham a experiência dos torcedores naquele espaço vivido. [...] (SIMÕES, 2017, p.16)

Desta forma, para Mascarenhas (2014) e Simões (2017), o termo *Arena* não representa apenas uma mudança na nomenclatura dos equipamentos esportivos, ele é um reflexo das novas formas de projetar estes equipamentos e para que público eles são pensados. Este conceito “[...] prevê uma instalação que extrapola os interesses esportivos, alegando “multifuncionalidade”, ao mesmo tempo que reduz a importância do esporte na manutenção financeira e utilitária daquele equipamento (SIMÕES. 2017, p.92)”.

Portanto, para os autores há uma diferença entre o perfil do torcedor que ocupou/ocupa o *estádios das massas* e o que ocupa/ocupará as *Arenas*. O primeiro é emocional e intenso; ruidoso e festivo; grita e reclama; articula-se coletivamente; e, principalmente, tem amor e demonstra fidelidade ao time que torce. Já o segundo é sereno; passivo diante do jogo; preza pelo conforto; não se importa com o fim das práticas coletivas; não necessariamente possui amor pelo clube, pois está mais interessado em consumir o espetáculo; e reforça a necessidade de aplicação de modelos disciplinares mais rígidos.

Os autores nos lembram que, ao transformar os estádios em Arenas, cada parte do equipamento, que antes era ocupado e produzido pelo torcedor, passa a ser explorado para fins comerciais. Como exemplo, temos o uso do alambrados e a venda de *naming rights*. Alambrado é o nome dado ao material que demarca a separação entre o campo e a arquibancada. No estádios de pequeno porte, como os construídos no primeiro ciclo, ou nos pequenos equipamentos esportivos distribuídos pelas cidades utilizados para a prática do futebol não profissional, os alambrados são cercas feitas de arame. No entanto, mesmo nos estádios que passaram por reformas e mudaram o material que faz a divisão dos setores para o vidro, por exemplo, o elemento divisor ainda é chamado pelos torcedores de alambrado.

No caso do Castelão e do Presidente Vargas, estádios da capital cearense em que realizamos nossa pesquisa de campo, não há cercas de arames, apenas divisórias de vidro. Nas nossas incursões nesses estádios, observamos que a divisória de vidro é utilizada pelos torcedores para estender e exibir suas faixas. De acordo com Silva (2017), a faixa é um dos

elementos que compõem a performance das Torcidas Organizadas¹⁰⁷. Ela, ao lado das camisas e das bandeiras, “[...] oferecem aos torcedores organizados a oportunidade de revelarem sua identificação com o grupo e de se tornarem mais visíveis nas ruas em que passam e nos trajetos que percorrem (SILVA, 2017, p. 104-105)”. Dentro dos estádios, as faixas funcionam como “[...] endereços na demarcação e delimitação de territórios nas arquibancadas nos dias de jogos [...] (TOLEDO, 1996, p.59)”¹⁰⁸.

Estender faixa no alambrado do estádio não é uma prática exclusiva das Torcidas Organizadas cearenses. Ao acompanhar partidas de futebol de torneios nacionais, mesmo através da Televisão, é possível perceber que a prática se repete em outros estados. No entanto, nem todos os estádios brasileiros continuam permitindo aos torcedores e às Torcidas exibirem seu material. Alguns estádios, após a reformulação para Arena, optaram por instalar painéis de LED nesses trechos do estádio para expor informações sobre o jogo e para fazer publicidade, como é o caso da Arena Allianz Parque¹⁰⁹ e a Arena Corinthians, chamada durante a Copa de 2014 de Arena São Paulo¹¹⁰.

Outra forma de exploração comercial nos estádios é a venda de *naming rights*. *Naming rights* é “[...] o direito de dar denominação a uma instalação ou espaço físico [...] (CARDIA, 2014, p. 38)”. Já o contrato de *naming rights* para estádios “[...] é a ferramenta do marketing utilizada por empresas para promoção através da associação de suas marcas a centros esportivos e instalações dedicadas aos esportes [...] (CARDIA, 2014, p. 37)”. O autor nos lembra que, historicamente, os nomes dos estádios são escolhidos como uma forma de

¹⁰⁷ Baseado nas formulações de Schechner (2006) e Ligiéro (2012), compreendemos performance por qualquer atividade exercida por um indivíduo ou por um grupo de indivíduos que tem como objetivo influenciar de alguma maneira os demais participantes da ação, uma atividade que ritualiza sons e gestos, e que, também, são comportamentos já vivenciados anteriormente. Desse modo, entendemos que os torcedores de futebol, sobretudo os Torcedores Organizados, realizam ações que seguem um roteiro predeterminado que envolve diversas pessoas e processos e são compostas por diversos elementos, quais sejam: as camisas, as bandeiras, as faixas, os cânticos, os instrumentos musicais, os bandeirões, o mosaico, os fogos de artifício, sinalizadores, entre outros.

¹⁰⁸ Para melhor compreensão da exibição das faixas no “alambrado” do Castelão e da demarcação dos territórios na arquibancada ver os registros fotográficos feitos na partida entre Ceará e Ferroviário no dia 03 de maio de 2017 e exibidas no Apêndice E.

¹⁰⁹ FONTE 1: ZITO, Felipe. Estádio do Palmeiras começa a instalar painel de LED na arquibancada: expectativa é que novo sistema esteja funcionando até setembro. **Globo Esporte**, São Paulo, 29 maio. 2018. Palmeiras. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/times/palmeiras/noticia/estadio-do-palmeiras-comeca-a-instalar-painel-de-led-na-arquibancada.ghtml>. Acesso: 01 abr. 2020.

¹¹⁰ FONTE: TIMÃO instala painel de LED em borda de arquibancada da arena: clube vai utilizar nova estrutura para divulgar informações de jogos e faturar com publicidade. Suporte de telões também estão sendo instalados. **Globo Esporte**, São Paulo, 19 mar. 2015. Corinthians. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2015/03/timao-instala-painel-de-led-em-borda-de-arquibancada-da-arena.html>. Acesso: 01 abr. 2020.

homenagear dirigentes históricos dos clubes, autoridades locais ou a região da cidade em que estão localizados. Presentemente, as administradoras de estádio têm a possibilidade de capitalizar até mesmo seu nome.

Para o autor, isto ocorre porque as praças esportivas precisam garantir receitas fixas. Para isso, contam com receitas provenientes dos seus quadros sociais (como venda de ingressos e pagamento de mensalidades dos planos de sócio-torcedor), sobretudo quando os estádios são particulares; ou costumam vender e locar cadeiras (para serem utilizadas de forma cativa por largos períodos de tempo) ou vendem camarotes (para uso de grupos de indivíduos ou empresas), especialmente se o estádio for de propriedade pública e/ou geridas por empresas. No entanto, apesar de ainda serem utilizadas, essas estratégias não têm se mostrado tão eficientes. Por isso, as administradoras têm recorrido à venda de *naming rights*.

Cardia (2014) acrescenta que, para as empresas que compram o direito de nomear o estádio, o retorno é garantido e rápido, pois basta o nome ser “[...] colocado na fachada da Arena hoje e à noite milhões de pessoas já saberão o novo nome da instalação [...] (p. 37)”. Além disso, elas não buscam apenas o retorno comercial, mas, principalmente, o reconhecimento de marca, retorno em imagem, espaço de mídia e exclusividade na venda de produtos ou oferta de serviços. Apesar das inúmeras vantagens para as empresas, a ideia de *naming rights*

Não surgiu de ligas independentes ou de clubes capitalistas, mas das próprias administrações públicas, que entendiam ser esta uma fórmula para diminuir os gastos, ou nada despende de dinheiro de impostos com construções desses espaços esportivos. (CARDIA, 2014, p. 36)

Segundo Pinheiro (2017), a primeira Arena brasileira também foi o primeiro estádio a vender o *naming rights*. A Arena da Baixada, estádio do Club Athletico Paranaense e inaugurado em 1999, vendeu o *naming rights* após seis anos de sua inauguração para a empresa Kyocera Mita, “[...] produtora de componentes eletrônicos japonesa, pelo valor de US\$ 10 milhões por três anos de contrato [...] (p. 32)”. O autor acrescenta que a parceira só durou três anos e que após o encerramento do contrato o equipamento voltou a ser chamado de Arena da Baixada. Além do equipamento paranaense, outros dois utilizaram a mesma

estratégia de captação de recursos, o Allianz Parque, estádio do Palmeiras¹¹¹; e a Fonte Nova, estádio público do Governo do Estado da Bahia¹¹².

Dito isto, destacamos que a primeira Arena do país não foi construída no período pré-Copa do Mundo de 2014 e que as Arenas não são uma invenção brasileira. Conforme citamos acima, a primeira Arena brasileira foi construída em 1999, na cidade de Curitiba, no Paraná. De acordo com a página oficial do Club Athletico Paranaense¹¹³, a primeira estrutura foi erguida em 1913 em uma propriedade adquirida por Joaquim Américo Guimarães.

Por 20 anos, o rubro-negro paranaense alugou o equipamento para realizar suas partidas e foi somente na década de 1930 que conseguiu efetivar a compra do espaço. O estádio que inicialmente só contava com estruturas de madeira para receber os torcedores, passou por reformas entre os anos 1937 e 1939, quando recebeu a primeira arquibancada de concreto; 1967, quando ampliou a arquibancada e incluiu alambrados; 1997, quando o projeto da Arena começou a ser executado; e 2014, quando foi alterado para receber a Copa do Mundo.

Ressaltamos que, ainda que a primeira Arena tenha sido erguida no final da década de 1990, acreditamos que o ciclo construtivo das Arenas no Brasil só iniciou efetivamente em 2010, visto que, por uma década, somente o Athletico Paranaense possuía um estádio com características de Arena Multiuso. Logo, os demais clubes brasileiros mandavam seus jogos em estádios erguidos no primeiro e no segundo ciclo de construção.

De acordo com Simões (2017), parte dos elementos que caracterizam uma Arena foram aplicados inicialmente nos estádios europeus, sobretudo após os acontecimentos em Heysel e em Hillsborough. A tragédia de Heysel ocorreu em 1985, na Bélgica, na partida

¹¹¹ “[...] Em setembro de 2009, a Sociedade Esportiva Palmeiras, a construtora WTorre e a agência Traffic Sports assinaram um acordo para a construção da nova Arena Palmeiras, que iria substituir o histórico Palestra Itália como a casa do futebol palmeirense. [...] O Palmeiras não desembolsou nada na construção da arena, que foi projetada sobre o mesmo terreno do antigo Palestra Itália. Entretanto, o clube só terá o direito de explorar economicamente o estádio após 30 anos. Neste período, a administração será da WTorre. No entanto, o clube não pagará aluguel para o uso da arena e ficará com a arrecadação integral de bilheteria em seus jogos. O estádio, construído sob todas as exigências da FIFA, ficou sendo chamado de Arena Palmeiras (ou Arena Palestra) até o dia 24 de abril de 2013, quando foi anunciada a venda do *naming rights* para o Grupo Allianz Seguros. O valor do acordo foi estimado em R\$ 300 milhões por 20 anos de contrato – podendo ser estendido por mais 10. O nome ‘Allianz Parque’ foi decidido em uma enquete realizada na *fanpage* da Allianz no Facebook e no site oficial da arena, entre os dias 29 de abril e 20 de maio. Os outros nomes colocados em votação foram Allianz Center e Allianz 360°. Segundo o clube, mais de 620 mil palmeirenses participaram da ação para batizar a Arena Palestra. (PINHEIRO, 2017, p.33-34)”.

¹¹² Trataremos da venda de *naming rights* da Arena Fonte Nova no próximo tópico deste capítulo.

¹¹³ MAIS de 100 anos de história. **Club Athletico Paranaense**, Curitiba. Arena. <https://www.athletico.com.br/arena/>. Acesso: 01 abr. 2020.

final da Taça dos Campeões da Europa, torneio que hoje é mais conhecido por *Champions League*, entre o clube inglês Liverpool e o clube italiano Juventus. Grupos de torcedores dos dois clubes entraram em confronto, o que despertou pânico nos demais presentes no estádio. O autor nos conta que durante a tentativa de fuga dos torcedores que não necessariamente estavam envolvidos no confronto, grades e muros foram derrubados e pessoas foram pisoteadas e esmagadas, o que ocasionou 38 mortes. A tragédia ocorreu no momento em que “[...] o debate sobre a violência entre os torcedores nos estádios era crescente em todo o mundo com o surgimento de diferentes subculturas torcedoras voltadas para a prática costumeira do confronto físico (p. 89)”.

Já a tragédia de Hillsborough ocorreu em 1989, na Inglaterra, na semifinal da Taça Inglaterra, em uma partida disputada entre o Liverpool e o Nottingham Forest. O jogo foi realizado no estádio do clube Sheffield Wednesday, mais conhecido como Estádio Hillsborough, que era “[...] considerado um dos melhores do país e totalmente adequado às normas de segurança vigentes na época [...] (p. 90)”. Contudo, devido à superlotação, noventa e seis pessoas morreram sufocadas ou pisoteadas. Segundo Simões (2017), após as duas tragédias, o governo inglês passou a adotar novas exigências para a estrutura física dos estádios e novas normas de segurança, como atestar como inviáveis antigos estádios e solicitar reformas; e “[...] coibir, proibir e perseguir todos os tipos de manifestações festivas dentro dos estádios [...] (p. 91)”¹¹⁴.

A “nova ordem” dos estádios iria impor aos clubes ingleses uma reestruturação financeira de grandes proporções. Boa parte dos clubes precisou abrir seu capital

¹¹⁴ Salientamos que as análises oficiais e as investigações iniciais sobre o ocorrido “[...] apontaram que culpa da tragédia recaia sobre os torcedores do Liverpool, mais precisamente os *hooligans*, alcoolizados e agressivos, que atrapalhavam o socorro às vítimas, agredindo policiais e roubando os mortos. Instaurou-se um painel de investigação que ficaria conhecido como Relatório Taylor, que sugeriria uma série de mudanças drásticas no futebol inglês [...] (SIMÕES, 2017, p. 125)”. Simultaneamente, o pesquisador Yan Taylor, que se dedicava aos estudos sobre o *Hooliganismo* na Inglaterra e era torcedor e frequentador assíduo do estádio Hillsborough, elaborou análises sobre o ocorrido e concluiu preliminarmente que “[...] a culpa foi jogada única e exclusivamente num *Hooliganismo* que não se fez presente na ocasião, sem qualquer comentário sobre a estrutura de “jaulas” que impediu o escoamento rápido dos torcedores [...] (SIMÕES, 2017, p. 132)”. Simões (2017) nos apresenta números que corroboram a análise do pesquisador Yan Taylor e se contrapõem aos resultados da investigação oficial realizada na Inglaterra e divulgadas no Relatório Taylor. De acordo com o autor, “[...] apenas 14 dos 96 mortos foram atendidos em hospital e só uma das 44 ambulâncias presentes às imediações do estádio foram autorizadas a socorrer as vítimas. Foram elementos como esses que proporcionaram um processo tão conciso de resistência dos torcedores do Liverpool – e de diversos outros clubes, que se solidarizaram – a aceitar a tese oficial de culpabilização das vítimas [...] (p.132)”. Além disso, “[...] em 12 de setembro de 2012, o então primeiro-ministro britânico David Cameron reconheceu a grande farsa que envolveu o discurso oficial sobre a Tragédia de Hillsborough. Com base nas informações coletadas pela Independent Police Complaints Commission (IPCC), criada para “reinvestigar” o caso, por conta da pressão exercida pelas famílias das vítimas. Na ocasião, o premiê reconheceu que, dos 164 relatórios produzidos por policiais, 116 foram alterados para remover “comentários desfavoráveis” à atuação das forças da ordem. O Painel Independente concluiu que se tratou de um grave erro de condução da confusão, além de uma série de negligências por parte das forças de segurança responsáveis pela partida [...] (p.132)”.

para investidores de toda ordem, atrair recursos para a reforma obrigatória dos seus estádios, dando, assim, início ao ciclo mais agressivo da supracitada empresarização e privatização dos clubes ingleses. Com o estrondoso sucesso financeiro da English Premier League (fundada em 1992 para marcar essa remodelação total do futebol local) e de seus clubes, o “modelo inglês” se impõe como novo parâmetro para todo o futebol mundial. [...] (SIMÕES, 2017, p. 91).

O autor destaca que a expansão do conceito de “Arena Multiuso” ocorre quando a FIFA e a UEFA passam a adotar este modelo de equipamento esportivo como obrigatório em suas competições. Simões (2017) nos conta que, no caso da FIFA, o primeiro megaevento em que ela exigiu as reformas dos estádios foi a Copa do Mundo de 1990, na Itália. Para esta edição, “[...] 11 estádios precisaram sofrer grandes reformas para se adequar às normas de “all-seated stadium” que a entidade máxima do futebol começava a promover. Mas ainda não se tratavam de arenas multiuso (p.154)”. O contato com as “Arenas” ocorreu na Copa do Mundo de 1994, nos Estados Unidos. Isto ocorreu porque

[...] Cada esporte norte-americano é, em si, uma grande corporação, que funciona com sistema de franquias, que são as equipes que disputam entre si. Não se trata apenas de uma alusão ao mundo corporativo, mas a própria configuração administrativa e comercial do esporte norte-americano há algumas décadas. Cada franquia é autorizada a comercializar seus diferentes produtos, desde que seja aceita na liga, mediante acordos contratuais. [...] Essa estrutura específica de gestão, em forma de franquias, facilitou muito o processo de proliferação das Arenas nos Estados Unidos, proporcionando muitas formas diferentes de consumo de eventos de jogo a partir da comercialização de tudo o que estivesse à disposição. Espaços privilegiados como restaurantes, assentos de consumo livre, cadeiras com telas interativas. Todos esses aspectos estão relacionados à forma de relação sociocultural norte-americana com o esporte. As franquias, em geral, se juntam para a construção desses megalomânicos centros de consumo, [...]. (SIMÕES, 2017, p. 91).

Por esse motivo, acreditamos que a Copa do Mundo de 2014 desencadeia o terceiro ciclo de construção de estádios no Brasil, o ciclo de construção das Arenas Multiuso. Mascarenhas (2015) acredita que a “arenização” dos nossos estádios têm contribuído para que toda a referência cultural desses espaços seja extraída, já que eles estão sendo tomados pela visão capitalista de território, ou seja, sendo vistos apenas como fonte de recursos e obtenção de lucro. Concordamos com o autor quando ele afirma que “arenização” é “[...] uma faceta do assalto neoliberal sobre a cidade, incidindo sobre a cultura do futebol (p.03)”. Contudo, vale ressaltar que o futebol brasileiro já estava sendo submetido à tendências neoliberais, portanto, a Copa do Mundo atuou apenas como elemento acelerador desta tendência.

Considerando que neste primeiro tópico do capítulo dois discutimos sobre os três ciclos de construção de estádios no Brasil e comentamos sobre a necessidade de adaptar os equipamentos esportivos e transformá-los em Arena a fim de receber o megaevento esportivo

Copa do Mundo e atender às exigências da FIFA, no próximo tópico trataremos da situação dos estádios brasileiros no período pré-copa; apresentaremos as recomendações e requisitos técnicos exigidos pela entidade organizadora; e falaremos de alguns dos estádios que foram escolhidos como palco do Mundial de 2014, com destaque para os equipamentos localizados no Nordeste.

3.2 O legado da copa: a “arenização” dos estádios brasileiros

“O ‘legado da Copa’ para o futebol nacional era cristalino: doze novos equipamentos embutidos no conceito de consumo esportivo que havia se tornado o modelo básico do futebol-negócio: as “arenas multiuso” (SIMÕES, 2017, p.112)”.

Ao longo do período de candidatura para sediar os megaeventos esportivos, sobretudo para a Copa do Mundo, um dos termos mais empregados ao se referir aos Jogos era “Legado”. Isto porque no período em que antecedeu os eventos, a narrativa de que a realização de megaeventos esportivos traria inúmeras consequências positivas para o país e para a cidade que o sedia foi amplamente divulgada. Esta narrativa não era propagandeada por um único canal de divulgação. Na verdade, as esferas governamentais, a mídia, atletas e ex-atletas, e alguns pesquisadores entoaram em uníssono a ideia do “legado” apenas positivo.

No entanto, como vimos anteriormente, quando se trata de projetar ou avaliar os impactos dos eventos esportivos, não podemos classificá-los apenas como positivos, já que as ações são pensadas por atores sociais com projetos e expectativas diferentes e interferem na vida dos sujeitos também de formas diferentes. Assim como não podemos generalizar uma experiência da grandeza de um megaevento como sendo somente benéfico ou maléfico, pois espetáculos como este geram interferências em áreas distintas, que são impactadas em níveis também distintos.

Por isso, Villano et al. (2008, p.49) defende que há cinco tipos de legados: (1) *do evento em si*: construções esportivas, construções de infraestrutura da cidade, alojamento de atletas, compras de equipamentos, ocupações de empregos temporários e/ou permanentes e promoção e realização de outros eventos; (2) *da candidatura do evento*: aprendizado do processo de candidatura e planejamento urbanístico da cidade-candidata; (3) *da imagem do país*: projeção da imagem do país e das cidades-sede, nacionalismo e confiança cívica; (4) *de governança*: planejamento participativo, cooperação de diferentes órgãos administrativos e

parceria público-privada; e (5) *de conhecimento*: treinamento e capacitação do pessoal envolvido na gestão do megaevento, geração de informações e conhecimentos das instituições organizadoras do evento que poderão dar origem à produção de pesquisas.

Por ora, a categoria que mais nos interessa é a “Legados do evento em si”, pois ela versa sobre a construção de equipamentos esportivos, sobretudo os estádios e as arenas. Com isso, não queremos estabelecer uma hierarquia entre os possíveis legados, mas ressaltar que, ainda que diversas áreas da cidade precisem passar por intervenções para garantir a boa realização do megaevento, é dentro das praças esportivas que o evento efetivamente acontece.

Desse modo, queremos afirmar que, ainda que diversas áreas de uma cidade sejam mobilizadas para garantir a boa realização do evento Copa do Mundo, o palco central é o estádio de futebol. É no estádio de futebol que os jogadores se postam em campo, que a bola rola, que os torcedores ocupam as arquibancadas e que as câmeras estão instaladas, portanto, é para o estádio que todos os olhares estão voltados. Logo, o interesse da agência organizadora do evento nos estádios também é mais significativo. Por isso, a FIFA possui uma cartilha com orientações sobre a estrutura exigida para as praças esportivas, isto é, um caderno com indicações de como as cidades podem produzir estádios dentro do “padrão-FIFA”.

O documento *Estádios de futebol: recomendações e requisitos técnicos* (FIFA, 2011), aponta doze critérios macro¹¹⁵ que precisam ser observados ao construir ou reformar um estádio que aspira corresponder aos padrões FIFA. Tendo em vista a extensão das exigências, apontaremos neste trabalho somente seis macro critérios, que estão subdivididos em trinta e cinco critérios menores, pois versam sobre pontos que podem proporcionar ao torcedor novas experiências nas praças esportivas:

- (1) *Na fase de pré-construção*: localização, ângulo do campo em relação ao sol; incorporação técnica e princípios de construção sustentável – que podem ser ambiental, econômica e social; e multifuncionalidade.
- (2) *Segurança física e patrimonial*: separação do estádio em pelo menos quatro setores – com isso, cada setor deve conter seus próprios pontos de acesso e serviços essenciais; sinalização adequada em corredores e escadas; espaços

¹¹⁵ Os critérios macro são: (1) Decisões na fase de pré-construção; (2) Segurança física e patrimonial; (3) Orientação e estacionamento; (4) Área do jogo; (5) Jogadores e árbitros; (6) Espectadores; (7) Hospitalidade; (8) Mídia; (9) Iluminação e energia; (10) Comunicações e áreas adicionais; (11) Futsal e futebol de areia; e (12) Instalações temporárias.

de passagem desobstruídos; instalação de salas para revista policial, interrogatório e detenção; centro de controle de emergência; câmeras de segurança; e centro médico – o ideal seria um centro médico por setor.

- (3) *Estacionamento*.
- (4) *Área de jogo*: campo de jogo com 105m de comprimento e 68m de largura; área auxiliar com laterais de no mínimo 8,5m; campo uniforme e nivelado – podendo ser de grama natural ou sintética; banco de reservas – situados nos dois lados da linha de meio campo, a uma distância 5m do campo de jogo, com capacidade para até 23 pessoas e assentos com encosto; ausência de barreira entre o campo e os espectadores; e construção de fosso para impedir a invasão de campo;
- (5) *Padrões gerais de conforto*: cobertura para os espectadores; assentos – individuais, fixos e com encostos de no mínimo 30cm; identificação dos assentos; instalações sanitárias; e instalações de alimentos e bebidas – lojas permanentes, lojas temporárias, estandes móveis e vendedores ambulantes.
- (6) *Área de espectadores*: barreiras para evitar que os torcedores se desloquem entre os setores – barreiras móveis; sistema de autofalantes; placares e telas de vídeo; instalações adaptadas para acomodar pessoas com deficiência; e controle eletrônico de acesso.

De acordo com o documento *Estádios de futebol: recomendações e requisitos técnicos* (FIFA, 2011), uma das primeiras orientações que deve ser observada, já na fase de pré-construção do estádio, é a capacidade para receber os torcedores. Santos e Góis (2014, p.356) mencionam que os estádios que receberão jogos de maior nível precisam ter pelo menos 40 mil lugares. Número que pode aumentar caso o jogo em questão seja a abertura ou encerramento de um evento organizado pela FIFA, como a Copa do Mundo. Nesses casos, a capacidade da praça esportiva deve ser de 60 mil e 80 mil, respectivamente.

Desta forma, percebemos que, para se tornar palco de um dos jogos da Copa do Mundo, os estádios precisam corresponder obrigatoriamente a este critério. E foi neste primeiro obstáculo que o Brasil esbarrou. Para Santos e Góis (2014, p. 356), um dos principais problemas enfrentados pelos países-sede, inclusive pelo Brasil, não foi a ausência de estádios, mas a falta de estádios no “padrão FIFA”. Comentário ratificado pelos dados apresentados no Cadastro Nacional de Estádios de Futebol – CNEF (CBFa, 2009).

Segundo o CNEF de 2009, neste mesmo ano, o Brasil possuía 634 estádios de futebol, sendo eles 435 de propriedade pública (federal, estadual e municipal) e 199 de propriedade particular. No entanto, ao filtrar esta lista de estádios somente com o critério “capacidade igual ou superior a 40 mil”, o número de estádios brasileiros capazes de receber um jogo de maior nível reduz drasticamente. Segundo o CNEF de 2009, somente 14 estádios possuíam capacidade acima de 40 mil, 5 acima de 60 mil e apenas 1 acima de 80 mil¹¹⁶.

Destacamos que somente 10 dos estádios com capacidade acima de 40 mil estavam localizados em cidades que concorriam a subsede da Copa do Mundo 2014, eram eles¹¹⁷: Mineirão, em Belo Horizonte; Mané Garrincha, em Brasília; Moreirão, em Campo Grande; Castelão, em Fortaleza; Serra Dourada, em Goiânia; Beira-Rio e Olímpico, em Porto Alegre; Arruda, em Recife; Maracanã, no Rio de Janeiro; e Morumbi, em São Paulo. Destes dez estádios, somente o Mineirão, o Arruda, o Maracanã e o Morumbi poderiam sediar o jogo de abertura da Copa do Mundo; e apenas o Maracanã poderia sediar o jogo de encerramento do evento. Desta forma, caso Belém, Cuiabá, Curitiba, Florianópolis, Manaus, Maceió, Natal, Salvador e Rio Branco quisessem continuar na disputa, precisariam ampliar seus estádios ou construir novos.

Também em 2009, o Sindicato da Arquitetura e da Engenharia – SINAENCO apresentou um documento chamando *Vitrine ou vidraça: desafios do Brasil para a Copa de 2014*. A obra reúne as discussões realizadas pelo SINAENCO em 16 capitais brasileiras que desejavam tornar-se cidade-sede da Copa do Mundo de 2014. Entre os dados exibidos no relatório está o levantamento realizado sobre as condições dos estádios brasileiros. A avaliação apontou que, ainda que alguns estádios tivessem a capacidade necessária para receber jogos de nível maior, nenhum deles atendia aos demais requisitos da FIFA e alguns estavam em péssimas condições de manutenção.

O documento apontou dezenove itens que precisavam ser melhorados ou acrescentados nos estádios, foram eles¹¹⁸: acessibilidade ao estádios; arquibancada; assentos; aumento de capacidade; banheiros; camarotes; centro comercial; espaço adequado para a

¹¹⁶ No apêndice F deste texto o leitor encontrará os quadros 4 e 5 que apresentam a quantidade de estádios que o Brasil possuía no ano de 2009, separados por região, por estado, por tipo de propriedade e capacidade.

¹¹⁷ O quadro 6, inserido no Apêndice F do texto, apresenta a lista de estádios com capacidade acima de 40 mil, destacados por região, estado e cidade; e com informações adicionais sobre o tipo de propriedade e se a cidade na qual estão localizados foi candidata a subsede do Megaevento Copa do Mundo.

¹¹⁸ No apêndice G deste texto o leitor encontrará o quadro 7, que está dividido em três partes, que apresenta a lista de critérios que precisavam ser adaptados nos estádios localizados em capitais brasileiras que disputavam uma vaga de subsede da Copa do Mundo 2014.

imprensa; espaço exclusivo para membros da FIFA; estacionamento; gramado; instalações elétricas; placar eletrônico; readaptação para outra modalidade esportiva; readaptação para receber outros tipos de evento; requalificação urbana no entorno; segurança e informação; e visibilidade. Ressaltamos que os dados divulgados pelo SINAENCO (2009) não apresentam os dezesseis estádios com a mesma riqueza de detalhes, o que pode comprometer nossa compreensão sobre as reais necessidades de adaptação das praças esportivas. Apesar disso, ele nos ajuda a entender quais critérios foram mencionados com mais frequência; quais estádios possuíam mais carências; e quais itens precisavam ser acrescentados aos projetos das obras de forma prioritária.

Dos estádios avaliados pelo SINAENCO, o Beira-Rio e o Olímpico foram as únicas praças esportivas que não tiveram nenhuma das suas necessidades de adaptação aos padrões-FIFA apontadas. Acreditamos que isto ocorreu não porque os dois estádios já atendiam a todos os critérios exigidos pela entidade organizadora, mas porque no período em que o documento foi escrito ainda não estava definido qual dos estádios seria o representante da cidade de Porto Alegre no Mundial de 2014. A disputa para receber os jogos do megaevento em Porto Alegre foi protagonizada pelos estádios dos clubes de maior torcida do Rio Grande do Sul¹¹⁹: o Estádio Olímpico Monumental, do Grêmio Football Porto Alegrense; e o Estádio José Pinheiro Borda, o Beira-Rio, do Sport Club Internacional.

De acordo com o jornal online NSC, em matéria publicada no dia 09 de outubro de 2008¹²⁰, os dois estádios possuíam pelo menos seis pontos que precisavam ser melhorados. O Olímpico apresentava os seguintes problemas: somente escadas de acesso às cadeiras e nenhuma rampa; grades pontiagudas e arames farpados em volta de tubos de drenagem nos fossos; somente mictórios coletivos, além de sujeira e mau cheiro nos banheiros; grades pontiagudas separando torcidas; arquibancadas de concreto; e túneis de acesso dos jogadores ao gramado muito estreitos. Já no Beira-Rio os problemas eram: arame farpado separando a arquibancada do acesso ao gramado; rampas de acesso insuficientes; somente mictórios coletivos, além de sujeira e mau cheiro nos banheiros; grades pontiagudas separando torcidas;

¹¹⁹ FONTE: DATAFOLHA aponta Grêmio com maior torcida do que o Inter em nível nacional, Flamengo é o clube do coração de um a cada cinco torcedores. Correio do Povo, 17 set. 2019. Disponível em: <https://www.correiodopovo.com.br/esportes/datafolha-aponta-grêmio-com-maior-torcida-do-que-o-inter-1.366209>. Acesso: 11 fev. 2020.

¹²⁰ FONTE: Copa 2014: estudo aponta falhas no olímpico e no beira-rio: estádios estão longe do padrão FIFA. NSC Total, 09 out. 2008. Notícias. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/copa-2014-estudo-aponta-falhas-no-olimpico-e-no-beira-rio>. Acesso: 11 fev. 2020.

arquibancadas de concreto (a recomendação é a substituição por cadeiras); e túneis de acesso dos jogadores ao gramado muito estreitos.

Tendo em vista que a FIFA só permite o uso de apenas um estádio por cidade¹²¹, somente o Estádio Beira-Rio foi selecionado para receber os jogos da Copa do Mundo de 2014. Segundo Simões (2017), o Internacional não conseguiu projetar uma reforma que pudesse ser garantida somente com recursos próprios, por isso, precisou recorrer a outras formas de financiamento e firmar acordo com uma grande empreiteira, a Andrade e Gutierrez. Tendo em vista que não possuía “[...] interesse em ceder parte da gestão do estádio, o clube elaborou um acordo para a exploração dos setores VIPs e camarotes, pela empreiteira, enquanto buscou recursos com o BNDES. O custo da reforma do Beira-Rio foi de R\$ 330 milhões (SIMÕES, 2017, p.194).

Destacamos que, ainda que não tenha sido escolhido para os jogos oficiais da FIFA, o Grêmio optou por construir sua própria Arena. O projeto

Foi feito em acordo com a construtora OAS, que usou o estádio como um “case” para o que pretendia fazer para a Copa: construir a estrutura, financiando-a parcialmente, e, posteriormente, participando de sua gestão e explorando comercialmente as estruturas. O projeto da nova arena gaúcha foi feito à custa da cessão do antigo Estádio Olímpico, histórica casa da torcida gremista. Com a arena entregue em 2012, além da resistência de grande parte da torcida diante da mudança do seu “lugar de torcer”, o clube ainda teve de lidar com uma série de problemas que envolviam as cláusulas de contrato da concessão da gestão para a OAS Arenas. A fala do presidente Fábio Koff, que assumiu o clube após uma eleição ocorrida com a Arena já inaugurada, é esclarecedora: “o Grêmio tem que pedir licença para treinar e pagar para jogar” (SIMÕES, 2017, p.159).

Por fim, das doze cidades escolhidas como subsede da Copa de 2014, dez submeteram seus estádios a reformas a fim de atender às exigências da FIFA e duas construíram estádios completamente novos. Conforme mencionamos acima, o documento *Estádios de futebol: recomendações e requisitos técnicos* (FIFA, 2011), aponta trinta e cinco critérios para serem observados ao construir ou reformar um estádio que aspira corresponder aos padrões FIFA. A partir de dados fornecidos por Santos e Góis (2014) e pelas páginas oficiais das Arenas, nós analisamos quais critérios foram observados e incluídos nos projetos (conforme destacado no Quadro 8 do Apêndice H).

¹²¹ Destacamos que, apesar da FIFA só permitir um estádio por cidade-sede, a cidade de Moscou recebeu jogos da Copa do Mundo de 2018 na Rússia em dois de seus estádios, o Estádio Lujniki e o Estádio Spartak. FONTE: COPA do Mundo 2018: conheça todos os estádios que serão usados no Mundial: Custo, capacidade, jogos... veja todos os dados sobre as 12 arenas da competição. **Globo Esporte.com**, Moscou, Rússia, 04 jun. 2018. Copa 2018. Disponível em: <https://sportv.globo.com/site/programas/copa-2018/noticia/copa-do-mundo-2018-conheca-todos-os-estadios-que-serao-usados-no-mundial.ghtml>. Acesso: 11 fev. 2020.

Concluimos que apenas cinco Arenas obedeceram a pelo menos metade das exigências feitas pela entidade, foram elas: Amazônia (AM); Beira-Rio (RS); Castelão (CE); Mineirão (MG); e Nacional Mané Garrincha (BSB). Além disso, apenas duas apresentaram propostas que extrapolavam as indicações da entidade organizadora, foram elas: Arena Amazônia (AM) e Arena da Baixada (PR). Os acréscimos foram: instalação de teto retrátil e antenas de internet Wi-fi. Destacamos que o número reduzido de propostas que extrapolavam as indicações da FIFA não trouxe prejuízos para a realização do evento Copa do Mundo. No entanto, deixou a desejar no quesito adaptações à realidade local. Para explanar este ponto, tomaremos o exemplo do Estádio Castelão.

Para tal fim, antes explicaremos de que forma o Estádio Castelão está dividido. Há quatro divisões iniciais na arquibancada do estádio: setores Norte, Central, Sul e Premium; Em cada um desses setores há uma segunda divisão: Norte, Central e Sul se fragmentam entre os lances Inferior e Superior; e a Premium se fragmenta em Inferior, Superior e Camarote (Ver Apêndice I, Figura 1). Desta forma, o Castelão cumpre o que está estabelecido no macro critério *Segurança física e patrimonial* (FIFA, 2011) e, mais especificamente, do critério *Separação em no mínimo quatro setores*. No entanto, tal divisão dificulta a promoção de jogos locais com a divisão da torcida em *50 por 50*.

O termo 50 por 50 diz respeito à forma como a arquibancada será dividida entre as torcidas dos clubes que estarão disputando a partida. Como o próprio nome sugere, essa modalidade de divisão garante que cada torcida ocupe 50% do estádio. Ela é aplicada com mais frequência em jogos disputados por clubes rivais de uma mesma cidade. No caso do futebol cearense, em dias de *Clássico-Rei*. Assim, Ceará e Fortaleza costumavam garantir metade do espaço da arquibancada para a torcida do seu rival, ainda que tivesse o direito de ocupar a maior porção do espaço por deter o *mando de campo*.

Tal configuração era aplicada em jogos no Castelão e no PV; e também chegou a ser utilizada no Castelão mesmo após a reforma para a Copa. No entanto, os indivíduos responsáveis pela organização e segurança das partidas de futebol no Estado do Ceará começaram a encontrar dificuldades de dividir a arquibancada para as duas torcidas de forma segura. Isto porque a atual divisão de setores do Castelão dificulta a aplicação do modelo 50 por 50. Conforme mencionamos anteriormente, os setores do Castelão estão divididos em Norte, Central, Sul e Premium. Historicamente, a torcida do Ceará ocupa o setor Norte e a torcida do Fortaleza ocupa a Sul; e a Premium fica reservada ao clube que detém o mando de campo. Além disso, ela costuma ser menos procurada porque os valores aplicados aos ingressos destinados a ela costumam não ser acessíveis. Logo, sobra o setor Central.

Ao observar os quatro Clássicos-Rei que ocorreram no primeiro semestre de 2019, três pelo Campeonato Cearense e um pela Copa do Nordeste, percebemos que a cena que se repetiu em todos eles foi de parte do setor Central vazio. Isto porque, nesses jogos, a divisão 50 por 50 foi aplicada. Ou seja, a Premium foi ocupada pela torcida do clube mandante; a Norte foi ocupada pela do Ceará; a Sul foi ocupada pela do Fortaleza; e a Central foi dividida para as duas torcidas. No entanto, o setor Central não foi oferecido como um setor misto, assim como os demais, ele obedecia a uma divisão. O trecho mais ao Norte ficou com os alvinegros e o trecho mais ao Sul com os tricolores. Ao meio um vazio separando, junto com as forças policiais, as duas torcidas (Ver Apêndice I, Figuras 02 e 03).

Contudo, em julho de 2019, a diretoria do Ceará Sporting Club apresentou uma nova proposta de divisão, a 70 por 30 (Ver apêndice I, Figuras 04 e 05). De acordo com Luciano Rodrigues, em matéria publicada no dia 27 de julho de 2019¹²², pela nova regra, o clube mandante teria a sua disposição 35 mil ingressos, enquanto o visitante só teria 15 mil. A matéria também menciona as justificativas apresentadas por Raimundo Pinheiro, vice-presidente do Ceará, para adotar a medida: minimizar possíveis conflitos e aumentar a capacidade do estádio. A prevenção de conflitos seria possível porque seria mantido o mesmo efetivo policial para garantir a segurança da partida e os agentes que antes eram direcionados para compor a barreira humana divisória no setor Central poderiam ser realocados para outros pontos do estádio. Já o aumento da capacidade seria possível porque a divisão no setor Central consumia 6 mil lugares, reduzindo de 50 mil para 44 mil a capacidade total do Castelão.

A medida foi aplicada inicialmente no primeiro Clássico-Rei do Campeonato Brasileiro Série A, realizado no dia 03 de agosto de 2019. E, posteriormente, no dia 10 de novembro de 2019, também pelo Campeonato Brasileiro Série A, mas desta vez com o mando de campo do Fortaleza. Destacamos que a aplicação do modelo 70 por 30 gerou um intenso debate nas redes sociais. Apesar de o sentimento de indignação ter sido mais forte entre os torcedores do Fortaleza, uma vez que o número de ingressos disponíveis para eles reduziria de 22 mil para 15 mil, os torcedores do Ceará também se mostraram contrários à

¹²² FONTE: RODRIGUES, Luciano. Nova divisão deixa Ceará com 70% de ingresso no 1º Clássico-Rei; veja: Vovô é mandante na partida do próximo dia 3 de agosto contra o Fortaleza pela 13ª rodada da Série A. **Globo Esporte**, Fortaleza, 14 jul. 2019. Brasileirão Série A. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/ce/futebol/brasileirao-serie-a/noticia/nova-divisao-deixa-ceara-com-70percent-de-ingressos-no-1o-Clássico-Rei-veja.ghtml>. Acesso: 13 mar. 2020.

medida, por entender que a divisão 50 por 50 é uma das características do futebol local e o que torna a disputa pela festa na arquibancada em dia de Clássico-Rei mais interessante.

Segundo o Regulamento Geral das Competições – RGC, a CBF permite alterações no número de ingressos que é destinado à torcida visitante, desde que seja realizada em “[...] cumprimento de acordo assinado entre os Clubes, inclusive para situações de reciprocidade [...]” (CBF, 2019, p.54). Entretanto, como mencionamos acima, o descontentamento foi gerado não porque o clube estava desobedecendo a uma determinação da entidade máxima do futebol brasileiro, mas por desconsiderar uma característica do futebol local. Diante disso, acreditamos que, caso o projeto de reforma do estádio Castelão tivesse sido construído respeitando as características do futebol local; após consulta aos indivíduos que mais frequentam aquele espaço, ou seja, os torcedores; e visando a boa realização dos torneios locais e nacionais, ao invés de dar preferência a um torneio que, apesar de sua importância, só possui duração de um mês; parte deste descontentamento poderia ter sido evitado.

Dito isto, gostaríamos de retomar a discussão sobre a reforma dos estádios e a remodelação desses espaços para Arena. Os trinta e cinco critérios exigidos pela FIFA para construção de estádios dentro do seu padrão versam sobre elementos estruturais, ou seja, visam garantir segurança e conforto para os indivíduos que farão uso do espaço (Ver Quadro 8 do Apêndice H). No entanto, há um, a *multifuncionalidade*, que compõe o macro critério *Fase de pré-construção*, que não demonstra exatamente preocupação com segurança e conforto, mas com o risco de o equipamento não garantir sua sustentação econômica.

Para o SINAENCO (2009), um equipamento multifuncional é aquele que está apto para receber outras modalidades esportivas ou outros tipos de evento. O documento em questão nos fala que, dos dezesseis estádios analisados pelo Sindicato da Arquitetura e da Engenharia, sete precisavam realizar adaptações em sua estrutura para garantir multifuncionalidade (Ver Quadro 7 do Apêndice G). Desses sete, três não conquistaram o direito de ser estádio sede da Copa de 2014: a Arena da Floresta, no Acre; o Mangueirão, no Pará; e o Morenã, no Mato Grosso do Sul.

Dos 4 que conquistaram o direito de ser sede do megaevento, mesmo correndo o risco de não garantir sua sustentação econômica, três estão localizados no Nordeste: a Arena Dunas, no Rio Grande do Norte; a Arena Fonte Nova, na Bahia; e a Arena Castelão, no

Ceará¹²³. Por isso, nas próximas páginas, teceremos comentários sobre o porquê as três Arenas – as duas primeiras ainda neste tópico e a última somente no próximo tópico – corriam risco de não conseguir garantir sua manutenção e gerar lucros e de que forma se deu a ocupação delas pelos torcedores locais.

A primeira delas, a Arena das Dunas, está localizada no bairro da Lagoa Nova, na cidade de Natal. De acordo com Santos e Góis (2014, p.366), a Arena das Dunas foi erguida no terreno que antes dava lugar ao Estádio João Cláudio de Vasconcelos Machado, o Machadão, e o ginásio Machadinho¹²⁴. A demolição das antigas estruturas ocorreu em 2011. A construção do novo espaço ocorreu através de uma parceria público-privada entre a construtora OAS Engenharia e o Governo do Estado do Rio Grande do Norte.

Destacamos que, de acordo com o SINAENCO (2009), a obra estava prevista para ficar pronta no início de 2013, a tempo de atender aos jogos da Copa da Confederações que ocorreria em junho do mesmo ano, e de utilizar um valor de R\$ 300 milhões para sua construção. No entanto, o início da construção atrasou em quinze meses, o que comprometeu o cronograma das obras e fez com que a Arena das Dunas fosse descartada do evento que antecede a Copa do Mundo. Além disso, o valor consumido para conclusão da obras foi mais alto do que havia sido previsto. Em conformidade com Simões (2017, p. 161), o custo total foi de R\$ 423 milhões.

Conforme mencionamos acima, as sugestões apontadas pelo SINAENCO (2009) para a cidade de Natal e para seu estádio foram: adaptar suas instalações para outras modalidades esportivas e para receber outros tipos de eventos. Isto é, já em 2009, um ano antes do anúncio da escolha das cidades-sede e dois anos antes do início das obras da Arena, já havia o indicativo de que o principal desafio seria garantir a sustentação econômica do novo estádio.

¹²³ FONTE: BRASIL conhece as 12 cidades que receberão partidas da Copa de 2014: São escolhidas Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Brasília, Curitiba, Salvador, Recife, Natal, Fortaleza, Manaus e Cuiabá. **Globo Esporte.com**, Nassau, Bahamas, 31 mai. 2009. Esportes. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/Esportes/Noticias/Futebol/0,,MUL1177312-9825,00-BRASIL+CONHECE+AS+CIDADES+QUE+RECEBERAO+PARTIDAS+DA+COPA+DE.html>. Acesso: 13 fev. 2020.

¹²⁴ Segundo Souza (2012), o Estádio Machadão foi inaugurado em 1972. No entanto, nos seus primeiros anos de existência, era denominado estádio Presidente Castelo Branco, o Castelão. O nome ficou em uso até o ano de 1989.

Ressaltamos que Natal possui dois clubes de futebol centenários e com grandes torcidas, o ABC Futebol Clube e o América Futebol Clube¹²⁵. A princípio, poderíamos inferir que os gastos com a demolição do Estádio Machadão e com a construção da Arena das Dunas poderiam ser facilmente justificadas, uma vez que as torcidas dos maiores clubes do estado do Rio Grande Norte garantiriam a ocupação do estádio e, por consequência disto, a restituição do valores aplicados na obra.

No entanto, havia dois elementos que precisavam ser observados. O primeiro deles era: o ABC Futebol Clube possuía (possui) estádio próprio e que estava apto para receber jogos oficiais. Na verdade, o Estádio Maria Lamas Farache¹²⁶, o Frasqueirão, havia sido inaugurado em 2006 e possuía uma capacidade para receber 18 mil torcedores¹²⁷. Isto é, o alvinegro potiguar dispunha condições de realizar seus jogos oficiais em seu equipamento e, portanto, não necessitaria da Arena. Desta forma, para garantir o uso constante da Arena das Dunas por parte do ABC, a administradora da Arena precisava estabelecer uma parceria com o clube para que ele transferisse seus jogos oficiais para o novo estádio.

O segundo era: em 2009, o ABC estava na 2ª divisão do Campeonato Brasileiro¹²⁸ e, por conta do seu mau desempenho ao longo do torneio, foi rebaixado para a

¹²⁵ De acordo com o estudo nomeado DNA torcedor, realizado pelo Ibope Repucom e divulgado inicialmente pela Revista Época, o ABC ocupa o 9º lugar no ranking de clubes com maior torcida do Nordeste, com o número estimado de cerca de 130 mil torcedores. FONTE: GALLINDO, André. Pesquisa põe Sport como clube do Nordeste mais popular, seguido pelo Bahia: tricolor baiano, porém, fica em primeiro quando considerado o "segundo time" dos torcedores em pesquisa realizada pelo Ibope Repucom e divulgada pela revista época. **Globo Esporte**, Rio de Janeiro, 09 maio. 2018. Futebol. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/sport-e-o-clube-mais-popular-do-nordeste-seguido-de-perto-pelo-bahia.ghtml>. Acesso: 13 fev. 2020.

¹²⁶ O estádio leva o nome de uma conhecida torcedora do clube, empresária chilena e mulher do ex-treinador do ABC Vicente Farache. Já o apelido, “[...] Segundo o torcedor do ABC João Carlos Aranha, surgiu como um deboche das torcidas rivais ao ABC. Porém, o clube tratou de assumir o nome por ser um clube com forte apelo popular. [...] Essa alcunha, pejorativa na época, nos foi imposta por nossos adversários locais, pois somos o time do povo e o de maior torcida. Mas resolvemos assumi-lo. Segundo o historiador Luís da Câmara Cascudo, frasqueira era o nome do local onde eram transportados os escravos nos navios negreiros. Daí a imposição desse apelido – conta Aranha. [...]”. FONTE: BEHS Leandro. Conheça a história do Frasqueirão, o estádio do ABC, que receberá o Inter pela primeira vez neste sábado: Estádio Maria Lamas Faraches foi inaugurado há 10 anos e tem capacidade para 18 mil torcedores. **Gauchazh**, Porto Alegre, 15 ago. 2017. Colorado. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/esportes/inter/noticia/2017/08/conheca-a-historia-do-frasqueirao-o-estadio-do-abc-que-recebera-o-inter-pela-primeira-vez-neste-sabado-9870365.html>. Acesso: 14 fev. 2020.

¹²⁷ ABC FUTEBOL CLUBE. Frasqueirão. **ABC Futebol Clube**, Natal. História. Disponível: <https://abcfc.com.br/historia/frasqueirao/> Acesso: 13 fev. 2020.

¹²⁸ O Campeonato Brasileiro de Futebol, criado na década de 1970, atualmente está dividido em quatro séries, nomeadas de A, B, C e D (ou 1ª, 2ª, 3ª e 4ª divisões). As três primeiras são disputadas por vinte clubes, já a quarta conta com a participação de sessenta e oito clubes. Comumente, os times que disputam cada uma das séries muda anualmente, o critério para classificação em cada um dos grupos é o desempenho que o time apresenta durante o campeonato. Assim, ao chegar ao fim do ano, os quatro destaques acessarão o nível seguinte e os quatro piores serão rebaixados. Apesar da rotatividade, alguns clubes conseguem permanecer em uma das

3ª divisão; e participou da Copa do Brasil, mas foi eliminado na 2ª fase. Já o América estava na 2ª divisão do Campeonato Brasileiro; e participou da Copa do Brasil, mas foi eliminado na 1ª fase. Ou seja, os dois clubes estavam inseridos em torneios nacionais de futebol, mas possuíam poucas condições reais de disputar títulos devido ao baixo desempenho¹²⁹.

O rebaixamento em um torneio como o Campeonato Brasileiro acarreta um descontentamento por parte da torcida e, por consequência disto, uma diminuição do público nos estádios. Já uma eliminação precoce em uma competição como a Copa do Brasil significa ausência de premiação por conta de classificações para as próximas fases, poucas partidas oficiais ao longo do ano; e poucas chances de jogos com grande público pagante e rendas altas.

O único torneio em que ABC e América conseguem atingir melhores colocações é no Campeonato Potiguar. Particularmente, no ano de 2009, nenhum dos dois chegaram à final. O que mais uma vez significava a redução do número de partidas por ano; diminuição do público nos estádios; e queda na arrecadação do clube. Com isto, queremos dizer que, caso os atores sociais envolvidos com o planejamento e a construção da Arena das Dunas quisessem garantir uma alta ocupação da praça esportiva e a atração de torneios de grande relevância nacional, precisavam contar com uma melhora na atuação dos dois maiores clubes do estado nos campeonatos de futebol.

O Jornal UOL online, em matéria publicada no dia 10 de julho de 2013¹³⁰, narra que, neste mesmo ano, a OAS Arenas ofereceu uma proposta ao ABC para que ele transferisse seus jogos para a nova praça esportiva. Um dos conselheiros do clube aprovou os termos do contrato apresentado e destacou a importância de ter mais uma opção de estádio para jogar para o clube, especialmente tratando-se de um estádio moderno e recém-

divisões por anos, por isso, é possível descrever as características principais dos times que ocupam cada nível do campeonato. As características gerais dos clubes que ocupam cada uma das divisões são a seguinte: a série A é ocupada pela elite do futebol brasileiro, ou seja, os clubes que possuem os melhores jogadores, as melhores receitas e os maiores patrimônios; na série B estão os clubes de desempenho intermediário, aqueles que, apesar de não possuírem um imenso patrimônio e receita, se destacam no cenário regional, sobretudo, por possuírem uma história centenária e grandes torcidas; já as séries C e D são compostas por times poucos expressivos, que além de não possuírem grande patrimônio, não possuem uma torcida numerosa. Gostaríamos de ressaltar que não são características obrigatórias, já que o critério para que cada time ocupe uma vaga em uma divisão específica não é econômico, mas sim pelo desempenho.

¹²⁹ Todos os dados referentes ao desempenhos do ABC e do América nos torneios locais e nacionais foram obtidos na página online O Gol. Disponível em: <https://www.ogol.com.br/>.

¹³⁰ FONTE: ABC estuda acordo para jogar na Arena das Dunas a partir de 2014. UOL, Rio de Janeiro, 10 jul. 2013. Esporte. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2013/07/10/abc-estuda-acordo-para-jogar-na-arena-das-dunas-a-partir-de-2014.htm>. Acesso: 14 fev. 2020.

reformado. Contudo, destacou que o alvinegro não pretendia abrir mão de mandar jogos no Frasqueirão.

Como havia sido previsto, a Arena das Dunas ficou pronta para a Copa do Mundo de 2014 e recebeu quatro jogos oficiais. No entanto, as demais expectativas para o estádio não foram atingidas por completo. A primeira delas era a de que os dois maiores clubes do estado se destacassem nos campeonatos nacionais. ABC e América não ficaram totalmente ausentes destes torneios, no entanto, seus desempenhos oscilaram muito. Inclusive, não só não conseguiram retornar à 1ª divisão do Campeonato Brasileiro, como foram rebaixados para uma divisão ainda menos expressiva, a 4ª.

Conforme mencionamos anteriormente, os dois clubes norte-rio-grandenses atingem melhores colocações no campeonato potiguar, o que continuou a acontecer na última década. Entre os anos de 2010 e 2019, o ABC conquistou o título estadual quatro vezes (em 2011, 2016, 2017 e 2018)¹³¹; já o América, conquistou três vezes (em 2012, 2013 e 2019). No entanto, ao tomar como referência a capacidade de público da Arena das Dunas, que suporta 31.375 torcedores, percebemos que a média de público do campeonato potiguar é baixa.

De acordo com a Federação Norte-rio-grandense, em matéria publicada no dia 22 de fevereiro de 2019¹³², 2.002 torcedores foi a média de pagantes no campeonato estadual de 2019. Neste mesmo ano, o jogo que registrou o recorde de público pagante, o Clássico-Rei entre América e ABC, registrou apenas 18.573 torcedores. A matéria destaca que esta foi a melhor média dos últimos doze anos. Nos anos anteriores, os números registrados foram: “[...] 1.397 (2010), 1.407 (2011), 1.615 (2012), 1.134 (2013), 1.460 (2014), 971 (2015), 1.959 (2016), 1.449 (2017), 1.217 (2018) e este ano 2.002 pagantes, por partida”.

A segunda expectativa que não se realizou foi a de estabelecer um contrato de exclusividade de uso da Arena das Dunas com o ABC. Para que o leitor compreenda de que forma a torcida do ABC ocupava os estádios de sua cidade, apresentaremos os dados organizados e divulgados pelo Globo Esporte em sua página online. A matéria *O público nos estádios do Brasil*, apresenta a média de ocupação dos clubes brasileiros que se encontram nas Séries A, B e C do Campeonato Brasileiro. A matéria começou a ser difundida no ano de

¹³¹ FONTE: TÍTULOS. ABC F.C., Natal. História. Títulos. Disponível em: <https://abcfc.com.br/historia/titulos/>. Acesso: 19 fev. 2020.

¹³² FONTE: MÉDIA de público do Campeonato Potiguar de 2019 é a maior dos últimos 12 anos. **Federação Norte-rio-grandense de Futebol**, Natal. Notícias. Disponível em: <https://www.fnf.org.br/media-de-publico-do-campeonato-potiguar-de-2019-e-a-maior-dos-ultimos-12-anos>. Acesso: 19 fev. 2020.

2015; apresenta um balanço geral todos os anos; e oferta ao público a oportunidade de ver o ranking entre os clubes e os números de cada clube separadamente¹³³. Analisamos as informações divulgadas sobre o ABC Futebol Clube entre os anos de 2015 e 2019 (exceto 2016, pois não está disponível por motivos que desconhecemos).

De acordo com a matéria supracitada, o ABC disputou 103 jogos como time mandante. Desses jogos, apenas 9 foram realizados na Arena Dunas, as demais partidas ocorreram no Frasqueirão, seu estádio próprio. Ou seja, o ABC priorizou o Frasqueirão e utilizou a Arena das Dunas apenas como alternativa. Além disso, os números mostram que a taxa de ocupação do estádio era maior quando os jogos ocorriam no Frasqueirão, variando entre 18% e 27% da arquibancada, enquanto na Arena das Dunas a ocupação não passava de 9%. Isto é, a torcida do ABC comparecia em maior número ao estádio quando o jogo era realizado no Frasqueirão. No mais, foi possível perceber que a renda bruta obtida nos jogos também era maior quando estes ocorriam no Frasqueirão, variando entre 736 mil reais a 1 milhão e 400 mil, enquanto na Arena a renda ficava na casa dos 200 mil.¹³⁴

Segundo Sérgio Rangel, em matéria publicada no dia 08 de outubro de 2016¹³⁵, ABC e América consideraram que era inviável manter parte dos seus jogos na Arena, visto que, para utilizar a praça esportiva, precisavam desembolsar cerca de 90 mil reais por partida para cobrir os custos. Desta forma, o ABC, que chegou a firmar contrato com a Arena, suspendeu o acordo e retornou ao Frasqueirão (conforme destacado no Quadro 9 do Apêndice J). Já o América, que até a data de publicação da matéria citada acima não possuía estádio próprio, precisou manter o contrato por mais tempo que seu rival, mas começou a planejar a construção de seu próprio estádio¹³⁶. Por fim, a matéria destaca que, já em 2015, um ano

¹³³ FONTE: LEMOS, Carlos; *et al.* O público nos estádios do Brasil: em 2015. **Globo Esporte**, 31 dez. 2015. Disponível em: <http://app.globoesporte.globo.com/futebol/publico-no-brasil/2015/index.html>. Acesso: 19 fev. 2020.

¹³⁴ Caso o leitor queira conhecer outras informações sobre a média de ocupação do ABC, assim como verificar os números exatos desta ocupação por ano, sugerimos a leitura do quadro 9 que está inserido no apêndice J deste texto.

¹³⁵ FONTE: RANGEL, Sérgio. Arena das Dunas é evitada por clubes e pode dar prejuízo de R\$ 452 milhões. **Folha de São Paulo**, Natal, 08 out. 2016. Atualizado em: 12 out. 2016. Esporte. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2016/10/1821032-lotada-em-jogo-da-selecao-arena-das-dunas-pode-dar-prejuizo-de-r-452-mi.shtml>. Acesso: 19 fev. 2020.

¹³⁶ Em conformidade com Cassio Zirpoli, em matéria publicada em 18 de setembro de 2019, parte da Arena América foi inaugurada em 2019, após sete anos de obras, em Parnamirim, cidade da Região Metropolitana de Natal. No momento, a Arena tem capacidade para receber 5 mil torcedores, portanto, seu objetivo é receber jogos de pequeno e médio porte do América. Existe a intenção de ampliar a praça esportiva para que ela comporte 25 mil torcedores, contudo, não há previsão para o término desta empreitada. Zirpoli destaca que a construção do estádio surpreende por ter sido realizada em um período delicado do clube (que se encontra na Série D do Brasileiro) e por ter contado com receita repassada por torcedores. FONTE: ZIRPOLI, Cassio. O

depois de sua inauguração, a Arena das Dunas estava submersa em um prejuízo de 35,1 milhões de reais e que só estava conseguindo operar no positivo por conta dos repasses do governo estadual de 100 milhões de reais referente aos custos da obra.

A segunda Arena nordestina é a Arena Fonte Nova. De acordo com Santos e Góis (2014, p.372), a Arena Fonte Nova foi erguida no terreno que antes dava lugar ao Estádio Octávio Mangabeira (que já era conhecido por Fonte Nova), inaugurado pela primeira vez em 1951. A reforma iniciou em 2010; ficou a cargo das construtoras OAS Engenharia e Odebrecht; e custou quase R\$ 600 milhões de reais, segundo Simões (2017, p. 164).

As sugestões apontadas pelo SINAENCO (2009) para a cidade de Salvador e para seu estádio foram as mesmas sugeridas para Natal: adaptar suas instalações para outras modalidades esportivas e para receber outros tipos de eventos. A justificativa apresentada pelo Sindicato foi a de que o estádio não teria como garantir sua sustentação econômica somente com jogos de futebol, uma vez que o valores cobrados por ingressos na cidade eram muito baixos.

Destacamos que, assim como Natal, Salvador possui dois clubes de futebol centenários e com grandes torcidas, o Esporte Clube Bahia e o Esporte Clube Vitória¹³⁷. Bem como no caso anterior, a ideia de ter dois clubes com torcidas massivas poderia contribuir para que chegássemos à conclusão de que os dois clubes teriam interesse em disputar seus jogos na nova Arena e, por consequência disto, os gastos com a reforma da Fonte Nova e com a sua remodelação para Arena poderia ser justificada. No entanto, tal qual o ABC Futebol Clube, o Esporte Clube Vitória possuía (possui) estádio próprio, além disso, tinha na “[...] indisposição dos seus torcedores o principal motivo para não migrar para a Arena Fonte Nova [...] (SIMÕES, 2017, p. 164)”.

novo estádio do Nordeste, a Arena América. Por enquanto, com 1 módulo. **Cassio Zirpoli**, 18 set. 2019. Nacional. Nordeste. Disponível em: <https://cassiozirpoli.com.br/o-novo-estadio-do-nordeste-a-arena-americapor-enquanto-com-1-modulo/>. Acesso: 19 fev. 2020.

¹³⁷ De acordo com o estudo nomeado DNA Torcedor, realizado pelo Ibope Repucom e divulgado inicialmente pela Revista Época, Bahia e Vitória não só são os dois clubes de maior torcida do estado da Bahia, como também ocupam o segundo e o terceiro lugar, respectivamente, no ranking de clubes como maiores torcidas do Nordeste. FONTE: GALLINDO, André. Pesquisa põe Sport como clube do Nordeste mais popular, seguido pelo Bahia: Tricolor baiano, porém, fica em primeiro quando considerado o "segundo time" dos torcedores em pesquisa realizada pelo Ibope Repucom e divulgada pela Revista Época. **Globo Esporte**, Rio de Janeiro, 09 maio. 2018. Futebol. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/sport-e-o-clube-mais-popular-do-nordeste-seguido-de-perto-pelo-bahia.ghtml>. Acesso: 13 fev. 2020.

Já pensando na sustentação econômica do estádio, em 2013, a administração da Arena Fonte Nova assinou um contrato de *naming rights* com o Grupo Petrópolis¹³⁸. De acordo com Thiago Pereira, em artigo publicado em 01 de abril de 2013 pelo Globo Esporte¹³⁹, o contrato de *naming rights* assinado entre a administração da Arena Fonte Nova e o Grupo Petrópolis previa a duração de 10 anos e o pagamento de 100 milhões de reais. Assim, o estádio deveria ser chamado de Itaipava Arena Fonte Nova até 2023. Pelo contrato, a Fonte Nova receberia o valor de 10 milhões por anos, no entanto,

[...] O valor pago pela cervejaria será dividido entre a administração pública e o consórcio responsável pelo estádio. Os cofres do Governo, no entanto, não receberão a verba, já que ela servirá para abater a contrapartida que tem que ser paga pela construção da arena. Ao invés de ganhar, administração pública baiana deixará de gastar [...] (PEREIRA, 2013).

Gostaríamos de mencionar dois fatos interessantes sobre o contrato em questão: o primeiro deles é que, ao fechar o acordo, a cervejaria passou a ter exclusividade na oferta de seus produtos no estádio. No entanto, em 2013, os estádios baianos estavam seguindo a orientação do Estatuto do Torcedor e não vendendo bebidas alcoólicas em suas dependências. Isto não significa que a cervejaria não tinha outros produtos a serem oferecidos, mas que ela não poderia ofertar o produto que é o carro-chefe de sua marca. O segundo é que durante a Copa das Confederações 2013 e a Copa do Mundo 2014 o *naming rights* ficou suspenso, já que a FIFA exige a entrega da Arena livre de marcas para que ela possa garantir o espaço de exibição de suas patrocinadoras.

O contrato da venda de *naming rights* ainda está em vigor, portanto, é uma renda fixa para a Arena Fonte Nova. A outra fonte de renda é o uso para jogos dos dois maiores clubes do estado. Contudo, Bahia e Vitória o utilizam com uma frequência diferente. Em conformidade com a matéria *O público nos estádios do Brasil*, do Globo Esporte¹⁴⁰, de 2016

¹³⁸ De acordo com a página online oficial do Grupo Petrópolis, esta companhia é a maior empresa com capital 100% nacional produtora de bebidas alcoólicas e não alcoólicas. Os produtos disponíveis no mercado local são: cervejas: Crystal, Lokal, Itaipava, Black Princess, Petra e Weltenburger; os energéticos TNT Energy Drink e Magneto; o isotônico Ironage; as vodkas Blue Spirit Ice e Nordka; e a água Petra. FONTE: GRUPO PETRÓPOLIS. Grupo Petrópolis: gerando prosperidade para o Brasil. **Grupo Petrópolis**. Empresa. História. Disponível em: <https://www.grupopetropolis.com.br/empresa/historia/>. Acesso: 21 fev. 2020.

¹³⁹ FONTE: PEREIRA, Thiago. Por R\$100 milhões, Fonte Nova fecha com cervejaria e ganha novo nome: consórcio responsável pela administração da arena fecha contrato com a Itaipava até 2023. Acordo prevê pagamento de R\$ 10 milhões por ano. **Globo Esporte**, Salvador, 01 abr. 2013. Bahia. Notícias. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/ba/noticia/2013/04/por-r100-milhoes-fonte-nova-fecha-com-cervejaria-e-ganha-novo-nome.html>. Acesso: 20 fev. 2020.

¹⁴⁰ FONTE: LEMOS, Carlos; *et al.* O público nos estádios do Brasil: em 2015. **Globo Esporte**, 31 dez. 2015. Disponível em: <http://app.globoesporte.globo.com/futebol/publico-no-brasil/2015/index.html>. Acesso: 19 fev. 2020.

a 2019, dos 136 jogos em que o Bahia foi mandante, 122 ocorreram na Fonte Nova, enquanto os demais aconteceram no Estádio Metropolitan Roberto Santos, o Pítuaçu; já o Vitória, dos 124 jogos em que foi mandante, somente 10 foram realizados na Fonte Nova¹⁴¹, enquanto todos os demais ocorreram no Barradão.

Segundo Luiz Teles, em artigo publicado no dia 24 de dezembro de 2012, no Jornal A Tarde¹⁴², mesmo antes da inauguração da Arena Fonte Nova, o Bahia já havia fechado contrato com a administradora do estádio para disputar seus jogos no local pelos cinco anos subsequentes. Marcelo Guimarães Filho, então presidente do clube, ao conceder entrevista para o jornal supracitado, afirma que jogar na Fonte Nova seria melhor para o torcedor tricolor, uma vez que é com este estádio que o torcedor do Bahia tem uma relação mais afetiva e porque ele é um estádio mais central que o Pítuaçu.

Vale ressaltar que, para o clube, a proposta apresentada pela administradora do estádio era interessante financeiramente, uma vez que ofertava a possibilidade de ganhar 9 milhões de reais anualmente. Inicialmente, o acordo entre os dois foi fechado, contudo, de 2013 até o presente momento, o Bahia e a administradora do estádio tiveram uma série de desentendimentos. Em 2015, o Bahia ameaçou não renovar o contrato e voltar a mandar seus jogos no Pítuaçu, pois a administradora quis reduzir o valor do pagamento anual devido aos prejuízos acumulados.¹⁴³ Apesar dos impasses, o contrato foi renovado até o ano de 2018 e em seguida até 2021.

Entretanto, em 2019, há mais uma desavença. Isto porque a Arena Fonte Nova decidiu aumentar o preço da cerveja de R\$ 6 para R\$ 8, o clube não concordou e pediu o retorno do preço antigo. A Arena comunicou que só reduziria o valor caso o desconto para sócio-torcedor fosse cancelado. O desconto em questão é o abatimento de 50% no valor da cerveja adquirida nos bares do estádio nos jogos em que o Bahia é o mandante. Benefício ofertado para sete modalidades de sócio-torcedor do tricolor baiano. A diretoria do Bahia

¹⁴¹ Para mais detalhes sobre a ocupação dos estádios baianos pelos clubes Bahia e Vitória, assim como outros dados que serão apresentados a seguir, sugerimos que o leitor acompanhe os quadros 10 e 11 do apêndice J deste texto.

¹⁴² FONTE: TELES, Luiz. Fonte Nova dará lucro ao Bahia; Vitória resiste a acordo. **A Tarde**, 24 dez. 2012. Esportes. Disponível em: <https://atarde.uol.com.br/esportes/noticias/1474792-fonte-nova-dara-lucro-ao-bahia-vitoria-resiste-a-acordo>. Acesso: 20 fev. 2020.

¹⁴³ FONTE: QUEIROZ, Bruno. Arena Fonte Nova pagou R\$ 18 milhões ao tricolor, que pode ficar sem Pítuaçu: o Bahia quer a manutenção dos R\$ 9 milhões por ano. **Correio 24 horas**, 31 mar. 2015. Notícia. Disponível em: <https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/arena-fonte-nova-pagou-r-18-milhoes-ao-tricolor-que-pode-ficar-sem-pituacu/>. Acesso: 20 fev. 2020.

mais uma vez não aceitou a proposta e, por consequência disso, convocou a torcida para um boicote.

De acordo com Gabriel Rodrigues, em matéria publicada no dia 28 de setembro de 2019¹⁴⁴, na página online Terra, o Bahia sugeriu aos seus torcedores que não consumissem as bebidas vendidas nos bares do estádio. Além disso, estabeleceu uma parceria com a AMBEV – grupo cervejeiro concorrente do Grupo Petrópolis, donos da cerveja Itaipava e detentores do *namings rights* da Arena Fonte Nova – para vender cervejas a R\$ 1 do lado de fora do estádio. O então presidente do Bahia, Guilherme Bellitani, acredita que organizar essa ação foi “[...] uma luta simbólica contra a elitização dos estádios. [...] (RODRIGUES, 2019)”

Conforme Luiz Teles, em artigo publicado no dia 24 de dezembro de 2012, no Jornal A Tarde¹⁴⁵, a administração da Arena Fonte Nova também dialogou com o Esporte Clube Vitória, a fim de garantir que o rubro-negro baiano transferisse seus jogos para o estádio reformado. No entanto, diferente do Bahia, o Vitória apresentou resistência à proposta. Para o clube, ainda que houvesse um acréscimo em receita de bilheteria devido ao valor anual (de 9 milhões) que a Arena passaria ao clube, o Vitória perderia em arrecadação com placas de publicidade, administração de bares e lojas e estacionamento em seu estádio, já que o consórcio responsável pela Arena é quem recolheria os valores obtidos nesses setores na Fonte Nova. Ainda, o clube destacou que os torcedores do rubro-negro preferiam seguir a tradição de acompanhar os jogos no Barradão.

Devido aos aspectos negativos de fechar acordo com a Arena Fonte Nova, o Vitória optou por jogar apenas esporadicamente no estádio recém-reformado. De acordo com a matéria supracitada, em 2013, o rubro-negro baiano mandou cinco jogos na Arena; e, segundo a matéria *O público nos estádios do Brasil*, do Globo Esporte¹⁴⁶, em 2016, foram cinco jogos, e, em 2017, dois jogos (conforme destacado no Quadro 11 do Apêndice J). Em

¹⁴⁴FONTE: RODRIGUES, Gabriel. Não é só pela cerveja! Entenda o imbróglio entre Bahia e Fonte Nova: clube não aceitou o fim do desconto que os sócios tinham na compra de cerveja, nem o aumento no preço da bebida. Luta representa movimento contra elitização no estádio. **Lance!**, 28 set. 2019. Esportes. Disponível em: <https://www.terra.com.br/esportes/lance/nao-e-so-pela-cerveja-entenda-o-imbroglio-entre-bahia-e-fonte-nova,6ded0604c94a7e92e2f2695216d3f2a7n3fnquq2.html>. Acesso: 20 fev. 2020.

¹⁴⁵ FONTE: TELES, Luiz. Fonte Nova dará lucro ao Bahia; Vitória resiste a acordo. **A Tarde**, 24 dez. 2012. Esportes. Disponível em: <https://atarde.uol.com.br/esportes/noticias/1474792-fonte-nova-dara-lucro-ao-bahia-vitoria-resiste-a-acordo>. Acesso: 20 fev. 2020.

¹⁴⁶ FONTE: LEMOS, Carlos; *et al.* O público nos estádios do Brasil: em 2015. **Globo Esporte**, 31 dez. 2015. Disponível em: <http://app.globoesporte.globo.com/futebol/publico-no-brasil/2015/index.html>. Acesso: 19 fev. 2020.

2019, os diálogos sobre o acordo com a Arena Fonte Nova foram retomados pelo então presidente do Vitória, Paulo Carneiro.

Em conformidade com Matheus Simoni, em artigo publicado pela página online Metro 1 no dia 22 de agosto de 2019¹⁴⁷, o Vitória decidiu tentar transferir seus jogos para a Arena por estar sem dinheiro e com dificuldades para equilibrar as finanças do clube, no entanto, encontrou dificuldades. Isto ocorreu porque a Arena Fonte Nova pactuou com o Esporte Clube Bahia que, para evitar o pagamento de R\$ 450 mil reais em despesas nos jogos, o clube precisa manter no mínimo 13 mil sócios, a fim de garantir uma ocupação média do estádio. Tal pacto, impede a Arena de oferecer proposta diferente aos demais clubes baianos. Logo, a cláusula dificultou a situação do Vitória, que só possui cerca de 11 mil sócio-torcedores.

A negociação entre o clube rubro-negro e a Arena se estendeu por quatro meses. Por fim, acordaram que o Vitória mandaria seus jogos na Fonte Nova durante três temporadas¹⁴⁸, de 2020 a 2022. Contudo, a parceria durou apenas durante o período de testes e encerrou antes mesmo do início da temporada 2020. Para Vitor Villar, em matéria publicada pelo Correio 24 horas no dia 12 de dezembro de 2019¹⁴⁹, o Vitória decidiu voltar atrás, pois o volume de público presente nos três jogos que mandou na Arena foi inferior ao que estava sendo esperado. Villar (2019) nos conta que “[...] apenas a estreia na arena, contra o Guarani, deu lucro. Foram 17.531 pagantes – maior público rubro-negro na temporada – e renda líquida de R\$ 248 mil. Contra Atlético-GO e Sport, porém, prejuízos de R\$ 81 mil e de R\$ 76 mil, respectivamente”.

Desta forma, percebemos que, ao contrário daquilo que era esperado, a Arena Fonte Nova não conseguiu despertar o desejo dos dois maiores clubes baianos por mandar seus jogos na arena; não conseguiu garantir uma taxa de ocupação do estádio alta e, por

¹⁴⁷ FONTE: SIMONI, Matheus. Vitória quer jogar na Fonte Nova, mas esbarra em cláusula de contrato da arena com o Bahia: em crise financeira, leão bate de frente com governo e arena para tentar mandar seus jogos no estádio. **Metro** **1**, 22 ago. 2019. Esportes. Disponível em: <https://www.metro1.com.br/noticias/esportes/78848,vitoria-quer-jogar-na-fonte-nova-mas-esbarra-em-clausula-de-contrato-da-arena-com-o-bahia>. Acesso em: 09 mar. 2020.

¹⁴⁸ FONTE: Vitória anuncia acordo com Fonte Nova; primeiro jogo no estádio será sábado: Vitória enfrenta o Guarani no próximo sábado, às 16h30 (de Brasília), pela 22ª rodada da série B. **Globo Esporte.com**. Salvador, 09 set. 2019. Vitória. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/ba/futebol/times/vitoria/noticia/presidente-do-vitoria-anuncia-acordo-com-fonte-nova-primeiro-jogo-no-estadio-sera-sabado.ghtml>. Acesso em: 09 mar. 2020.

¹⁴⁹ FONTE: VILLAR, Vitor. Vitória desiste de jogar na fonte nova em 2020; entenda o caso: leão não chegou a ter contrato definitivo: jogos em 2019 foram de teste. **Correio 24 horas**, Salvador, 12 dez. 2019. Vitória. Disponível em: <https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/vitoria-desiste-de-jogar-na-fonte-nova-em-2020-entenda-o-caso/>. Acesso em: 09 mar. 2020.

consequência disto, não tem arrecadado os valores esperados com partidas de futebol. Além disso, Simões (2017, p. 164-165) destaca que o prejuízo acumulado pela Arena Fonte Nova somente nos três primeiros anos foi de quase 100 milhões de reais.

Mascarenhas (2014) nos lembra que “[...] o custo médio anual de manutenção de um moderno estádio equivale a 10% de seu valor integral. Em outras palavras, gasta-se muito para construir, e ainda se herda um passivo imenso [...] (p.215)”. Os custos com a manutenção são ainda mais penosos para as cidades que não possuem um mercado local consistente, ou seja, possuem uma baixa média de público pagante nos campeonatos estaduais e pouca ou nenhuma participação dos clubes locais em torneios nacionais e internacionais. O autor ainda destaca que “[...] não será um novo estádio que alterará radicalmente esse quadro, e sim a qualidade técnica dos times e o prestígio de seus clubes [...] (p.215)”.

Como vimos acima, ABC e América são clubes com prestígio e histórias centenárias, no entanto, essas características não foram suficientes para alterar a situação na qual os clubes se encontravam e reinseri-los em grandes competições. A não participação em grandes torneios de futebol, somadas ao alto custo do uso da Arena e ao fato de possuírem estádios próprios contribuiu para que os clubes norte rio-grandenses desistissem de mandar jogos na Arena Dunas. Ao comparar com os dois clubes citados acima, Bahia e Vitória participam de campeonatos de futebol mais relevantes do ponto de vista econômico, contudo, isto não foi suficiente para impedir que a Arena Fonte Nova gerasse prejuízo.

Lembramos que, optamos por narrar os casos das Arenas Dunas e Fonte Nova por estarem localizadas no Nordeste. Mas há pelo menos mais três Arenas enfrentando dificuldades de sustentação econômica: Arena Amazônia, em Manaus; Arena Pantanal, em Cuiabá; e Estádio Nacional Mané Garrincha, em Brasília. Mascarenhas também destaca que

“A FIFA estabelece exigências diversas, mas não obrigou propriamente o país a construir tantos estádios. [...] Foi o governo brasileiro, premido por pressões internas ao pacto federativo, e agindo a favor das empreiteiras, que demandou a expansão do número de sedes para 12, [...]. A rigor, das 12 sedes eleitas, não mais que cinco cidades brasileiras têm condições de efetivamente sustentar um novo e sofisticado estádio sem incertezas e riscos de prejuízo. [...] Após o megaevento, o equipamento permanece na paisagem e nas contas governamentais, a despeito do desencontro com as necessidades locais, condenado à exposição pública, símbolo da irresponsabilidade fiscal.” (MASCARENHAS, 2014, p.215-216)

Tendo em vista que já dialogamos sobre as outras duas Arenas nordestinas que corriam o risco de não garantir sua sustentação econômica e o fato de que queríamos destacar a Arena cearense, já que foi nela que realizamos nossa pesquisa de campo, no próximo tópico discutiremos sobre o Estádio Castelão e sua reformulação para Arena.

3.3 De Estádio a Arena: reforma, gestão e ocupação do Castelão

“Com tantas atrações descritas, fica evidente que na Arena o espetáculo começará muito antes do jogo (OLLER, 2014, p.37)”.

A terceira Arena nordestina que corria o risco de não garantir sua sustentação econômica é a Arena Castelão. Conforme Santos e Góis (2014), o Estádio Castelão foi inaugurado no dia 11 de novembro de 1973. A cerimônia contou com a presença do ex-governador Plácido Aderaldo Castelo (1966-1971) – que foi homenageado com o nome do estádio – e do então governador César Cals de Oliveira (1971-1975). Farias (2014a) nos conta que inicialmente só foram construídos dois lances laterais de arquibancada para a inauguração. Os dois lances atrás das duas balizas só foram edificadas sete anos depois por ordem do então governador Virgílio Távora (1979-1983) para recepcionar o Papa João Paulo II. Neste período, o Castelão tinha capacidade para receber até 110 mil pessoas, o que o tornava o terceiro maior estádio do Brasil.

Desde o período de sua construção, o Estádio Castelão passou por duas grandes reformas: uma em 2002 e outra em 2012, esta última com o objetivo de adequá-lo às exigências da FIFA para a Copa do Mundo de 2014. Destacamos que o fato de ter sido submetido a uma reforma pouco menos de dez anos antes do período de sua escolha como estádio-sede da Copa de 2014 não isentou o Castelão de cumprir as exigências técnicas para os estádios formuladas pela FIFA.

Para o SINAENCO (2009), no que diz respeito aos aspectos físicos do estádio, o Castelão precisava realizar duas adaptações (conforme destacado no Quadro 7 do Apêndice G): construir um espaço adequado para a imprensa e ampliar sua capacidade de estacionamento. Entretanto, a reforma realizada não se resumiu a esses dois pontos e baseou-se no conceito de transformar o Estádio em uma Arena Multiuso; em um dos grandes centros olímpicos do país; e, também, em um complexo turístico importante. Para alcançar esses objetivos, a reforma do estádio foi avaliada em R\$ 518.606.000¹⁵⁰.

A terceira sugestão mencionada pelo SINAENCO (2009) para a cidade de Fortaleza e para seu estádio foi: adaptar suas instalações para receber outros tipos de evento,

¹⁵⁰ REFORMA do Estádio Castelão é a mais adiantada do país, diz secretaria: Mais de 35% da reforma foi concluída, segundo Secretaria da Copa no CE. Obras de mobilidade urbana em Fortaleza ainda nem começaram. **G1 Ceará**, Fortaleza, 15 set. 2011. Disponível em: <http://g1.globo.com/ceara/noticia/2011/09/reforma-do-estadio-castelao-e-mais-adiantada-do-pais-diz-secretaria.html>. Acesso: 09 mar. 2020.

a fim de garantir sua sustentação econômica. Destacamos que, assim como Natal e Salvador, Fortaleza possui dois clubes de futebol centenários e com grandes torcidas, o Ceará Sporting Club e o Fortaleza Esporte Clube¹⁵¹. Assim como nos casos apresentados anteriormente, o fato de ter dois clubes com torcidas massivas foi fundamental para justificar os gastos com a reforma do Castelão e com a sua remodelação para Arena.

Para a construção do Estádio, o Governo do Estado do Ceará optou por estabelecer uma parceria público-privada. Isto foi possível porque, de acordo com a Lei 8.987/95¹⁵² e com a Lei 11.079/04¹⁵³, o poder público pode delegar a uma pessoa jurídica ou consórcio de empresas, que demonstre capacidade para desempenhar a função, a incumbência de prestar serviços públicos ou realizar obras públicas, desde que as atividades sejam precedidas de licitação na modalidade concorrência. Para que o leitor entenda de que forma o contrato de construção e manutenção do estádio Castelão foi feito, tomaremos como referência as formulações de Sousa (2016) e Tomé (2014) sobre concessões.

Sousa (2016) afirma que há três tipos de concessão: 1) *a de serviço público*, 2) *a de obra pública* e 3) *a de uso de bem público*. Para o autor, a primeira modalidade de concessão, *a de serviço público*, é aquela em que a Administração Pública delega a terceiros a responsabilidade para executar um serviço público. Neste tipo de concessão, a concessionária obtém sua remuneração mediante o pagamento das tarifas pelos usuários do serviço ou através de outras formas de exploração deste mesmo serviço. Além disso, a concessionária deve pagar ao concedente (no caso, à administração pública) um valor fixo como um pagamento por ter recebido o direito de explorar determinada atividade.

Sousa (2016) nos lembra que só há concessão de serviço público quando a atividade em questão é definida por lei como serviço público e é de titularidade do Estado.

¹⁵¹ De acordo com o estudo nomeado DNA Torcedor, realizado pelo Ibope Repucom e divulgado inicialmente pela Revista Época, Ceará e Fortaleza não só são os dois clubes de maior torcida do estado do Ceará, como também ocupam o quarto e o sexto lugar, respectivamente, no ranking de clubes como maiores torcidas do Nordeste. FONTE: GALLINDO, André. Pesquisa põe Sport como clube do Nordeste mais popular, seguido pelo Bahia: Tricolor baiano, porém, fica em primeiro quando considerado o "segundo time" dos torcedores em pesquisa realizada pelo Ibope Repucom e divulgada pela Revista Época. **Globo Esporte**, Rio de Janeiro, 09 maio. 2018. Futebol. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/sport-e-o-clube-mais-popular-do-nordeste-seguido-de-perto-pelo-bahia.ghtml>. Acesso: 13 fev. 2020.

¹⁵² BRASIL. **Lei nº 8.987 de 13 de fevereiro de 1995**. Dispõe sobre o regime de concessão e permissão da prestação de serviços públicos previsto no art. 175 da Constituição Federal, e dá outras providências. Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8987cons.htm. Acesso: 11 mar. 2020.

¹⁵³ BRASIL. **Lei nº 11.079 de 30 de dezembro de 2004**. Institui normas gerais para licitação e contratação de parceria público-privada no âmbito da administração pública. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2004/Lei/L11079.htm. Acesso: 11 mar. 2020.

Também ressalta que, ainda que repasse à concessionária o direito de explorar um serviço, o Estado não perde a titularidade sobre ele, portanto, permanece com o poder de alterar cláusulas ou de rescindir o contrato quando há interesse público. Por fim, afirma que esta modalidade de concessão só pode ser feita através de licitação na modalidade concorrência.

As Parcerias Público-Privadas – PPP estão inclusas na modalidade *concessão de serviço público*. As PPPs surgiram da necessidade dos Estados de “[...] promoverem altos investimentos em infraestrutura e serviços públicos, sem que possuíssem recursos financeiros suficientes disponíveis, além de não conseguirem condições de financiamento satisfatórias [...]” (TOMÉ, 2014, p. 06)”. De acordo com Sousa (2016), elas podem ser de dois tipos: *a concessão patrocinada* e a *concessão administrativa*. A *Patrocinada* é aquela em que a concessionária obtém remuneração através do pagamento das tarifas pelos usuários e através de uma contraprestação do poder público. Já a *Administrativa*, é aquela em que a remuneração é feita integralmente pela administração pública, que é a única usuária direta ou indireta do serviço.

Tomé (2014) destaca que a Lei nº 11.079/04, lei que institui normas gerais para licitação e contratação de parceria público-privada no âmbito da administração pública, garante à administração pública a possibilidade de transferir ao ente privado a responsabilidade pelos custos iniciais para a realização de grandes obras ou prestação de serviços públicos. Também assegura que a contraprestação pública seja paga somente após a disponibilização total ou parcial do objeto do contrato. Destacamos que o valor do contrato não pode ser inferior a R\$ 20 milhões e deve ter uma duração mínima de 5 anos e duração máxima de 35 anos.

Isto significa que os governos estaduais que optassem por estabelecer uma parceria público-privada para construir ou reformar seus estádios para a Copa do Mundo de 2014 poderiam escolher uma empresa ou concessionária, por meio de licitação pública, para garantir os recursos necessários para o início da obra. Além disso, poderiam efetuar o pagamento da obra de forma parcelada e estabelecer no contrato a quantidade parcelas, que poderiam ser distribuídas em até 35 anos. Ademais, só precisariam iniciar o pagamento a partir do momento em que a obra ou etapas da obra começassem a ser entregues.

Já a segunda modalidade de concessão, a de *obra pública*, difere-se da primeira por ter como objeto da concessão a execução da obra, ao invés da prestação do serviço. E a última modalidade de concessão, a de *uso de bem público*, é “[...] o contrato administrativo pelo qual a Administração Pública faculta ao particular a utilização privativa de bem público, para que a exerça conforme a sua destinação (SOUSA, 2016, p. 24)”.

Dito isto, neste momento, trataremos do modelo de concessão adotado pelo Governo do Estado do Ceará para a Arena Castelão. O edital de concorrência pública internacional, lançado no dia 28 de janeiro de 2010¹⁵⁴, revela que o Governo do Estado do Ceará optou pela modalidade concessão de serviço público e por uma Parceria Público-Privada do tipo concessão administrativa. O edital ficou aberto entre o dia 28 de janeiro e o dia 16 de março de 2010. Exigia das empresas ou concessionárias interessadas propostas técnicas e financeiras e documentos que comprovassem a habilitação para executar a obra e cuidar da manutenção do equipamento.

Segundo consta no Edital, a concorrência em questão foi precedida por audiência pública de acordo com o artigo 39 da Lei Federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993¹⁵⁵. Além da audiência, também foi realizada uma consulta pública que teve seu início em 24 de julho de 2009 e seu encerramento em 24 de agosto de 2009. Tal consulta foi realizada conforme consta no artigo 10, inciso VI, da Lei Federal nº 11.079, de 30 de dezembro de 2004 (SOUSA, 2016, p. 27-28).

De acordo com o edital, o tipo de licitação pretendida era a do tipo técnica e financeira, isto é, a melhor proposta deveria combinar “[...] menor valor da contraprestação mensal¹⁵⁶, a ser paga pelo poder concedente¹⁵⁷, com a melhor técnica [...] (GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ, 2010, p. 16)”. Também, informa que o prazo de vigência do contrato seria de “[...] 96 (noventa e seis) meses ou 8 (oito) anos, cuja validade se daria a partir do momento da assinatura do contrato. A licitante vencedora teria até 30 dias para iniciar a execução do objeto proposto, tendo que finalizá-lo até o dia 31 de dezembro de 2012 (SOUSA, 2016, p.29)”.

¹⁵⁴ FONTE: GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ. SECRETARIA DE ESPORTES DO CEARÁ. **Edital de concorrência pública internacional reformulado nº 20090004**. Parceria Público-Privada para a reforma, ampliação, adequação, operação e manutenção do Estádio Plácido Aderaldo Castelo (Castelão) na Cidade de Fortaleza, Estado do Ceará, para recebimento de partidas da Copa do Mundo de 2014, conforme determinações da FIFA, bem como para a construção, operação e manutenção de edifício de estacionamento de veículos, conforme recomendações da FIFA e a construção e manutenção do edifício-sede da Secretaria do Esporte do Estado do Ceará. Fortaleza, 28 jan. 2010. Disponível em: http://licita.seplag.ce.gov.br/pub/127651/Edital%20Reformulado%2020090004-sesporte_Castel%C3%A3o.pdf. Acesso: 23 mar. 2020.

¹⁵⁵ BRASIL. **Lei nº 8.666 de 21 de junho de 1993**. Regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18666cons.htm. Acesso: 23 mar. 2020.

¹⁵⁶ “CONTRAPRESTAÇÃO MENSAL: compensação financeira à qual a CONCESSIONÁRIA faz jus em razão da prestação dos SERVIÇOS, paga pelo PODER CONCEDENTE nos termos do CONTRATO (GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ, 2016, p.06)”.

¹⁵⁷ “PODER CONCEDENTE: Estado do Ceará, representado pela Secretaria de Estado do Esporte. (GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ, 2016, p.11)”.

Em conformidade com Sousa (2016), quatro licitantes participaram da concorrência, três em forma de consórcio e um de forma individual: 1) *Consórcio Novo Castelão*: composto pelas empresas Christiani-Nielsen Engenharia S.A., a Somague Engenharia S.A., a Construtora Queiroz Galvão S.A. e a Fujita Engenharia LTDA.; 2) *Consórcio Marquise-EIT-CVS*: formado pela empresa Marquise, pela EIT – Empresa Industrial Técnica S.A. e pela CVS Construtora S.A.; 3) *Consórcio Arena Multiuso Castelão*: composto pelas empresas Galvão Engenharia S.A., Serveng Civilsan S.A. – Empresas Associadas de Engenharia e BWA Tecnologia e Sistema em Informática LTDA.; e 4) a empresa *Odebrecht*.

O resultado saiu no dia 29 de outubro de 2010 e o vencedor foi o *Consórcio Arena Multiuso Castelão*. Segundo Naves (2010), em publicação realizada na página online Radar PPP, página que disponibiliza de forma sistematizada informações públicas sobre o mercado nacional de Parcerias Público-Privadas e concessões, a assinatura do contrato entre a Secretaria do Esporte do Estado do Ceará – SESPORTE e a Arena Castelão Operadora de Estádio S.A. para reforma, ampliação, adequação, operação e manutenção do Estádio Castelão ocorreu no dia 26 de novembro de 2010.

Sousa (2016) acredita que a escolha pela Parceria Público-Privada do tipo *concessão administrativa* não foi a mais acertada, pois, como vimos anteriormente, essa modalidade costuma ser utilizada quando a administração pública é a usuária direta ou indireta do serviço. No entanto, o único item que seria utilizado pela administração que constava no edital de concorrência pública era o edifício sede da Secretaria de Esportes do Estado do Ceará. Para o autor, “[...] o estádio, por mais que seja utilizado pelo povo, não caracteriza um serviço público (p. 45)”. Desta forma, é possível que o contrato em questão se enquadrasse melhor na modalidade *concessão de obra pública*, o segundo tipo de concessão apresentado por nós.

Contudo, Sousa (2016) destaca que, ainda que o tipo de concessão escolhido fosse o *concessão de obra pública*, o contrato firmado pelo Governo do Estado apresentaria equívocos, visto que, nessa modalidade, a administração pública não deve ter custo algum com a execução da obra. No caso, a empresa ou consórcio vencedor é que deve arcar com todos os custos da obra e, em seguida, passa a administrar o equipamento “[...] pelo tempo necessário para a recuperação do investimento e obtenção de lucro mediante cobrança de tarifa aos usuários [...] (p.46)”.

Ao observar os dados apresentados pelo Relatório de Inspeção nº 003/2011 da Comissão Técnica de Fiscalização/Acompanhamento das Obras da Copa 2014, percebemos

que o Tribunal de Contas do Estado do Ceará – TCE/CE acredita que houve um equívoco na escolha da modalidade de concessão, pois

[...] 1 – A obra da Parceria Público Privada do Castelão é totalmente custeada pela Administração Pública, razão pela qual não há investimento do Parceiro Privado; 2- O prazo contratual da Parceria Público Privada do Castelão não é compatível com a amortização do investimento a ser realizado, pois o prazo do contrato é de apenas 8 anos, portanto, exíguo para amortizar um investimento da ordem de 486 milhões de reais. [...] 5 – É desnecessária a celebração de uma Parceria Público Privada para implantar a obra, pois a Administração Pública possui capacidade de endividamento suficiente para contratar um financiamento de 351 milhões de reais junto ao BNDES, somados à contrapartida de 135 milhões de reais. 6 – Não há vantagem para o Estado em ter contratado a PPP, já que o desembolso da obra está ocorrendo “à vista” e a administração pública tem uma experiência de gestão do equipamento esportivo por quase 40 (quarenta) anos, prazo este que permite minimizar os riscos do negócio pelo poder público [...] (CEARÁ. TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DO CEARÁ, 2011, p. 15).

Em conformidade com Sousa (2016), ainda que a escolha da *concessão administrativa* tenha se mostrado a mais viável, o Governo do Estado poderia ter se mostrado mais exigente quanto aos valores propostos pelas empresas e consórcios que participaram do processo licitatório. Uma vez que “[...] a licitante vencedora não apresentou o menor valor no acumulado dos oito anos de contrato, que teve impacto maior e efeito direto no valor do contrato (p.49)”. O autor nos conta que o menor valor de contraprestação mensal foi oferecido pelo *Consórcio Marquise-EIT-CVS* que custava cerca de 14 milhões de reais, enquanto o consórcio vencedor, o *Arena Multiuso Castelão*, ofereceu uma contraprestação de cerca de 31 milhões.

Rodrigo Campelo, em artigo publicado em 03 de agosto de 2016 pela *Época*¹⁵⁸, nos conta que a parceria entre o Governo do Estado Ceará com a construtora Galvão Engenharia encerrou logo após o pagamento da reforma. Para o autor, “[...] o Ceará jogou fora a possibilidade de “parcelar” o pagamento da obra ao longo do período do contrato. O governo pagou o dinheiro à vista logo que a reforma acabou e, com isso, a empreiteira foi embora [...]”.

A expectativa era que ela permanecesse responsável pelo cuidados com o estádio por oito anos. No entanto, segundo o que foi informado pela assessoria de imprensa da

¹⁵⁸ CAPELO, Rodrigo. Castelão, o exagerado: com 63.903 lugares, é o quarto maior estádio do país. Não consegue ocupar mais do que 30% da capacidade mesmo com o ingresso mais barato do futebol brasileiro. *Época*, 03 ago. 2016. Atualizado 31 out. 2016. *Época Esporte C*. Disponível em: <https://epoca.globo.com/vida/esporte/noticia/2016/08/castelao-o-exagerado.html>. Acesso: 11 mar. 2020.

construtora ao Observatório das Parcerias Público-Privadas¹⁵⁹, a Galvão Engenharia transferiu sua participação para a BWA, que é um empreendimento em conjunto com a Lagardère Unlimited, pois considerou “[...] encerrada sua missão de modelagem e montagem da estrutura operacional da arena, garantindo a continuidade do projeto por meio da entrada de companhias especializadas em gestão e entretenimento esportivo”.

Conforme o texto de Julia Carvalho, publicado na Revista Exame Online no dia 05 de junho de 2014¹⁶⁰, a Lagardère Unlimited – LU é uma empresa francesa que atua nas áreas de comunicações e esportes. No que diz respeito à sua atuação no mundo dos esportes, a LU trabalha com marketing esportivo, representação de atletas, organização de eventos esportivos e administração de academias e estádios. A empresa entrou no país como LU Brazil e criou um segmento específico para administrar os estádios brasileiros, a LU Arenas. Já a BWA, “[...] há 25 anos atua no Brasil, principalmente na produção e distribuição de ingressos [...]”.

Após pouco mais de um ano e meio de interdição para reforma, o Castelão foi entregue no dia 16 de dezembro de 2012. A cerimônia de abertura contou com a presença da então Presidente Dilma Rousseff, do então Governador do Estado do Ceará Cid Gomes e de outros indivíduos envolvidos na preparação do megaevento. Dos doze estádios selecionados para receber a Copa de 2014, o Castelão foi o primeiro a ser entregue. O que fez com que ele ganhasse notoriedade, uma vez que as reformas dos demais estádios, assim como as obras de mobilidade urbana nas cidades-sede, estavam marcadas pelo atraso. Ceará e Fortaleza começaram a jogar na Arena um mês depois da cerimônia de inauguração. Foi organizada uma rodada dupla com jogos oficiais pela Copa do Nordeste. Assim, no dia 27 de janeiro de 2013, o Fortaleza recebeu o Sport e logo em seguida o Ceará recebeu o Bahia.

Ressaltamos que, diferente dos clubes ABC e Vitória, Ceará e Fortaleza não possuíam um grande equipamento esportivo com condições de receber um número significativo de torcedores. Na verdade, seus estádios eram utilizados para realizar atividades internas ou para receber jogos de pequeno porte. Este fato contribuiu para legitimar o discurso

¹⁵⁹ CEARÁ analisa a transferência do controle acionário da concessionária da PPP do Castelão. **Observatório das Parcerias Público-Privadas**, 24 abr. 2014. Disponível em: www.pppbrasil.com.br/portal/content/ceará-analisa-transferência-do-controle-acionário-da-concessionária-da-ppp-do-castelão. Acesso: 11 mar. 2020.

¹⁶⁰ CARVALHO, Julia. Conheça a empresa francesa que vai administrar o Castelão: Lagardère Unlimited administrou 9 dos 12 estádios da Copa da Alemanha em 2006 e já tem em suas mãos sete arenas da Eurocopa de 2016. **Exame.com**, São Paulo, 05 jun. 2014. Negócios. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/negocios/conheca-a-empresa-francesa-que-vai-administrar-o-castelao/>. Acesso: 11 mar. 2020.

de necessidade de reformulação do estádio Castelão, pois esperava-se que, por não terem sua própria arena, os dois clubes apresentassem interesse em disputar seus jogos no estádio reformado.

Entretanto, apesar da baixa capacidade para receber torcedores, Ceará e Fortaleza mandaram jogos em seus estádios próprios – o Estádio Carlos de Alencar Pinto e o Estádio Alcides Santos, respectivamente – entre os anos de 2007 e 2011. Também utilizaram o Estádio Municipal Presidente Vargas, o PV, e o Estádio Antônio Cruz, ambos localizados na capital cearense; e o Estádio Domingos Neto, o Domingão, localizado na cidade de Horizonte, Região Metropolitana de Fortaleza.

Os dados foram coletados na página oficial da Federação Cearense de Futebol – FCF e dizem respeito a cinco edições do Campeonato Cearense – entre 2007 e 2011¹⁶¹. Gostaríamos de destacar que analisamos apenas o Campeonato Cearense porque nas páginas oficiais da Confederação Brasileira de Futebol – CBF, assim como nas páginas dos Campeonatos regionais e nacionais que os dois clubes cearenses disputaram, só há dados dos torneios a partir do ano de 2012 e, neste momento, gostaríamos de falar do período que antecedeu o fechamento do Estádio Castelão para reforma, portanto, até 2011.

Dito isto, voltemos às informações sobre os estádios utilizados pelos clubes cearenses durante o campeonato estadual. De acordo com a FCF, de 2007 a 2011, o Ceará mandou 62 jogos no Campeonato Cearense. Destes, 40 foram realizados no Estádio Castelão; 13 no Estádio Presidente Vargas; 1 no Estádio Antônio Cruz; 1 no Estádio Carlos de Alencar Pinto; e 7 no Estádio Domingão. Já o Fortaleza, mandou 60 jogos no Campeonato Cearense. Desses, 22 foram realizados no Estádio Castelão; 10 no Estádio Presidente Vargas; 25 no Estádio Alcides Santos; e 3 no Estádio Domingão.

Esses números nos mostram que os dois clubes estavam adaptados a realizar seus jogos no Estádio Castelão, no entanto, em nenhum dos anos o utilizou com exclusividade. Destacamos que, ainda que tenha ficado fechado de fevereiro de 2008 a maio de 2011, portanto, não recebendo os jogos do Campeonato Cearense de 2009, 2010 e parte do de

¹⁶¹ Caso o leitor queira conhecer conferir os dados completos e sistematizados da quantidade de jogos dos dois clubes cearenses no campeonato estadual entre os anos de 2007 e 2011, sugerimos a leitura dos seguintes quadros: 1) O Ceará no Campeonato Cearense – 2007 a 2011: Quadro 12 no Apêndice L; 2) O Fortaleza no Campeonato Cearense – 2007 a 2011: Quadro 15 no Apêndice M. FONTE: FEDERAÇÃO CEARENSE DE FUTEBOL. Campeonato Cearense Série A. **Federação Cearense de Futebol**. Disponível em: <http://www.futebolcearense.com.br/2011/homepage.asp>. Acesso: 10 mar. 2020.

2011¹⁶², o PV ocupou a segunda opção de estádio do Ceará e a terceira do Fortaleza entre os anos estudados.

Ao observar os dados divulgados pela FCF, percebemos que os dois clubes costumavam preferir o PV nas primeiras fases do campeonato e o Castelão nas fases finais. Possivelmente, para evitar prejuízos financeiros, uma vez que a taxa de ocupação dos estádios costuma ser baixa no início dos campeonatos estaduais. Lembramos que, de acordo com o Cadastro Nacional de Estádios de Futebol – CNEF (CBF, 2009a), em 2009, a capacidade do Castelão era de 58 mil; já a do PV, 22 mil. Portanto, optar pelo PV, por vezes, era a opção mais indicada aos clubes que quisessem realizar contenção de despesas.

Ademais, chamamos atenção para a relação entre o Fortaleza e o Estádio Alcides Santos. O tricolor cearense jogou como mandante 25 vezes em seu estádio durante o período apreciado. Na verdade, o clube continuou mandando jogos no Pici até 2016, mesmo após a inauguração da Arena. A decisão de não realizar mais partidas em seu estádio foi tomada após o descontentamento de um grupo de sócio-torcedores que, no dia 03 de janeiro de 2016, se dirigiu ao Alcides Santos para acompanhar a partida amistosa entre Fortaleza e Maranguape, mas não conseguiu entrar no estádio, pois ele já se encontrava lotado. Isto ocorreu porque, em 2016, o tricolor cearense possuía 10 mil sócio-torcedores enquanto seu estádio possuía capacidade para apenas 7.500 pessoas¹⁶³.

Dedicamos algumas linhas para tratar dos demais estádios utilizados pelo Ceará e pelo Fortaleza nos cinco anos que antecederam a reforma do Estádio Castelão para destacar que, caso a administração da Arena quisesse fechar contrato de exclusividade com os dois clubes, ela precisava apresentar uma proposta que garantisse retorno financeiro para eles. Segundo Marcella Ruchet, em matéria publicada no dia 14 de dezembro de 2012 no Jornal Tribuna do Ceará¹⁶⁴, foi exatamente isso que aconteceu no final do ano de 2012, mês da inauguração da Arena.

¹⁶² FONTE: LEITE, Roberto. PV levou três anos e três meses e seis atrasos para ser reaberto: interditado em 18 de fevereiro de 2008, o Estádio Presidente Vargas só foi reaberto em 8 de maio de 2011. Já a reinauguração será nesta quarta-feira. **Globo Esporte**, Fortaleza, 14 set. 2010. Ceará. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/ce/noticia/2011/09/pv-levou-dois-anos-e-tres-meses-e-seis-atrasos-para-ser-reaberto.html>. Acesso: 10 mar. 2020.

¹⁶³ FONTE: ROCHA, Lyvia. Presidente garante que Fortaleza não realizará mais jogos em seu próprio estádio: no amistoso entre Fortaleza e Maranguape, no último domingo (3), centenas de torcedores não conseguiram entrar no Alcides Santos por conta da superlotação. **Tribuna do Ceará**, Fortaleza, 04 jan. 2016. Esportes. Disponível em: <https://tribunadoceara.com.br/esportes/fortaleza/presidente-garante-que-fortaleza-nao-realizara-mais-jogos-em-seu-proprio-estadio/>. Acesso: 11 mar. 2020.

¹⁶⁴ FONTE: RUCHET, Marcella. Ceará e Fortaleza podem fechar contrato com a Arena Castelão: Ceará e Fortaleza podem fechar contrato de exclusividade para jogarem apenas na Arena Castelão. **Tribuna do Ceará**,

Ruchet (2012) nos conta que a administração da Arena ofereceu aos clubes, um pagamento mensal no valor de R\$ 80 mil reais; uma cobrança de 7% da renda bruta de cada partida realizada no estádio; quatro camarotes; quatro lojas no estádio; e um bônus, caso realizassem boas campanhas em torneios nacionais. Em troca, pediu que os clubes descartassem a possibilidade de jogar nos demais estádios da cidade, inclusive, no PV também recém-reformado. No entanto, até dois dias antes do jogo de inauguração da Arena, a rodada dupla válida pela Copa do Nordeste realizada no dia 27 de janeiro de 2013, os dois clubes ainda não haviam fechado contrato com a concessionária que administrava o estádio. Além disso, a diretoria do Ceará já chamava atenção para o fato de que jogar no estádio reformado demandava um alto custo, sobretudo sem contrato firmado; e que, para o clube, era financeiramente mais interessante mandar jogos no PV¹⁶⁵.

As negociações entre os dois clubes e a administradora do estádio se estenderam ao longo do primeiro semestre de 2013. Em entrevista ao Globo Esporte, no dia 06 de junho de 2013¹⁶⁶, Ferruccio Feitosa, então secretário especial da Copa do Mundo de 2014 no Ceará e um dos responsáveis pelo diálogo entre a Arena e os clubes, afirmou que o contrato oferecido foi o mesmo para Ceará e Fortaleza. A matéria também destaca que o Ceará foi o primeiro clube a assinar o contrato de exclusividade e que Evandro Leitão, então presidente do Ceará, acreditava que o acordo beneficiaria bastante o alvinegro e que não havia riscos de prejuízo para o clube.

Destacamos que os valores acordados foram diferentes daqueles que haviam sido oferecidos pela Arena em dezembro de 2012. Segundo o contrato, ao invés de R\$ 80 mil, o Ceará receberia R\$ 130 mil reais todos os meses, independentemente da quantidade de jogos que disputaria ao longo do ano; obteria um adiantamento no valor de R\$ 500 mil, que só seria descontado após um ano; e teria direito a um percentual nas propagandas feitas em parceria com o Estádio. Por fim, o contrato teria validade até 2018.

Fortaleza, 14 dez. 2012. Esportes. Disponível em: <https://tribunadoceara.com.br/esportes/futebol/ceara-e-fortaleza-podem-fechar-contrato-com-a-arena-castelao/>. Acesso: 11 mar. 2020.

¹⁶⁵ FONTE: ALTO custo e falta de contrato afastam Ceará e Fortaleza do Castelão. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 25 jan. 2013. Diário na Copa. Disponível em: <http://blogs.diariodonordeste.com.br/diarionacopa/arena-castelao/alto-custo-e-falta-de-contrato-afastam-ceara-e-fortaleza-do-castelao/>. Acesso: 18 mar. 2020.

¹⁶⁶ FONTE: CEARÁ assina contrato de exclusividade com Arena Castelão: parceria dura até 2018 e trouxe um adiantamento de R\$ 500 mil ao Vovô. Secretário disse que Arena ainda está aberta a negociar com o Fortaleza. **Globo Esporte**, Fortaleza, 06 jun. 2013. Ceará. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/ce/futebol/times/ceara/noticia/2013/06/ceara-assina-contrato-de-exclusividade-com-arena-castelao.html>. Acesso: 18 mar. 2020.

O Fortaleza resistiu e não assinou de forma rápida o contrato de exclusividade com a Arena. Além disso, redigiu suas propostas de alterações e reenviou o contrato para apreciação da administradora do estádio. Entre as novas propostas estavam¹⁶⁷: validade de seis anos de contrato; pagamento mensal de R\$ 130 mil, ao invés dos R\$ 80 mil oferecidos inicialmente; cota de patrocínio master, que seria estampado na camisa do time; e o direito de utilizar no mínimo três camarotes e três lojas para vendas de produtos oficiais do clube.

Em entrevista ao Globo Esporte no dia 28 de maio de 2013¹⁶⁸, Osmar Baquit, então presidente do Fortaleza, afirma que um dos motivos que influenciou a decisão do clube tricolor de não fechar o contrato de exclusividade com a Arena foi o descaso com que a administradora do estádio lidou com as propostas que foram encaminhadas por eles. Além disso, Baquit comentou que, mesmo que a Arena pagasse regularmente o valor mensal de R\$ 130 mil, conforme havia sido prometido, jogar na Arena não compensava, uma vez que os valores dos gastos e das taxas exigidas por partida eram muito altas. Assim, para o Fortaleza, jogar no PV se mostrava muito mais vantajoso financeiramente.

Se observarmos os dados apresentados nos quadros *Ocupação dos estádios onde mandou jogos e participação nos campeonatos – 2013 a 2016* (Ceará: Quadro 13 do Apêndice L; Fortaleza: Quadro 16 do Apêndice M), perceberemos que a não assinatura do contrato de exclusividade pelo Fortaleza impactou no número de jogos que foram realizados no estádio reformado, a Arena Castelão. Em conformidade com o quadro supracitado, em 2013, Ceará e Fortaleza participaram de quatro campeonatos e foram mandantes em 35 e 26 jogos, respectivamente.

Dos 35 que foram mandados pelo Ceará, 25 foram realizados no Castelão; 8 no Estádio Presidente Vargas; e 2 no Estádio Domingão. Portanto, os dois últimos estádios foram utilizados apenas de forma alternativa pelo Ceará. Já o Fortaleza, mandou 26 jogos. Desses, 7 foram realizados no Estádio Castelão; 14 no Estádio Presidente Vargas; 3 no Estádio Alcides Santos; e 2 no Estádio do Junco, o Estádio Municipal Plácido de Aderaldo

¹⁶⁷ FONTE: NEGOCIAÇÕES entre Fortaleza e Arena Castelão seguem indefinidas: novela para a assinatura do contrato de exclusividade com a Arena Castelão já dura quase dois meses. Leão propôs mudanças no documento. **Globo Esporte**, Fortaleza, 25 maio. 2013. Fortaleza. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/ce/futebol/times/fortaleza/noticia/2013/05/negociacoes-entre-fortaleza-e-arena-castelao-seguem-indefinidas.html>. Acesso: 18 mar. 2020.

¹⁶⁸ FONTE: FORTALEZA desiste das negociações com Castelão e busca arrendar PV: diretoria tricolor diz que acordo com Arena Castelão não compensaria. Clube tenta arrendar PV, como o Botafogo fez com o Engenhão. **Globo Esporte**, Fortaleza, 28 maio. 2013. Fortaleza. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/ce/futebol/times/fortaleza/noticia/2013/05/fortaleza-desiste-das-negociacoes-com-castelao-e-busca-arrendar-pv.html>. Acesso: 19 mar. 2020.

Castelo, localizado na cidade de Sobral. Sendo assim, o Fortaleza utilizou preferencialmente o PV, procurando os demais estádios apenas para se adequar às suas necessidades, sobretudo financeiras. Em 2014, os números do uso do Castelão pelos dois maiores clubes do estado permaneceram quase os mesmos. Dos 36 jogos que foram mandados pelo Ceará, 28 foram realizados no Castelão; e dos 26 que foram mandados pelo Fortaleza, 9 foram realizados no Estádio Castelão.

No entanto, em 2015, percebemos uma alteração significativa nos números. Dos 38 jogos que foram mandados pelo Ceará, 20 foram realizados no Castelão e 18 no Presidente Vargas. O aumento do número de jogos realizados no PV foi uma consequência do rompimento do contrato de exclusividade entre o alvinegro e a Arena. Uma parcela das partidas realizadas no PV ocorreram já no primeiro semestre do ano, durante o Campeonato Cearense e a Copa do Nordeste; as demais ocorreram no final do Campeonato Brasileiro Série B.

Apesar da quebra de contrato com a Arena, alguns jogos do Brasileirão chegaram a ser realizados no Castelão. No entanto, tendo em vista a má fase do clube e o risco do rebaixamento, a diretoria e a comissão técnica optaram por retornar ao PV. Tendo em vista que o alvinegro conquistou bons resultados nas partidas realizadas no *Gigantinho do Benfica*, a torcida passou a creditar ao estádio e à camisa roxa – que à época foi escolhida como terceiro uniforme – a responsabilidade pelo bom momento¹⁶⁹.

Já dos 25 jogos que foram mandados pelo Fortaleza, 19 foram realizados no Estádio Castelão e 6 no Presidente Vargas. O aumento no número de jogos do tricolor cearense na Arena é uma consequência da assinatura do contrato de exclusividade entre o clube e a administradora do estádio¹⁷⁰. O acordo foi realizado ainda em 2014, mais especificamente no mês de setembro, à tempo de contemplar alguns dos jogos válidos pelo Campeonato Brasileiro Série C. Inicialmente, o Fortaleza pretendia estabelecer apenas uma parceria. Ou seja, destinar apenas 80% dos jogos no local¹⁷¹. Contudo, como avançou de fase

¹⁶⁹ FONTE: CEARÁ. A ‘mística’ da camisa roxa e do caldeirão chamado PV: para a reação na Série B, Ceará teve como aliados seu terceiro uniforme e a pressão da torcida no Presidente Vargas. Mistério é se esses elementos se repetirão na rodada que fecha a disputa. **O Povo**, Fortaleza, 15 nov. 2015. Esportes. Dom. Disponível em: <https://www20.opovo.com.br/app/opovo/dom/2015/11/14/noticiasjornaldom,3533972/ceara-a-mistica-da-camisa-roxa-e-do-caldeirao-chamado-pv.shtml>. Acesso: 19 mar. 2020.

¹⁷⁰ FONTE: FORTALEZA assina contrato de parceria com Arena Castelão. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 11 set. 2014. Jogada. Disponível em: <https://diarionordeste.verdesmares.com.br/editorias/jogada/online/fortaleza-assina-contrato-de-parceria-com-arena-castelao-1.1099224>. Acesso: 18 mar. 2020.

¹⁷¹ FONTE: FORTALEZA tem acordo com Castelão; Ceará pode ficar sem contrato: enquanto alvinegro pode perder contrato de exclusividade com Arena Castelão, Leão do Pici se adianta e deve assinar contrato de parceria

na 3ª divisão e, por consequência disso, atingiu bons públicos nas etapas decisivas desse campeonato, o clube optou estabelecer a exclusividade.

Ao observar os dados apresentados por nós no Apêndice L e M deste texto, percebemos que em nenhum dos anos, desde que foi reinaugurado, o Castelão recebeu com exclusividade os jogos de Ceará e Fortaleza. Apesar disso, desde 2013, o *Gigante da Boa Vista* é o estádio que mais recebeu jogos dos dois clubes. Das 240 partidas em que o Ceará mandou jogos, 182 foram no Castelão, o que corresponde a 76% dos jogos. Já o Fortaleza, mandou 196 jogos, destes, 145 foram no Castelão, o que corresponde a 74% de suas partidas (Ver Gráfico 1 no Apêndice L e o Gráfico 2 no Apêndice M). Apesar da ocupação do Castelão ter bons números, sobretudo quando comparados aos da Arena Dunas, uma vez que nos últimos oito anos recebeu jogos dos dois maiores clubes da capital cearense, a realização de várias partidas de futebol não foi suficiente para garantir a sustentação econômica do Estádio.

Rodrigo Capelo, em artigo publicado em 03 de agosto de 2016 pela *Época*¹⁷², nos conta que, mesmo após o encerramento da reforma, o Governo do Estado continuou destinando dinheiro público ao estádio. Conforme mencionamos nas páginas anteriores, o Governo do Estado do Ceará optou por não prolongar o pagamento da obra e o parcelou de forma a encerrá-lo assim que a obra fosse concluída. Desta forma, após dezembro de 2012, o dinheiro público era repassado para a operadora do estádio para ajudar na manutenção do equipamento. Para Capelo, “[...] é a injeção de dinheiro público que fecha a conta do Castelão [...]”, pois

O estado repassou R\$ 4,4 milhões para as operadoras em 2015. As demonstrações financeiras da Arena Castelão S.A., o consórcio entre BWA e Lagardère, mostram que o estádio terminou a temporada com um prejuízo mínimo, apenas R\$ 21 mil. Sem considerar o aporte público, parâmetro adotado por ÉPOCA para comparar os negócios das novas arenas no Brasil, o Castelão encerraria 2015 com um prejuízo de R\$ 4,4 milhões. O faturamento do Castelão é um dos mais baixos do país. Os R\$ 7,5 milhões arrecadados em 2015 superam apenas os elefantes brancos Arena das Dunas, Mané Garrincha, Arena da Amazônia e Arena Pantanal. (CAPELO, 2016).

O contrato entre a BWA/Lagardère e o Governo do Estado estava previsto para encerrar em 13 de dezembro de 2018. Por isso, uma audiência pública foi convocada para o

na próxima semana. **Globo Esporte**, Fortaleza, 18 jul. 2014. Ceará. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/ce/noticia/2014/07/fortaleza-tem-acordo-com-castelao-ceara-pode-ficar-sem-contrato.html>. Acesso: 18 mar. 2020.

¹⁷² FONTE: CAPELO, Rodrigo. Castelão, o exagerado: com 63.903 lugares, é o quarto maior estádio do país. Não consegue ocupar mais do que 30% da capacidade mesmo com o ingresso mais barato do futebol brasileiro. **Época**, 03 ago. 2016. Atualizado 31 out. 2016. *Época Esporte C*. Disponível em: <https://epoca.globo.com/vida/esporte/noticia/2016/08/castelao-o-exagerado.html>. Acesso: 11 mar. 2020.

dia 12, um dia antes, para que as empresas interessadas em administrar o estádio apresentassem suas propostas, que seriam analisadas pelo Tribunal de Contas do Estado do Ceará – TCE/CE posteriormente. De acordo com o Jornal O Povo, em matéria publicada no dia 02 de dezembro de 2018¹⁷³, sete empresas demonstraram interesse: Luarenas (brasileira), Lagardère (francesa), GL Events (francesa), AEG Global Partnerships (norte-americana), Lusoarenas (portuguesa), WTorre (brasileira) e Brio (brasileira). Salientamos que as duas empresas que administraram o estádio de 2011 a 2018 entraram na disputa pelo novo contrato, mas sem parceria.

Além das sete empresas citadas, Ceará e Fortaleza também manifestaram interesse em administrar o equipamento, a ideia era que os dois clubes realizassem a atividade de forma conjunta. A matéria destaca que a chance dos clubes cearenses vencerem a concorrência era muito baixa, visto que não possuíam experiência na administração de estádios. Apesar da desvantagem apontada, os clubes optaram por concorrer. Destacamos que a parceria público-privada previa um “[...] investimento do Estado no valor de R\$ 214,6 milhões durante os 20 anos de contrato. O montante será pago em prestações mensais de R\$ 894 mil, totalizando desembolso anual de R\$ 10,7 milhões [...]”.

A matéria também nos conta que o Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará – IPECE estimava que o novo contrato de PPP renderia aos cofres públicos estaduais uma economia de R\$ 185,7 milhões. Apesar disso, Euler Barbosa, então gestor do esporte no estado do Ceará, contou, em entrevista ao Globo Esporte no dia 23 de outubro de 2018¹⁷⁴, que o Estado não tinha interesse em obter lucro com o estádio, pois estava mais interessado em encontrar uma empresa ou consórcio que se responsabilizasse pela conservação e o bom funcionamento do equipamento.

Ceará e Fortaleza começaram a operar o estádio mesmo antes do lançamento da licitação. Desde dezembro de 2018 os contratos estão sendo feitos jogo a jogo e os clubes têm coordenado as catracas, os bares e o estacionamento do estádio como uma empresa. Segundo Raphael Ramos, em notícia publicada na página Terra no dia 26 de janeiro de

¹⁷³ FONTE: SETE empresas disputaram a Arena Castelão. **O Povo**, Fortaleza, 02 dez. 2018. Notícias. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/jornal/colunas/raonesaraiva/2018/12/sete-empresas-disputam-a-arena-castelao.html>. Acesso: 21 mar. 2020.

¹⁷⁴ FONTE: CEARÁ e Fortaleza se unem por gestão compartilhada do Castelão: presidentes dos clubes realizaram um encontro com o Sesporte e FCF para conversas sobre compartilhamento da praça esportiva. **Globo Esporte**, Fortaleza, 23 out. 2018. Jogada. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/ce/futebol/noticia/em-reuniao-ceara-e-fortaleza-se-unem-por-gestao-compartilhada-da-arena-castelao.ghtml>. Acesso: 21 mar. 2020.

2019¹⁷⁵, o preço do aluguel por partida é variável, por exemplo: “[...] Se o público for até 15 mil torcedores, 7% da arrecadação fica com o Governo do Estado. Caso a partida registre mais de 15 mil torcedores, o percentual sobe para 10%. Com relação ao lucro obtido com bares e restaurantes, o percentual que vai para os cofres públicos é de 20%”. Fernando Graziani, em matéria publicada no dia 24 de setembro de 2019 no Jornal O Povo¹⁷⁶, afirma que, na verdade, o preço do aluguel do Castelão é de 13% da renda bruta obtida na partida. Além disso, destaca que, após a regulamentação da venda de bebidas alcoólicas nas praças esportivas cearenses, a renda obtida pelo Castelão por partida aumentou, visto que 5% do total bruto da comercialização deve ser repassado ao estádio.

Neste modelo de administração de estádio, a responsabilidade pela manutenção do equipamento permaneceu com a Secretaria do Esporte e Juventude do Ceará, isto é, a SEJUV fazia “[...] a inspeção (com manutenção e limpeza) antes e depois da partida, e qualquer problema ou observação era passada para os clubes, que pagavam indenização”, conforme notícia publicada no dia 15 de março de 2019 na página UOL Esportes¹⁷⁷.

Esse modelo de administração do Castelão foi adotado porque o Governo do Estado não podia conceder de forma integral, sem o devido processo licitatório, a responsabilidade pela administração do equipamento. Desta forma, o Governo do Estado decidiu ceder temporariamente a administração aos clubes, somente enquanto a nova licitação não era aprovada. Vale ressaltar que os dois clubes já demonstravam interesse em criar uma empresa para participar da disputa pela gestão do estádio via licitação, que estava prevista para ocorrer em julho de 2019. O que tornaria o Castelão o primeiro estádio público e reformado para a Copa de 2014 a ser gerido por clubes de futebol.

Gostaríamos de destacar que, diferente de ABC, América e Vitória, três dos quatro clubes que citamos anteriormente, Ceará e Fortaleza ampliaram sua participação em

¹⁷⁵ FONTE: RAMOS, Raphael. Ceará e Fortaleza se unem por gestão compartilhada do Castelão: Arena em Fortaleza pode ser primeiro estádio público da Copa do Mundo de 2014 administrado por clubes. **Terra**, Fortaleza, 26 jan. 2019. Jogada. Disponível em: <https://www.terra.com.br/esportes/futebol/ceara-e-fortaleza-se-unem-por-gestao-compartilhada-do-castelao,ee2c68606429ecda0a0e1e3093d22bc0e9wyw9qk.html>. Acesso: 21 mar. 2020.

¹⁷⁶ FONTE: GRAZIANI, Fernando. Castelão custa R\$ 9 milhões por ano; entenda porque jogos de Ceará e Fortaleza não bastam para conta ser paga. **O Povo**, Fortaleza, 24 set. 2019. Futebol do Povo. Disponível em: <https://blogs.opovo.com.br/futeboldopovo/2019/09/24/castelao-custa-r-9-milhoes-por-ano-entenda-porque-jogos-de-ceara-e-fortaleza-nao-bastam-para-conta-ser-paga/>. Acesso: 26 ago. 2020.

¹⁷⁷ FONTE: CEARÁ e Fortaleza se acertam com Governo por gestão da Arena Castelão. **UOL Esporte**, Santos, 15 mar. 2019. Jogada. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2019/03/15/ceara-e-fortaleza-se-acertam-com-governo-por-gestao-da-arena-castelao.htm>. Acesso: 21 mar. 2020.

torneios nacionais de grande destaque. Isto porque, em 2017, o Ceará garantiu o acesso para a Série A do Campeonato Brasileiro 2018 e cravou sua participação na Copa do Nordeste em 2018, assim como garantiu a permanência nos anos de 2019 e 2020 nos dois campeonatos. Já o Fortaleza, conseguiu retornar para a Série B 2018 após 8 anos e logo em seguida garantiu o acesso para a Série A 2019 e permanência para 2020. Além disso, em 2019, conquistou seu primeiro título na Copa do Nordeste e ainda participou da primeira fase da Copa Sul-Americana em 2020. Desta forma, o bom desempenho dos dois clubes garantiu a realização de mais jogos ao longo do ano na Arena.

Consideramos importante destacar que os campeonatos que nós citamos têm dinâmicas diferentes. A título de exemplo, o Campeonato Brasileiro, séries A e B, comumente inicia no mês de maio e encerra na primeira semana de dezembro; possui um calendário de jogos fixo; e cada clube disputa 38 jogos ao longo do ano, sendo 19 jogos como mandante. A média de público neste torneio costuma ser contínua, sofrendo algumas alterações nas rodadas finais dependendo do desempenho que o time apresentou ao longo do ano.

Já o Campeonato Cearense, Copa do Nordeste e Copa do Brasil costumam se dividir em dois momentos. A primeira fase como uma etapa que reúne um número maior de clubes e, portanto, um número maior de partidas, que costumam ser estabelecidas com antecedência. Já as demais fases reúnem apenas os clubes que se classificaram na primeira fase e são agendadas somente após resultados de partidas anteriores. No que diz respeito à média de público, esses três campeonatos reúnem um número menor de torcedores no estádio durante a primeira fase e atraem mais torcedores nas fases finais. Os dois primeiros ocorrem comumente de janeiro a abril e o último de fevereiro a setembro.

Convidamos o leitor a observar mais uma vez os dados apresentados por nós no Apêndice L e M deste texto. Ao analisar os dados do Campeonato Cearense e do Campeonato Brasileiro dos últimos três anos, perceberemos que as médias de público do segundo torneio são maiores. Por exemplo, de 2017 a 2019, o Ceará levou ao estádio durante o Campeonato Cearense, em média, 8 mil, 5 mil e 12 mil torcedores, respectivamente; e o Fortaleza levou no mesmo campeonato, em média, 7 mil, 14 mil e 20 mil torcedores, respectivamente. Agora, observemos os números do Campeonato Brasileiro: de 2017 a 2019, o Ceará levou ao estádio, em média, 20 mil, 28 mil e 25 mil torcedores, respectivamente; e o Fortaleza levou no mesmo campeonato, em média, 18 mil, 28 mil e 33 mil torcedores, respectivamente. (Ver Quadro 14 do Apêndice L e o Quadro 17 do Apêndice M).

Apresentamos rapidamente informações sobre os campeonatos que Ceará e Fortaleza costumam disputar ao longo do ano para relatar uma das dificuldades que os dois clubes enfrentaram com a administração temporária do estádio durante os quatro primeiros meses. Um levantamento realizado pelo Jornal O Povo e divulgado no dia 05 de abril de 2019¹⁷⁸ revelou que, de todos os jogos em que Ceará e Fortaleza foram mandantes de janeiro a abril de 2019, somente quatro deram lucro. Ainda que o valor arrecadado com os bares, restaurantes e estacionamento tenham contribuído para equilibrar as despesas e as receitas, o valor arrecadado foi muito baixo. Por exemplo, no que diz respeito ao estacionamento, o acordo entre os clubes e a empresa que opera o setor é

[...] Se o público levar acima de 2 mil carros ao jogo, fica 50% para o mandante e 50% para a operação. Se a quantidade de veículos for inferior a isto, a divisão muda para 65% e 45%, sendo a menor parte para quem gere o estádio. "Do jogo de ontem (quarta-feira, contra o Guarany-S) sobrou R\$ 7 mil líquido e nós ainda tivemos que pagar quase R\$ 1 mil para a Federação" [...], exemplificou Tahim Fontenele, representante do Fortaleza na FCF.

Já em relação aos bares e restaurantes, o que estava sobrando “[...] líquido para Ceará e Fortaleza com a comercialização de alimentos fica entre R\$ 7 mil e R\$ 10 mil por jogo, valor irrisório para o padrão atual das equipes [...]”. Parte das dificuldades com arrecadação nesses primeiros meses ocorreu porque os campeonatos que são realizados no primeiro semestre do ano aglutinam um número menor de torcedores no estádio. Apesar disso, em 2020, Ceará e Fortaleza deram continuidade à gestão compartilhada do Castelão. O desempenho dos dois clubes agradou de tal forma o Governo do Estado e a Secretaria de Esporte e Juventude que é possível que o processo licitatório seja suspenso.

Dito isto, gostaríamos de destacar que perguntamos aos nossos entrevistados se eles frequentavam o Estádio Castelão antes de 2011, período que antecedeu a reforma do equipamento para receber a Copa de 2014, e se eles notavam diferenças no equipamento por conta da reforma. As perguntas foram feitas com o intuito de entender se os torcedores e as torcedoras percebiam alguma mudança no estádio após sua remodelação para Arena Multiuso.

Dos oito torcedores que entrevistamos, dois não frequentaram o Castelão antes de 2011. Destacamos que as duas pessoas que não conheceram o estádio antes da última reforma são mulheres. Ao ser perguntada se frequentou o Castelão antes da reforma para a

¹⁷⁸ FONTE: CEARÁ e Fortaleza têm dificuldade para lucrar com gestão própria do Castelão: levantamento do O Povo mostra que apenas quatro partidas no estádio neste ano geraram superávit. **O Povo**, Fortaleza, 05 abr. 2019. Jogada. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/jornal/esportes/2019/04/04/ceara-e-fortaleza-tem-dificuldade-para-lucrar-com-gestao-propria-do-castelao.html>. Acesso: 21 mar. 2020.

Copa de 2014, uma das torcedoras respondeu: “Não. Sofro até hoje por conta disso. (Entrevistada 7 – Vitória. Fortaleza. 14/02/2020)”. Com isso, a entrevistada sugeriu que, por ser muito nova e não conhecer as outras versões do estádio, é alvo de piadas de outros torcedores do clube. Já a segunda torcedora nos contou que os motivos que a impediam de ir ao estádio eram a pouca idade e porque sua família não permitia, como mostra o relato a seguir:

[...] Não frequento há muito tempo, pois motivos familiares e minha mãe não me deixava vir. Frequentei estádio pela primeira vez quando tinha catorze anos e desde então, ...no tempo eu namorava, e desde então eu me apaixonei pela Torcida Organizada. E desde então eu frequento. (Entrevistada 4 – Laura. Fortaleza. 25/01/2020).

Todos os seis torcedores que já frequentavam o Castelão antes da reforma para a Copa de 2014 notaram mudanças significativas no equipamento após a reinauguração. Ressaltamos que as respostas dadas a nós pontuaram, principalmente, as mudanças na estrutura física do equipamento, mas também revelaram como essas mudanças interferiram nas vivências dos torcedores no estádio. Como não foram apresentadas aos entrevistados e à entrevistada as possibilidades de respostas, isto é, as respostas que obtivemos foram declaradas de forma livre, os torcedores e a torcedora tiveram a possibilidade de mencionar mais de uma mudança que foi percebida. Por consequência disto, por vezes, alguns comentários se repetiram.

Para melhor exposição dos comentários feitos pelos torcedores e torcedoras que entrevistamos, dividiremos em dois momentos. No primeiro, apenas apresentaremos os atributos mencionados para caracterizar o estádio antes e depois da reforma. Já no segundo, destacaremos aquilo que foi apontado como sendo uma mudança positiva e uma mudança negativa. Desse modo, apresentaremos quais respostas foram dadas pelos torcedores e pela torcedora e com qual frequência elas foram citadas, a saber:

Sobre os atributos mencionados apenas para caracterizar o estádio antes da reforma: dois torcedores recordam que não havia assentos instalados na arquibancada, a estrutura contava apenas com concreto e cimento; um torcedor destaca que os vendedores ambulantes tinham mais liberdade para vender seus produtos dentro do estádio; um torcedor comenta que havia uma variedade maior de produtos ofertados dentro do estádio, sobretudo mais opções de bebidas alcoólicas; e um lembra que os ingressos destinados para arquibancada inferior eram mais acessíveis. Quanto aos atributos mencionados apenas para caracterizar o estádio depois da reforma: um torcedor destaca que a arquibancada ficou mais

próxima do campo; um afirma que o estádio está mais moderno; e um comenta que, atualmente, há assentos instalados. Como mostra o relato a seguir:

Sem dúvidas. Sem dúvidas. Antigamente não tinha a arquibancada, era só o cimento. Eu lembro a primeira vez que eu fui, foi com o meu pai, foi um milagre ele ter me levado. Era só cimento mesmo, não tinha cadeira, não tinha onde sentar. Mas também era muito diferente até pra ambulante, antigamente vendia de tudo; e tinha bebida liberada né, o pessoal bebia cachaça, hoje tem as normas né. Mas a estrutura não se compara, é muito diferente, muito diferente mesmo. Tem lados que melhorou pra muito bom, mas tem lados que a gente acha ruim. A limitação da bebida, pra quem bebe... se bem que já liberou a cerveja... enfim, mas mudou demais. (Entrevistada 3 – Sara. Fortaleza. 11/01/2020).

A Entrevistada 3 – Sara comenta que frequentou o Castelão em um período que arquibancada não contava com assentos, era somente de concreto e cimento. No entanto, vale destacar que, em 2011, quando foi fechado para a reforma que o prepararia para o Mundial de 2014, o Castelão já contava com assentos. De acordo com a página oficial do Governo do Estado do Ceará, o estádio possuía 59.700 cadeiras¹⁷⁹. No entanto, todas elas foram recolhidas para serem substituídas por assentos retráteis e doadas para estádios de 25 municípios do interior do estado¹⁸⁰. Desta forma, é possível que a Entrevistada 3 – Sara esteja se referindo a uma outra obra do estádio, a que ocorreu em 2002, que mencionamos anteriormente. Outros dois torcedores, fizeram menção ao mesmo período, o Entrevistado 5 – José e o Entrevistado 6 – Paulo. Um deles destaca que “[...] quando fez a primeira reforma que mudou, ...foi 2002, acho que foi 2002, já foi um impacto, né. Porque era tudo novo, tudo diferente, a entrada, bilhetagem, toda a topografia do estádio era diferente [...] (Entrevistado 5 – José. Fortaleza. 25/01/2020)”.

Neste momento, listaremos os comentários que foram apontados como mudança no estádio:

¹⁷⁹ FONTE: CEARÁ. GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ. Obras do Castelão seguem modelo de construção sustentável. **Governo do Estado do Ceará**, Fortaleza, 01 abr. 2011. Disponível em: <https://www.ceara.gov.br/2011/04/01/obras-do-castelao-seguem-modelo-de-construcao-sustentavel/>. Acesso: 04 abr. 2020.

¹⁸⁰ Na verdade, não foram só o assentos que foram doados. De acordo com João Marcelo Sena, em matéria publicada no Globo Esporte no dia 26 setembro de 2013, “[...] ao todo, cerca de 51 mil assentos chegaram a esses locais. Além disso, outros equipamentos do Castelão, como banheiras de hidromassagem e pias, que não seriam utilizados após a reforma também foram doados para esses estádios. Foram 180 refletores para os estádios de Sobral, Juazeiro do Norte, Barbalha e Itapajé. Os dois antigos placares eletrônicos foram para o Estádio do Junco, em Sobral, e para o Romeirão, em Juazeiro do Norte. FONTE: SENA, João Marcelo. Restante das cadeiras do Castelão estão empilhadas a céu aberto: cerca de 40 mil assentos da praça esportiva, antes da reforma, foram doados. Mas cerca de 800 deles estão em local à mercê de sol e chuva. **Globo Esporte**, Fortaleza, 26 set. 2013. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/ce/noticia/2013/09/restante-das-cadeiras-do-castelao-estao-empilhadas-ceu-aberto.html>. Acesso: 04 abr. 2020.

- (1) *Mudanças positivas*: um torcedor afirma que a acessibilidade melhorou, sobretudo com a construção das rampas na esplanada do estádio; um acredita que o estádio está mais agradável; um afirma que o estádio está mais amigável; e um destaca que a aproximação entre a arquibancada inferior e o campo foi uma boa decisão.
- (2) *Mudanças negativas*: um torcedor afirma que a saída do estádio piorou, já que há menos portões para evacuação do público; dois reclamam do número de abordagens policiais que os torcedores são submetidos ao tentar entrar no estádio, uma vez que as sucessivas paradas para revista atrasam a chegada na arquibancada e causam aglomeração nos portões de acesso; dois afirmam que há uma série de proibições na Arena, sobretudo no que diz respeito ao consumo de bebidas alcoólicas; um ressalta que os preços dos produtos vendidos na Arena estão mais caros; e um afirma que o estádio está mais elitizado.

Uma das mudanças positivas mencionada pelos torcedores e torcedoras foi a Acessibilidade. Lembramos que a inclusão de espaços adequados para o deslocamento de pessoas com deficiência não é uma exclusividade da Arena Castelão, visto que o documento *Estádios de futebol: recomendações e requisitos técnicos* (FIFA, 2011) já sinalizava que este era um critério que obrigatoriamente deveria ser observado durante a etapa de elaboração do projeto e execução da obra de uma Arena. Uma outra mudança apontada pelos torcedores foi a aproximação entre campo e arquibancada, isto porque, antes da reforma, esta distância era de 40 metros e, após a reforma, foi reduzida para 10 metros¹⁸¹. Sobre as mudanças negativas, destacaremos duas: o aumento da abordagem policial e as proibições impostas aos torcedores, contudo, abordaremos o segundo ponto com profundidade apenas no próximo capítulo.

Todos os torcedores e as torcedoras que entrevistamos teceram comentários sobre abordagem policial no estádio. No entanto, a maioria só comentou o assunto ao ser perguntado sobre a revista dos materiais utilizados para compor a festa na arquibancada, apenas um citou a abordagem policial individual que é feita nos portões de acesso do estádio

¹⁸¹ FONTE: LEITE, Roberto. Obras de visibilidade do Estádio Castelão estão concluídas: todo o campo já está rebaixado em 4 metros. O anel inferior está a apenas 10 metros do campo. Cadeiras devem ser colocadas a partir de maio. **Globo Esporte**, Fortaleza, 31 jan. 2012. Ceará. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/ce/noticia/2012/01/obras-de-visibilidade-do-estadio-castelao-estao-concluidas.html>. Acesso: 03 abr. 2020.

em todos os torcedores. Salientamos que o Entrevistado 1 – João não se posicionou contra às revistas, na verdade, ele ressaltou a importância da atividade. Contudo, fez críticas à forma como ela feita e menciona que, em algumas situações, a técnica utilizada pelos profissionais da segurança pública gera aglomerações nos portões e potencializa conflitos entre os torcedores. Para o torcedor,

[...] o complicado ali é que a polícia barra demais pro pessoal subir. Então, assim, às vezes, eu gosto de entrar no estádio com uma hora de antecedência; mas, se for um jogo muito grande, eu já entro dentro do estádio em cima da hora do jogo; porque tem duas barreiras. Tem aquela barreira fora da Arena mesmo e tem aquela da bilheteria, onde recebe os ingressos. Então, é bem complicado de entrar. Antes, isso era mais tranquilo. Hoje em dia, eu até entendo por causa da questão de segurança e tem muita rivalidade na questão das torcidas, mas ficou bem complicado (Entrevistado 1 – João. Fortaleza. 13/12/2019).

Tendo em vista o comentário acima, perguntei ao Entrevistado 1 – João se ele já enfrentou alguma situação desconfortável no momento das abordagem policial individual ou se já presenciou alguma situação conflituosa, o torcedor nos respondeu com detalhes como as revistas acontecem e em que trechos do estádio elas são realizadas, como é possível observar na explicação a seguir:

Como eles (os policiais) demoram muito a segurar a pessoas para entrar... a polícia faz assim: A polícia faz a revista na primeira barreira, na entrada. Então, as filas ficam muito grandes, devido à revista. Quando chega na parte das catracas de entrar (na arquibancada), eles formam mais duas barreiras. Fica um do lado de fora, onde tem as entradas, e deixam só uma parte das pessoas entrarem. Então, muita gente perde a paciência. Eu já presenciei várias vezes alguns grupos se formando para tentar entrar no embalo, todo mundo junto. Lá dentro, isso é o mais complicado. Lá fora, só alguns torcedores querendo brigar, aí a polícia vai tentar intervir; como é muita gente, acaba que todo mundo se espalha e fica muito complicado pra quem tá lá no entorno. (Entrevistado 1 – João. Fortaleza. 13/12/2019).

A demora na revista policial é uma reclamação frequente entre os torcedores. Apesar de se apresentar como uma medida que contribuirá para a segurança de todos, uma vez que revistam com afincos todos os torcedores e, com isso, impedir que entrem no estádio com objetos proibidos ou objetos que possam ser utilizados como armas, o modo como a revista policial é feita tumultua a entrada no estádio e acaba gerando outros transtornos. Por exemplo, atualmente, o Castelão possui três rampas de acesso: a primeira fica na Av. Alberto Craveiro e é destinada aos torcedores que ocuparão os setores Premium e Camarote e aos sócio-torcedores de todas as modalidades; a segunda fica na Av. Alberto Craveiro, quase chegando no cruzamento com a Av. do Contorno, e é destinada àqueles que ocuparão os setores Norte e Central; por fim, a terceira rampa, fica na Av. do Contorno e é reservada para os torcedores que ocuparão os setores Central e Sul.

Vale ressaltar que a forma como os torcedores se distribuem pelas três rampas não é proporcional, pois o número de indivíduos que recorrem aos setores Premium e Camarote é reduzido, devido ao alto valor do ingresso cobrado; assim como o número de indivíduos que preferem o setor Sul, ainda que não tanto quanto ao Premium e Camarote, pois os torcedores do Ceará acreditam que assistir jogos naquele setor traz má sorte, visto que historicamente o setor Sul é ocupado pela torcida do Fortaleza¹⁸².

Desta forma, o grande volume de torcedores se concentra na rampa dois. Ressaltamos que a preferência por essa entrada não se dá apenas pelo fato dela ser destinada aos setores Norte e Central, mas também pelo fato de historicamente os torcedores do Ceará se concentrarem na Av. Alberto Craveiro antes do início dos jogos para realizar seus *esquentas*. Isto significa que, ainda que o efetivo policial destinado a realizar a revista nas rampas de acesso seja grande, se o jogo for de grande porte – isto é, expectativa de lotação da capacidade total do estádio –, haverá a formação de extensas filas.

No caso das filas na entrada de um estádio, o desconforto não se dá somente pela longa espera, mas por uma junção de fatores, como: por vezes, os jogos acontecem às 16h, logo, toda a espera se dá em um dos períodos mais quentes do dia e debaixo de nenhuma proteção contra o sol; os torcedores costumam deixar para entrar no estádio faltando poucos minutos para começar o jogo, portanto, há certa impaciência para entrar rápido e não perder nenhum momento da partida; e parte desses torcedores já ingeriram álcool no arredores do estádio, assim, costumam tensionar para que a revista aconteça logo, seja discutindo com os policiais ou com outros torcedores. Aos policiais, cabe o desafio de garantir que todos os

¹⁸² Silva (2018) discutiu em seu trabalho os diversos significados que o espaço da arquibancada pode assumir para um torcedor de futebol, sobretudo o que a arquibancada do Estádio Castelão em Fortaleza/CE simboliza para os torcedores organizados do Ceará Sporting Club. A autora perguntou aos Torcedores Organizados sobre a existência ou não de demarcações no Estádio Castelão e sobre os setores preferidos ou preteridos deles. Dois setores aparecem como preteridos dos entrevistados, um deles é o setor Sul, inferior e superior. Convidamos o leitor a retornar à página 119 deste trabalho, trecho que discutimos sobre a divisão da arquibancada do Estádio Castelão em dias de *Clássico-Rei*. O leitor notará que mencionamos que, quando o estádio é dividido na modalidade *50 por 50*, a torcida do Fortaleza, maior rival do Ceará, costuma ocupar o setor Sul. Contudo, ainda que o jogo não seja realizado contra o rival e a torcida do Ceará tenha acesso a 90% ou mais da arquibancada, é possível perceber “[...] uma resistência dos torcedores alvinegros a esses setores durante o período de venda de ingressos para jogos em que a média de público esperada é alta, pois nestas ocasiões os ingressos para os setores que ficam ao Norte esgotam primeiro que os demais. Essa resistência e desdém por esses setores podem ser, também, observados nas respostas dos entrevistados: “Ah! Geralmente... porque aqui no nosso estado é muito forte essa questão de visão dentro do Castelão, do lado quente fica com o rival, né? E a gente tenta não ficar atrás do outro gol, que é um lado que historicamente é frequentado por eles. Aí gente fica até... não tão perto, mas aquela região... muito complicado ficar ali, não dá. [...] Complicado de a gente não se sentir bem. De saber que ali é, teoricamente, mesmo sabendo que é um jogo com mando de campo para o Ceará, mas, historicamente, é o lado que eles ficam. Por isso, a gente procura evitar ficar ali. (Entrevistado 4 – Carlos. Fortaleza. 12/06/2017) (SILVA, 2018, p.13)”.

torcedores sejam revistados, mesmo diante das situações conflituosas expostas e prevenir possíveis tumultos.

Haja vista que já dialogamos sobre as necessidades de alterações nos estádios brasileiros para atender aos padrões técnicos da FIFA; narramos alguns dos motivos que levaram três Arenas nordestinas a enfrentarem dificuldades de sustentação econômica; e a debater os detalhes da concessão da obra, da reforma, da gestão e da ocupação do Estádio Castelão; no próximo capítulo discutiremos sobre o código de conduta nos estádios elaborado pela entidade organizadora da Copa do Mundo para ser obedecido durante o evento e como as alterações na estrutura do estádios brasileiros contribuiu para uma mudança nas práticas torcedoras local.

4 “NO ESTÁDIO LEVO MINHA BANDEIRA PRETA, NA GARGANTA O GRITO PRA TE INCENTIVAR”¹⁸³: A EXPERIÊNCIA DOS TORCEDORES DO CEARÁ SPORTING CLUB NOS ESTÁDIOS NO PERÍODO PÓS-COPA 2014

“[...] fiquei surpreso comigo mesmo pela intensidade com que acabei sendo envolvido pelo jogo. Em questão de minutos, eu estava vibrando, até mesmo cantando, juntamente com todos os demais – minha voz, num tom ligeiramente alto, soando tão estranha para mim quanto as vozes a meu redor. [...] (BUFORD, 2010, p.161)”

Bill Buford, autor do trecho citado acima, era um jornalista norte-americano que morava em Londres no final da década de 1980 e início da década de 1990. Durante sua estadia na Europa, decidiu pesquisar sobre os torcedores de futebol europeus e, para isso, observou estes torcedores nos estádios e em seus trajetos pelo continente para acompanhar seus clubes. A obra derivada dessa pesquisa não se restringe a comentar sobre as experiências desses torcedores durante as partidas de futebol, mas trata especialmente do comportamento de massa e das multidões.

Para o autor, a multidão surge quando “[...] as ações de diferentes indivíduos são semelhantes e coerentes o suficiente para obrigar-nos a descrevê-las como atos de um corpo único, com um sujeito simples e um verbo no singular. [...] (BUFORD, 2010, p. 164-165)”. O trecho citado acima, assim como diversos outros trechos dessa obra, nos revela que, ao chegar na arquibancada, os indivíduos passam a realizar ações coordenadas e sincronizadas com os demais presentes, seja através do cânticos ou das coreografias; ações restauradas¹⁸⁴, como o ritual do momento pré-jogo e as comemorações ou reclamações ao longo da partida; e as ações que são desencadeadas por acontecimentos específicos, como o grito de comemoração após o gol ou o suspiro após uma grande defesa do goleiro.

¹⁸³ Trecho da música “Por esse amor”, que tem como intérprete Mc Xandinho. Fonte: **Youtube**, 19 out. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mwM2D6wLsk4>. Acesso: 06 abr. 2020.

¹⁸⁴ De acordo com Schechner (2006), comportamento restaurado é todo comportamento que já foi previamente vivenciado. Para o autor, o comportamento não precisa ser necessariamente igual ao anterior, ele pode apenas guardar semelhanças, já que “[...] pode ser exercitado, armazenado e chamado mais uma vez, jogado com, feito em algo completamente novo, transmitido e transformado. [...] (p.09)”. Além disso, o comportamento restaurado também pode ser compreendido como aquelas ações em que “[...] ‘sou eu me comportando como se fosse outra pessoa’, ou ‘como me foi dito para fazer’, ou ‘como aprendi’ [...] (p.08)”.

Além do mais, Buford não está apenas caracterizando o momento em que a multidão surge, mas relatando como ele se envolveu com a multidão. Isto é, as ações da multidão dentro do estádio (ou as ações do sujeito simples, que aqui chamamos de Torcida) conseguem envolver os participantes não assíduos do jogo de tal forma que estes passam a reproduzir as ações restauradas e compartilhar a mesma emoção, como mostra o relato a seguir:

À medida que o jogo avançava, descobri que estava nascendo em mim o anseio por um gol. Enquanto as esperanças e frustrações desse gol continuavam sendo expressas através dos corpos das pessoas prensadas contra mim, fui tomado por um sentimento, semelhante a um apetite, progressivamente intenso, de ansiedade, esperando, aspirando, desejando que um daqueles chutes conseguisse ultrapassar o goleiro [...] (BUFORD, 2010, p.167).

Os relatos foram feitos a partir da experiência do autor no estádio de Abbey, na cidade de Cambridge, durante uma partida, das últimas rodadas do campeonato inglês de 1990, disputada entre Cambridge United e Millwall. Isto é, estamos falando de algo que ocorreu há três décadas e em outro continente, portanto, seria um erro de nossa parte tecer uma comparação direta com a experiência do torcedor no Brasil. No entanto, percebemos que há algo em comum entre os eventos apresentados por Buford e os que foram observados por nós nos estádios cearenses: a experiência corpórea e a repetição de ações sincronizadas, restauradas e desencadeadas por acontecimentos específicos na arquibancada.

A repetição de ações e a realização de ações sincronizadas na arquibancada já havia sido observada por nós em trabalhos anteriores. Em Silva (2017), observamos que sons e gestos são ritualizados por torcedores através dos cânticos e das coreografias realizadas ao longo de um partida de futebol. Isto ocorre porque, de acordo com Toledo (1996), as Torcidas Organizadas são movidas pelo desejo de serem apreciadas, de serem observadas, de se destacarem das demais Organizadas e de demonstrarem amor ao clube, para isso, preparam cânticos, ensaiam coreografias e organizam espetáculos na arquibancada através de bandeiras, mosaicos e materiais pirotécnicos.

Desta forma, para executar suas festas na arquibancada, as Torcidas Organizadas seguem um roteiro predeterminado que envolve diversas pessoas e dias de organização. Para Silva (2017), “[...] este roteiro predeterminado que sistematiza as atividades que deverão ser realizadas por estes grupos compõe aquilo que identificamos como performance e nomeamos como *performance do torcedor* [...] (p.103)”. Consideramos que as ações dos torcedores e das Torcidas Organizadas podem ser nomeadas como performance por concordar com Schechner (2006), quando ele afirma que performance consiste na ritualização de sons e

gestos e que eventos podem ser considerados performance sempre que ele forem “[...] definidos e ligados, marcado por um contexto, por uma convenção, por um uso e por uma tradição. [...] (p.23)”. À título de exemplo,

[...] podemos afirmar que, quando a Torcida Organizada Cearamor – TOC começa a cantar durante um jogo o “Lalaia lalala, lalaia lalala” e os demais torcedores entendem que o hino do Ceará Sporting Club está prestes a ser cantado e, por isso, levantam-se e põem-se de pé em seus lugares, como se fizesse uma reverência, uma performance está sendo realizada. Do mesmo modo que, há uma performance quando o mesmo grupo começa a cantar o “Teu passado é todo coberto de glórias/dia a dia tu conquistas mais vitórias...”¹⁸⁵, pois, na medida que os primeiros versos do hino começam a ser entoados, é possível visualizar inúmeras mãos se agitando. O movimento começa com um ângulo de 180° nas laterais do corpo e se fecha logo acima da cabeça. As milhares de pessoas que executam estes passos no estádio conhecem essa dinâmica de cor, pois ela foi ensaiada ao longo de uma vida de experiências e relação com os jogos (SILVA, 2017, p.104).

Dito isto, neste capítulo debateremos sobre a performance dos torcedores e das Torcidas Organizadas no período pós-Copa de 2014. Para isso, dividimos o capítulo em cinco tópicos. O primeiro debaterá sobre as orientações do *Código de Conduta no Estádio*, documento elaborado pela FIFA com indicações para os torcedores que adquiriram ingressos para acompanhar o Mundial, e as refrações deste documento para os torneios nacionais e para os torcedores locais. O segundo discutirá sobre como a festa realizada pelos torcedores pode extrapolar a arquibancada e ser realizada em outros espaços, como a rua. O terceiro tratará da experiência da Equipe Vai Rolar a Festa e da Equipe de Bateria da Torcida Organizada Cearamor e discorreremos sobre o processo de preparação e execução das festas na arquibancada em dias de jogos do Ceará Sporting Club. O quarto tópico discutirá como a Festa se tornou elemento de disputa entre as torcidas e como as torcidas do Ceará e do Fortaleza competem pelo melhor desempenho em campo e na arquibancada em dias de Clássico-Rei. Por fim, o quinto tópico tratará dos efeitos sociais dos Megaeventos Esportivos e das transformações nas práticas torcedoras.

4.1 As novas regras de uso das praças esportivas e as alterações na relação do torcedor com o estádio

¹⁸⁵ Trecho do hino do Ceará *Sporting Club* que tem como primeiro intérprete e compositor José Patápio da Costa Jatahy. Fonte: **Youtube**, 05 abr. 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8gtKPBzYZa4>. Acesso: 07 abr. 2020.

O Estatuto do Torcedor, a Lei 10.671 de 15 de maio de 2003¹⁸⁶, é a legislação que versa sobre a proteção e a defesa dos direitos de todos aqueles que frequentam estádios ou outros equipamentos esportivos. Seus principais objetivos são: assegurar ao torcedor a publicidade e a transparência na organização das competições esportivas; garantir que o torcedor tenha acesso aos regulamentos e tabelas da competição até sessenta dias antes do início do torneio; garantir segurança nos locais onde os eventos esportivos forem realizados, antes, durante e depois das partidas; assegurar ao torcedor o direito de adquirir seu ingresso com antecedência, de ter condições de se deslocar até o equipamento esportivo e de ter acesso às instalações físicas e produtos alimentícios de forma segura e higiênica; e propiciar aos torcedores competições imparciais e uma Justiça Desportiva que observe o princípios da impessoalidade, moralidade, celeridade, publicidade e independência.

Nas Disposições Gerais, a Lei 10.671/03 fala que torcedor é “[...] toda pessoa que aprecie, apoie ou se associe a qualquer entidade de prática desportiva do País e acompanhe a prática de determinada modalidade esportiva (BRASIL, 2003)”. Destacamos que o trecho que citamos faz menção apenas ao torcedor que se associa à entidade de prática esportiva, isto é, que se associa a clubes de futebol através da modalidade de sócio-torcedor, por exemplo. Porém, não há menção ao torcedor que se vincula a uma Torcida e que atua nos estádios coletivamente, ainda que, segundo Pimenta (1997), as Torcidas Organizadas existam em nosso país desde a década de 1960 e tenham crescido exponencialmente na década de 1990. Além disso, o Estatuto equipara o torcedor a um consumidor, o que é possível perceber

[...] pela expressa determinação em diversas passagens de aplicação do Código de Defesa do Consumidor¹⁸⁷ e pelo próprio modelo de criação de direitos, responsabilidades e atribuições aos envolvidos na prática do esporte como torcedores e dirigentes, especialmente (EDITORA MANOLE, 2003, p. 96).

Por ora, interessa-nos os elementos que compõem o Capítulo IV desta lei, capítulo que versa sobre a Segurança do torcedor partícipe do evento esportivo. Entre os Art.13 e 19, a lei fala que: 1) O torcedor tem direito à segurança nos locais onde são realizados os eventos esportivos, assim como nas ruas de acesso ao equipamento; 2) O torcedor deficiente ou com mobilidade reduzida deve ter a acessibilidade ao espaço garantida; 3) A responsabilidade pela segurança do torcedor em evento esportivo é da entidade detentora do

¹⁸⁶ BRASIL. **Lei nº 10.671 de 15 de maio de 2003**. Dispõe sobre o Estatuto do Torcedor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.671.htm. Acesso: 01 ago. 2019.

¹⁸⁷ BRASIL. **Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm. Acesso: 07 abr. 2020.

mando de campo. Desta forma, cabe à entidade solicitar ao Poder Público a presença de profissionais da segurança pública, transporte público e higiene; 4) A entidade detentora do mando de campo deve contratar seguro de acidentes pessoais; disponibilizar um médico, dois enfermeiros e uma ambulância a cada 10 mil torcedores; e comunicar às autoridades de saúde a realização do evento; e 5) Os estádios com capacidade superior a 20 mil pessoas devem contar com central técnica de informações e equipamentos de monitoramento por imagem.

Contudo, o Estatuto do Torcedor não trata apenas dos direitos dos torcedores, mas também dos deveres dos torcedores, das entidades de administração do desporto, das ligas e das entidades de prática esportivas. No que diz respeito às sanções que podem ser aplicadas aos torcedores em caso de descumprimento dos deveres, temos o Art.39 que diz que

Art. 39. O torcedor que promover tumulto, praticar ou incitar a violência, ou invadir local restrito aos competidores ficará impedido de comparecer às proximidades, bem como qualquer local em que se realize evento esportivo, pelo prazo de três meses a um ano, de acordo com a gravidade da conduta, sem prejuízo das demais sanções cabíveis.

§ 1º Incorrerá nas mesmas penas o torcedor que promover tumulto, praticar ou incitar a violência num raio de cinco mil metros ao redor do local de realização do evento esportivo.

§ 2º A verificação do mau torcedor deverá ser feita pela sua conduta no evento esportivo ou por Boletins de Ocorrências Policiais lavrados.

§ 3º A pena se dará por sentença dos juizados especiais criminais e deverá ser provocada pelo Ministério Público, pela polícia judiciária, por qualquer autoridade, pelo mando do evento esportivo ou por qualquer torcedor partícipe, mediante representação. (BRASIL, 2003)¹⁸⁸

Em 2010, o Estatuto do Torcedor passa por uma reformulação. Ainda nas Disposições Gerais, especificamente no Art. 1, é possível perceber que o novo texto da lei apresenta um debate sobre a violência nos esportes e busca intensificar as medidas de prevenção e repressão a essa violência. Neste mesmo artigo, o legislador afirma que a responsabilidade para prevenir esse tipo de ação é do poder público, mas cabe às confederações, federações, ligas, clubes, associações ou entidades esportivas, entidades recreativas e associações de torcedores contribuir.

Conforme mencionamos anteriormente, a versão de 2003 do Estatuto caracterizou apenas o conceito de Torcedor. Já a versão de 2010, a que incluiu as alterações

¹⁸⁸ Salientamos que, ao acessar o site do Planalto Central para acompanhar a Lei 10.671/03, encontramos a versão da Lei com as modificações realizadas em 2010. Por isso, utilizamos a obra *Leis do esporte e Estatuto do Torcedor* para examinar a versão da lei publicada em 2003. FONTE: EDITORA MANOLE. **Leis do esporte e Estatuto do Torcedor**. Barueri/SP: Editora Manole, 2003, cap.3, p. 96-115.

feitas pela Lei 12.299 de 27 de julho de 2010¹⁸⁹, caracteriza o conceito de Torcedor e de Torcida Organizada. Assim, para os efeitos da Lei, Torcida Organizada é “[...] a pessoa jurídica de direito privado ou existente de fato, que se organize para o fim de torcer e apoiar entidade de prática esportiva de qualquer natureza ou modalidade (BRASIL, 2003)”. Uma vez caracterizadas e reconhecidas no Estatuto, as Torcidas Organizadas passaram a ter que cumprir a exigência de serem registradas e de manter os cadastros atualizados de seus associados e membros¹⁹⁰.

A inclusão do conceito de Torcida Organizada contribuiu para alterações no capítulo da lei que versa sobre as penalidades, especificamente no Art. 39. Conforme destacamos na página anterior, o Art. 39 da versão da Lei de 2003 fala que as penalidades serão aplicadas **aos torcedores** que promoverem tumultos, praticarem ou incitarem a violência, ou invadirem local restrito aos competidores. Já a versão do Estatuto do Torcedor alterada em 2010, fala que as penalidades serão aplicadas **às Torcidas Organizadas**, aos seus associados ou aos membros envolvidos. Desta forma, a agremiação passa a responder civilmente “[...] de forma objetiva e solidária, pelos danos causados por qualquer dos seus associados ou membros no local do evento esportivo, em suas imediações ou no trajeto de ida e volta para o evento (BRASIL, 2003, Art. 39-B)”.

Além disso, a Lei 12.999/10, que alterou o Estatuto do Torcedor, acrescenta um capítulo que trata sobre crimes. No que diz respeito às sanções que podem ser aplicadas aos Torcedores e às Torcidas Organizadas e seus associados em caso de descumprimento dos deveres, temos o Art. 41 do capítulo XI prevê pena de reclusão de 1 a 2 anos e multa para 1) Aquele que invadir local restrito aos competidores, promover tumulto, praticar ou incitar a violência nos locais em que o evento estiver sendo realizado, em um raio de 5.000 (cinco mil) metros ao redor do local, ou durante o trajeto de ida e volta do local da realização do evento; e 2) Aquele que portar, deter ou transportar, no interior do estádio, em suas imediações ou no seu trajeto, em dia de realização de evento esportivo, quaisquer instrumentos que possam servir para a prática de violência.

¹⁸⁹ BRASIL. **Lei nº 12.299 de 27 de julho de 2010**. Dispõe sobre medidas de prevenção e repressão aos fenômenos de violência por ocasião de competições esportivas; altera a Lei nº 10.671, de 15 de maio de 2003; e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/L12299.htm. Acesso: 01 ago. 2019.

¹⁹⁰ De acordo com o Parágrafo Único do Art. 2, o cadastro das Torcidas Organizadas deve exigir as seguintes informações dos seus associados: nome completo, fotografia, filiação, número do registro civil, número do CPF, data de nascimento, estado civil, profissão, endereço completo e escolaridade.

Outro acréscimo que merece destaque é a inclusão das condições de acesso e permanência do torcedor no recinto esportivo. As condições foram inseridas no Capítulo IV, trecho que versa sobre a Segurança do torcedor partícipe do evento esportivo, especificamente no Art.13, que antes contava apenas com um parágrafo, mas que ganhou a subseção Art. 13 – A e dez incisos. Desta forma, o Estatuto do Torcedor, reformulado pela Lei 12.999/10, prevê que, caso o torcedor queira ter acesso ao estádio, ele precisa:

- [...] I – estar na posse de ingresso válido;
- II – não portar objetos, bebidas ou substâncias proibidas ou suscetíveis de gerar ou possibilitar a prática de atos de violência;
- III – consentir com a revista pessoal de prevenção e segurança;
- IV – não portar ou ostentar cartazes, bandeiras, símbolos ou outros sinais com mensagens ofensivas, inclusive de caráter racista ou xenófobo;
- V – não entoar cânticos discriminatórios, racistas ou xenófobos;
- VI – não arremessar objetos, de qualquer natureza, no interior do recinto esportivo;
- VII – não portar ou utilizar fogos de artifício ou quaisquer outros engenhos pirotécnicos ou produtores de efeitos análogos;
- VIII – não incitar e não praticar atos de violência no estádio, qualquer que seja a sua natureza; e
- IX – não invadir e não incitar a invasão, de qualquer forma, da área restrita aos competidores.
- X – não utilizar bandeiras, inclusive com mastro de bambu ou similares, para outros fins que não o da manifestação festiva e amigável. [...] (BRASIL, 2003, Art. 13-A)

Acreditamos que as alterações realizadas no Estatuto do Torcedor são uma consequência das transformações vivenciadas no mundo do futebol, nos Torcedores e nas Torcidas Organizadas, sobretudo por conta do aumento de conflitos violentos nos estádios e das mortes ocasionadas por esses conflitos. Murad (2013) nos conta que, em 2012, o Brasil foi o país que registrou mais mortes de torcedores, somando 23 óbitos. Este número fez com que o Brasil ultrapassasse a Argentina e a Itália, países que ocupavam os primeiros lugares nesse ranking na década anterior. Contudo, acreditamos que a preocupação dos legisladores não se restringia aos casos de violência, mas mirava nos Megaeventos Esportivos que estavam prestes a serem realizados no país e em como os conflitos nos estádios poderiam prejudicar a imagem do país que estava se propondo a realizar a “Copa das Copas”.

Não à toa, dois anos depois da reformulação no Estatuto do Torcedor, a Lei 12.663 de 05 de junho de 2012, mais conhecida como Lei Geral da Copa é aprovada. Conforme debatemos no capítulo um deste trabalho, a Lei Geral da Copa foi formulada com o intuito de firmar o compromisso com a entidade organizadora da Copa do Mundo, a FIFA, e delinear quais ações seriam permitidas ou proibidas ao longo do evento. Desta forma, o texto da lei supracitada foi formulado de modo a garantir que todas as exigências da entidade seriam atendidas.

No entanto, não é a proximidade das datas de aprovação das leis que chamam nossa atenção, mas as semelhanças entre os capítulos que tratam das condições de acesso e permanência dos locais oficiais de competição. Estamos nos referindo ao Art. 13-A do Estatuto do Torcedor e o Art. 28 da Lei Geral da Copa. No Quadro 18 do Apêndice N deste trabalho, o leitor encontrará um quadro comparativo entre os dois artigos citados, através deste quadro será possível perceber que não há apenas semelhanças no teor dos artigos e de seus incisos, mas há uma reprodução quase exata da redação da lei.

Encontramos apenas quatro diferenças significativas na redação dos dois artigos. Um elemento foi acrescentado para impor mais restrições e três para autorizar atividades. Sobre o trecho que contém acréscimos nas restrições, temos o texto de apresentação do Art. 28: pois ele destaca que a lei valerá não só no equipamento esportivo em que o evento será realizado, mas em todos os locais oficiais da competição, isto porque o estádio não era o único local oficial da Copa de 2014. Por exemplo, os locais que receberam as *Fan Fests*¹⁹¹ também eram considerados oficiais do evento.

Sobre o trecho que contém autorização de determinadas atividades, temos: 1) O inciso I: nele há a informação de que não é somente o ingresso que garante a entrada no estádio, um documento de credenciamento emitido pela entidade também dá essa garantia. Esse credenciamento geralmente é ofertado aos parceiros comerciais da FIFA e aos indivíduos que prestam serviços à imprensa. 2) O inciso II: ele autoriza a venda e consumo

¹⁹¹ De acordo com Borges (2013), a *Fan Fest* é a exibição dos jogos da Copa do Mundo em um espaço livre e público. Na primeira edição, em 2006, na Alemanha, restringiu-se às cidades sedes do evento; já na segunda edição, a entidade expandiu os locais e, além das cidades sedes, algumas metrópoles globais também realizaram seus eventos. No Brasil, em 2014, a *Fan Fest* não se resumiu à exibição dos jogos, já que, nos dias em que a Seleção Brasileira esteve em campo, diversos cantores que são destaque no cenário musical nacional se apresentaram no evento. No caso de Fortaleza, a *Fan Fest* foi realizada no Aterro da Praia de Iracema. Segundo o G1, em matéria publicada no dia 17 de junho de 2014, durante a partida entre Brasil e México, 70 mil torcedores foram ao Aterro para acompanhar o jogo e os shows. O número de pessoas que foram ao local extrapolou a capacidade do espaço, por isso, telões extras precisaram ser instalados do lado de fora. Destacamos que, apesar do evento ser realizado em um espaço público, o acesso é limitado por barreiras físicas em todo o perímetro e por uma equipe de segurança. Para Borges (2013), para compreender o motivo pelo qual as *Fan Fests* são tão procuradas, é preciso analisar não só os Megaeventos Esportivos, mas de que forma esses megaeventos alteraram as estruturas dos estádios e as práticas torcedoras. Segundo o autor, “[...] O processo de mudanças dos estádios é fundamental para entender a diferença de comportamento dos torcedores e as transformações espaciais em torno de um jogo de futebol. Os estádios têm diminuído de tamanho e têm se tornado um espaço cada vez mais controlado por policiais, agentes de segurança privada e câmeras de segurança [...] (p. 212/02)”. Assim, as *Fan Fests* se apresentam como “[...] uma nova forma de assistir e viver o jogo, longe dos estádios, algo impensável a uma prática esportiva, mas que se explica com o apoio das novas tecnologias e as novas formas discursivas dos megaeventos. Outro fator relevante é que o financiamento e patrocínio que permite a popularização de tais eventos é feito por grandes companhias transnacionais (p.212/02)”. FONTE: COM público recorde, Fan Fest em Fortaleza recebe telão extra: espaço destinado a Fan Fest tem capacidade de 35 mil pessoas. Michel Teló foi grande atração da noite. **G1**, Fortaleza, 17 jun. 2014. Ceará. Disponível em: <http://g1.globo.com/ceara/noticia/2014/06/com-publico-recorde-fan-fest-em-fortaleza-recebe-telao-extra.html>. Acesso: 08 abr. 2020.

de bebidas alcoólicas nas praças esportivas, conforme mencionamos no capítulo 1 deste trabalho. Destacamos que somente as empresas patrocinadoras oficiais do evento foram autorizadas a vender seus produtos no estádio e nas ruas de acesso. 3) O inciso VII: proíbe o uso de engenhos pirotécnicos pelos torcedores, mas permite o uso do material por parte da organização do evento para fins artísticos.

Ressaltamos que as exigências da entidade organizadora não estavam expressas apenas na Lei Geral da Copa. No que diz respeito ao que é permitido ou não aos torcedores no estádios e quais sanções podem ser aplicadas àqueles que não cumprirem as exigências, a Lei 12.633/12 apresenta apenas orientações iniciais. O detalhamento das proibições foi apresentado no *Guia de Ingressos Nacional da Copa das Confederações da FIFA Brasil 2013* (FIFA, 2013), no trecho *Código de Conduta no Estádio*.

O *Código de Conduta no Estádio* foi um documento elaborado pela FIFA com regras para serem aplicadas durante a Copa das Confederações 2013 e durante a Copa do Mundo 2014. Seu objetivo era descrever as medidas e políticas de segurança aplicáveis para a conduta de todas as pessoas que compareceram a uma das partidas que estava sob o controle da FIFA. As informações do Código de Conduta estão divididas em três pontos: Entrada no estádio; Itens proibidos; e Bom senso nos Estádios.

Sobre a Entrada no Estádio, o documento informava que todos os torcedores deveriam apresentar o ingresso ou a credencial nos portões de acesso do estádio; apresentar um documento comprovando sua identidade, caso fosse solicitado; caso o ingresso correspondesse à modalidade especial, apresentar documentos que comprovam a condição especial; e se submeter às inspeções, às revistas pessoais e à remoção dos itens proibidos. Os itens proibidos são:

- a) armas de qualquer tipo ou objetos que possibilitem a prática de violência;
- b) qualquer coisa que possa ser usada como arma ou para cortar, apunhalar ou esfaquear, ou como um projétil, especialmente guarda-chuvas longos e outros objetos semelhantes;
- c) garrafas, copos (exceto copos de plástico), canecas, latas ou qualquer outra forma de recipiente fechado de qualquer tipo que possa ser atirada e causar lesões, bem como outros objetos feitos de vidro ou qualquer outro material frágil, estilhaçável ou especialmente duro, embalagens Tetrapak ou caixas térmicas duras;
- d) fogos de artifício, sinalizadores, bombas e outros artifícios produtores de fumaça ou outros itens pirotécnicos ou dispositivos que produzam efeitos similares;
- e) líquidos de qualquer tipo (inclusive bebidas alcoólicas ou não), exceto se adquiridos dentro do Estádio, em copos de plástico, e em conformidade com os procedimentos de segurança aplicáveis aos Eventos;
- f) narcóticos ou estimulantes;
- g) materiais relativos a causas ofensivas, racistas ou xenófobas, temas beneficentes ou ideológicos, como cartazes, bandeiras, placas, símbolos, folhetos, objetos ou roupas que possam interferir com o aproveitamento do Evento por outros espectadores, tirar o foco desportivo do Evento ou estimular qualquer forma de discriminação;

- h) mastros de bandeiras ou de cartazes de qualquer tipo. São permitidos apenas mastros de plástico flexíveis e os chamados mastros duplos com no máximo 1 m de comprimento e 1 cm de diâmetro e que não sejam feitos de material inflamável;
- i) cartazes ou bandeiras maiores do que 2 m x 1,50 m. Bandeiras e cartazes menores são permitidos, desde que sejam feitos de material considerado pouco inflamável, respeitem as leis e normas nacionais e não sejam de outra forma proibidos nos termos deste Código de Conduta no Estádio;
- j) animais de qualquer tipo;
- k) qualquer material promocional ou comercial, inclusive cartazes, bandeiras, placas, símbolos e folhetos ou qualquer tipo de objeto, material ou roupa promocional ou comercial;
- l) embalagens de spray, substâncias corrosivas e inflamáveis, tintas ou recipientes contendo substâncias prejudiciais à saúde ou altamente inflamáveis. Isqueiros comuns de bolso para cigarros são permitidos;
- m) objetos volumosos como escadas, bancos, cadeiras dobráveis, caixas, recipientes de papelão, sacolas grandes, mochilas, malas e bolsas esportivas. "Volumoso" significa qualquer objeto maior do que 25 cm x 25 cm x 25 cm e que não possa ser guardado embaixo dos assentos no Estádio;
- n) grandes quantidades de papel ou rolos de papel;
- o) instrumentos que produzam ruído excessivo, tais como megafones, sirenes ou buzinas, inclusive vuvuzelas;
- p) instrumentos que emitam raios laser, como apontadores ou instrumentos semelhantes;
- q) grandes quantidades de pó, farinha e substâncias semelhantes;
- r) câmeras (exceto para uso privado e, nesse caso, com apenas um conjunto de pilhas sobressalentes ou recarregáveis) e outros tipos de gravadores de vídeo ou outros equipamentos de gravação de som e imagens;
- s) computadores pessoais e outros dispositivos (entre eles, por exemplo, laptops ou tablets) usados para fins de transmissão ou disseminação de sons, imagens, descrições ou resultados dos eventos pela internet ou outros meios; e
- t) outros objetos que comprometam a segurança pública e/ou prejudiquem a reputação do Evento, conforme avaliação a exclusivo critério das Autoridades da Copa das Confederações da FIFA. (FIFA, 2013, p.14-15)

No tópico *Bom senso nos Estádios*, a FIFA sugere que todos os espectadores e credenciados comportem-se de maneira que não ofenda, arrisque a segurança ou desnecessariamente incomode ou assedie outros espectadores; que ocupem apenas o assento indicado no seu ingresso; que mantenham livres, tanto quanto for possível, as escadas de acesso e saídas de emergência; que não joguem lixo, embalagens ou recipientes vazios no chão, mas sim nas lixeiras apropriadas; e que não fumem.

Além disso, proíbe a entrada no campo ou na área ao redor do campo; ficar de pé nos assentos; atirar objetos, substâncias ou líquidos de qualquer tipo e em qualquer direção; soltar ou jogar fogos de artifício, sinalizadores, bombas e outros artigos produtores de fumaça; expressar mensagens ofensivas de natureza racista ou xenófoba ou que estimulem outras formas de discriminação; a exibição de mensagens políticas ou ideológicas ou a promoção de qualquer causa beneficente; ações que incomodem ou assediem outras pessoas; a venda de produtos ou ingressos; comportamentos violentos; subir em estruturas e instalações não planejadas para uso em geral; escrever, pintar ou afixar qualquer coisa nos

elementos estruturais, instalações ou corredores; gravar (exceto para fins particulares), transmitir ou de qualquer forma disseminar pela internet ou qualquer outra mídia; e explorar comercialmente quaisquer fotografias ou imagens tiradas dentro do Estádio.

Durante a nossa participação em partidas de futebol na Arena Castelão, tanto como espectadora, quanto como pesquisadora, percebemos que parte das orientações que foram repassadas pela FIFA para serem aplicadas durante os megaeventos continuaram a ser utilizadas nos estádios brasileiros mesmo após o Mundial. Portanto, acreditamos que a Copa do Mundo de 2014 causou impactos nas práticas torcedoras e alterou a dinâmica dos torcedores e das torcidas brasileiras. Consideramos que esses impactos podem ser classificados em proibições e liberações. E que as proibições podem ser divididas entre as que estão expressas em lei e as que não estão.

Quando mencionamos proibições que estão expressas em lei, estamos nos referindo às ações que foram censuradas pela Lei 12.299/10, que alterou o Estatuto do Torcedor e que antecipou as orientações da Lei 12.633/12, a Lei Geral da Copa. Desta forma, está proibido entrar nos estádios brasileiros portando objetos, como garrafas, copos, guarda-chuvas, pois acredita-se que eles possam ser arremessados ou utilizados como armas; o uso de fogos de artifício e sinalizadores; e a utilização de bandeiras, sobretudo com mastros de bambu (Ver Apêndice N, Quadro 18).

Conforme mencionamos anteriormente, todos os torcedores são submetidos a uma revista policial individual antes de entrar nos estádios da capital cearense. Caso os agentes de segurança pública ou os seguranças privados contratados pela administradora do estádio encontrem algum objeto que não pode ser utilizado no estádio, o torcedor é convidado a se desfazer do objeto. Caso o torcedor se recuse a descartar seu pertence, ele é orientado a se retirar da fila e é proibido de ingressar no equipamento.

O acompanhamento dos torcedores responsáveis por preparar as festas na arquibancada, sejam integrantes de uma Torcida Organizada ou da Equipe de Festa, e a fiscalização dos materiais para a realização dos espetáculos se dá de forma diferente. De acordo com os torcedores e as torcedoras que entrevistamos, os responsáveis pelos grupos precisam encaminhar um ofício solicitando a entrada de materiais para o Batalhão de Policiamento de Eventos da Polícia Militar do Ceará – BPE/CE antes de cada jogo.

Neste ofício, as torcidas precisam especificar quais materiais serão utilizados; encaminhar o documento ao BPE/CE com antecedência; e aguardar o resultado do Órgão sobre quais dos materiais foram deferidos e quais foram indeferidos. Além do mais, no dia da partida, o componente da torcida responsável pelos materiais precisa chegar ao estádio

com antecedência; encaminhar-se ao portão de acesso do estádio designado para as torcidas; e aguardar a vistoria de um policial. Conforme os relatos a seguir:

Sobre a solicitação de uso dos materiais: [...] Não sei se você sabe, mas pra você conseguir ‘botar’ algum material pra dentro do estádio, você tem que ter um CNPJ; tem que emitir um ofício informando tudo o que vai levar; mandar pro BPE, o Batalhão de Eventos, no caso; aí o BPE diz se ele libera ou não esse material. Então, a Cearamor ela tava sendo muito barrada nessa questão, muito material que eles queriam levar, eles não podiam [...] (Entrevistado 1 – João. Fortaleza. 13/12/2019).

Sobre a revista dos materiais no dia do jogo: É nos materiais total. Tipo, bandeira; faixa; bateria, todos os instrumentos. Na verdade, é de todas as torcidas, só que é uma de cada vez, mas primeiramente é sempre a nossa né. Aí olham tudo. O material; a bolsa das baquetas, porque tem a bolsa das baquetas; olham instrumento por instrumento, se tem alguma coisa e tal; abrem faixa e bandeiras; revistam tudo. E é isso, revista completa mesmo, de todos os materiais. (Entrevistado 6 – Paulo. Fortaleza. 08/11/2019).

Quando mencionamos proibições que não estão expressas em lei, mas que estão sendo aplicadas indevidamente pelos agentes de segurança pública, estamos nos referindo à proibição da exibição de mensagens políticas ou ideológicas. Esta orientação foi apresentada a nós no *Código de Conduta no Estádio* (FIFA, 2013). No entanto, este Código contém orientações apenas para os eventos organizados diretamente pela FIFA, no caso, a Copa das Confederações e a Copa do Mundo. Portanto, após o encerramento destes dois eventos, as orientações do Código perderam a aplicabilidade no Brasil e não podem ser exigidas em torneios nacionais.

Contudo, tem sido comum os relatos de torcedores que tiveram seus materiais confiscados ou foram proibidos de entrar no estádio por estarem vestidos com a camisa de uma Torcida Antifascista. As Torcidas Antifascistas – TA reúnem torcedores de futebol que utilizam o espaço do estádio, da arquibancada e de seus clubes para propor discussões políticas; e que repudiam o racismo, a homofobia, o machismo e a xenofobia realizada nos estádios. Em conformidade com Ingrid Campos, em artigo publicado no dia 06 de dezembro de 2018¹⁹², a primeira Torcida Organizada a se posicionar politicamente foi a Ultras Resistência Coral do Ferroviário Atlético Clube, em 2005. De acordo com Diogo Magri, em matéria publicada no *El País* em matéria 25 de dezembro de 2019¹⁹³, com exceção da Ultras

¹⁹² FONTE: CAMPOS, Ingrid. ANTIFA: Ultras Resistência Coral. **Medium**, Fortaleza, 06 dec. 2018. Paixão e resistência. Disponível em: <https://medium.com/antifa-paix%C3%A3o-e-resist%C3%Aancia/ultras-resist%C3%Aancia-coral-823d40afec44>. Acesso: 10 abr. 2020.

¹⁹³ FONTE: MAGRI, Diogo. Torcidas Antifascistas se multiplicam nas arquibancadas do futebol brasileiro: desde que o presidente Jair Bolsonaro ganhou espaço na política, vários coletivos foram criados por torcedores de futebol com o objetivo de barrar o fascismo fora de dentro dos estádios. **El País**, São Paulo, 25 dez. 2019. Esportes. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/esportes/2019-12-25/torcidas-antifascistas-se-multiplicam-nas-arquibancadas-do-futebol-brasileiro.html>. Acesso: 10 abr. 2020.

Resistência Coral, todas as demais Torcidas Antifascistas do país foram fundadas a partir de 2014.

Em abril de 2019, ocorreu a primeira tentativa de proibir um integrante de Torcida Antifascista de entrar no estádio portando o material do seu grupo. Segundo Gabriela Moreira, em matéria publicada no dia 07 de abril de 2019¹⁹⁴, um torcedor do Flamengo e integrante da Flamengo Antifascista, ao ser revistado nos portões de acesso do Estádio Maracanã, foi barrado por um segurança privado que presta serviço à administradora do estádio. De acordo com o relato, o segurança ficou na dúvida se a camisa estava entre os itens proibidos no estádio e precisou se certificar com os demais colegas de profissão e com os policiais responsáveis pelas revistas individuais. Por fim, a entrada do torcedor foi autorizada.

As tentativas de proibição dos materiais das Torcidas Antifascistas também ocorreram no Ceará. Integrantes das Torcidas Vozão Antifascista, do Ceará; Ultras Resistência Coral, do Ferroviário; e Resistência Tricolor, do Fortaleza, relataram terem sido barradas pela Polícia ao tentar ingressar nos estádios da capital cearense com seus materiais. Conforme matéria publicada no Jornal O Povo em 04 de fevereiro de 2020¹⁹⁵, a justificativa apresentada pelos profissionais de segurança para barrar os materiais foi: “[...] as mensagens que eles estampavam poderiam incitar a violência”.

Apesar da interpretação realizada pelos profissionais de segurança dos dois estados que mencionamos, a legislação brasileira, em especial o Estatuto do Torcedor, não prevê a proibição de materiais políticos nas praças esportivas, assim como a Constituição Federal de 1988 garante a plena liberdade de manifestação e pensamento. No entanto, o inciso X do Art. 13-A, que diz “*Não utilizar bandeiras, inclusive com mastro de bambu ou similares, para outros fins que não o da manifestação festiva e amigável*”, estava sendo utilizado para justificar a proibição.

Por conta dos equívocos na interpretação deste inciso, no dia 22 de janeiro de 2020, o Estado do Rio de Janeiro sancionou a lei contra censura nas praças esportivas. De

¹⁹⁴ FONTE: MOREIRA, Gabriela. Torcedor do Flamengo com camisa antifascista precisou de autorização da PM para entrar no Maracanã: rubro-negro teve que esperar sargento da Polícia Militar ser consultado para poder entrar no estádio para assistir ao Fla-Flu do último sábado. **Globo Esporte**, Rio de Janeiro, 07 abr. 2019. Flamengo. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/times/flamengo/noticia/torcedor-do-flamengo-com-camisa-antifascista-precisou-de-autorizacao-da-pm-para-entrar-no-maracana.ghtml>. Acesso: 10 abr. 2020.

¹⁹⁵ FONTE: TORCEDORES denunciam que estão sendo barrados nos estádios cearenses por levarem material antifascista: representantes das três principais torcidas antifascistas do futebol cearense participaram do debate no programa “Revista O POVO” nesta terça-feira. **O Povo**, Fortaleza, 04 fev. 2020. Cearenses. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/esportes/futebol/times/cearenses/2020/02/04/membros-de-torcidas-cearenses-antifascistas-participam-de-debate-na-radio-o-povo-cbn.html>. Acesso: 10 abr. 2020.

acordo com Gabriel Barreira, em matéria publicada no G1 no dia 22 de janeiro de 2020¹⁹⁶, a nova lei garante a livre manifestação de torcedores; prevê multa de R\$ 177,50 para quem descumpri-la; e reforça a proibição de mensagens que contenham teor racista, homofóbico, de intolerância religiosa ou de incitação à violência.

Acreditamos que as investidas contra torcedores que levam materiais com mensagens com teor político para os estádios é uma das consequências da realização da Copa do Mundo no país e da aplicação de leis e de códigos específicos para esse evento. No entanto, essas investidas também são consequência da conjuntura política do país. Temos percebido – não só nos estádios, mas em todos os espaços – ataques sistemáticos a indivíduos e a grupos que se posicionam favoráveis aos Direitos Humanos e às Políticas Sociais e contrárias às opressões de classe, raça, gênero, orientação sexual e local de origem.

Por fim, quando mencionamos liberações que ocorreram após a realização da Copa do Mundo de 2014, estamos nos referindo à venda de bebidas alcoólicas nos estádios. Conforme citamos anteriormente, o Estatuto do Torcedor, no Inciso II do Art. 13-A, sugere a não autorização do consumo e da venda de bebidas alcoólicas nos estádios desde 2003. No entanto, a orientação não foi acatada por todos os estados e a venda foi mantida em diversas praças esportivas do país. Foi somente em 2008 que as vendas foram suspensas. Desta vez, a orientação foi dada pela CBF e deveria ser aplicada em todos os estádios que recebessem seus campeonatos. O objetivo da entidade era reduzir os casos de violência nos estádios¹⁹⁷.

Apesar das orientações do Estatuto do Torcedor e da Confederação Brasileira de Futebol, a Lei Geral da Copa autorizou a suspensão temporária da proibição da venda de bebidas a fim de garantir que a FIFA cumprisse os acordos estabelecidos com a AMBEV, companhia de bebidas. Salientamos que a Lei Geral da Copa liberou a venda de bebidas alcoólicas somente durante a Copa das Confederações 2013 e a Copa do Mundo 2014, isto porque esta lei não produzia efeitos nos torneios nacionais, mesmo os que foram realizados durante os anos de 2013 e de 2014 e que utilizaram os mesmos equipamentos esportivos que sediaram os megaeventos citados.

¹⁹⁶ FONTE: BARREIRA, Gabriel. Witzel sanciona lei contra censura em estádios esportivos. Em dezembro, faixa ‘Botafogo Antifascismo’ foi recolhida pela PM do Estádio Nilton Santos. Agente poderá ser multado em mais de R\$ 1 mil caso descumpra a regra. **G1**, Rio de Janeiro, 22 jan. 2020. Rio de Janeiro. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2020/01/22/witzel-sanciona-lei-contra-censura-em-estadios-esportivos.ghtml>. Acesso: 15 abr. 2020.

¹⁹⁷ FONTE: CBF proíbe venda de álcool em estádios para reduzir a violência. **UOL Esporte**, São Paulo, 25 abr. 2008. Esportes. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas/2008/04/25/ult59u154672.jhtm?action=print>. Acesso: 15 abr. 2020.

A experiência de consumo e venda de bebidas alcoólicas durante os megaeventos esportivos fez com que o debate acerca da liberação nos estádios brasileiros retornasse, além disso, foi utilizada como argumento pelos autores dos projetos de lei para justificar a solicitação da liberação. A Bahia foi o primeiro estado a sancionar a lei que autoriza e regulamenta a venda e o consumo de bebidas alcoólicas na suas praças esportivas. O projeto foi aprovado em fevereiro de 2014, isto é, oito meses depois da Copa das Confederações e quatro meses antes da Copa do Mundo.

Segundo o G1 Bahia, em matéria publicada no dia 15 de fevereiro de 2014¹⁹⁸, o projeto foi apresentado pelo deputado estadual João Bonfim (PDT/BA) e aprovado sem grande embates, uma vez que apenas a bancada evangélica da Assembleia Legislativa da Bahia votou contra a proposta. Nesta mesma matéria, o deputado comentou que não havia estatísticas que comprovassem que as brigas que ocorriam no estádio estavam vinculadas à venda de bebidas, além disso, acrescentou que “[...] Tem muita gente que chega e fica bebendo na porta dos estádios e já entra embriagado para assistir aos jogos. Os estádios não têm como proibir a entrada de pessoas bêbadas, então não tem lógica [...]”. Além da Bahia, Rio Grande do Norte, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Santa Catarina, Pernambuco, Paraná, Distrito Federal e Ceará regulamentaram a venda e consumo de bebidas alcoólicas em suas praças esportivas.

O Projeto de Lei que versa sobre a regulamentação da venda e do consumo de bebidas alcoólicas nos estádios cearenses foi apresentado pelo Deputado Estadual Evandro Leitão (PDT) e votado e aprovado no dia 09 de maio de 2019. Tendo em vista que a Comissão de Constituição, Justiça e Redação da Assembleia Legislativa do Estado do Ceará – CCJR/ALCE havia aprovado o texto inicial do projeto no dia 20 de março de 2019¹⁹⁹, com o título de Projeto de Lei nº 85/19, estávamos há pelo menos um mês aguardando o agendamento da votação. Apesar de termos monitorado os canais de comunicação da ALCE,

¹⁹⁸ FONTE: GOVERNADOR sanciona lei que libera venda de bebidas em estádios na BA: documento que regulamenta venda saiu no Diário Oficial do fim de semana. Jaques Wagner assinou sanção e projeto de lei na sexta-feira (14). **G1**, Salvador, 15 fev. 2014. Bahia. Disponível em: <http://g1.globo.com/bahia/noticia/2014/02/governador-sanciona-liberacao-de-venda-de-bebidas-em-estadios-na-ba.html>. Acesso: 15 abr. 2020.

¹⁹⁹ FONTE: CEARÁ. ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO CEARÁ. CCJR aprova projeto que disciplina venda de bebidas alcoólicas em estádio. **Assembleia Legislativa do Estado do Ceará**, Fortaleza, 20 mar. 2019. Últimas notícias. Disponível em: <https://www.al.ce.gov.br/index.php/ultimas-noticias/item/80297-20032019ccjr>. Acesso: 17 abr. 2020.

só soubemos do agendamento da votação na manhã do dia 09 de maio. Ainda que com certo atraso, dirigimo-nos à ALCE para acompanhar os diálogos²⁰⁰.

Ao chegar à Assembleia, tivemos dificuldades para acessar o local exato em que a discussão estava ocorrendo. Inicialmente, fomos encaminhados pelos funcionários ao auditório, para assistir a votação pelo telão, pois a galeria da plenária estava lotada. Horas depois, descobrimos que esta informação estava equivocada e que ela foi repassada a nós por ser um dos recursos para evitar que as galerias da plenária fiquem cheias e para evitar interferências na discussão entre os deputados. Apesar dos desencontros nas informações repassadas, conseguimos chegar ao local exato.

Ao entrar nas galerias, percebemos que os participantes estavam bem divididos, como torcedores de clubes rivais que ocupam trechos diferentes da arquibancada do estádio. À direita, os que eram contra a regulamentação da venda e do consumo de bebidas nos estádios; e à esquerda, os que eram a favor. Os que eram contra não vestiam blusas que os caracterizassem como sendo integrantes de algum grupo, associação ou movimento, contudo, tendo em vista que portavam Bíblias e cartazes com mensagens com teor religioso, concluímos que eram vinculados a alguma igreja evangélica. Os que eram a favor vestiam blusas do Ceará ou do Fortaleza. Apesar de haver certa divisão nos locais ocupados pelos torcedores de cada clube, todos transitavam tranquilamente, conversavam entre si, teciam comentários parecidos e faziam coro em oposição aos deputados que eram contra o projeto.

Para melhor detalhamento do que aconteceu na plenária, dividiremos o processo de votação em cinco momentos. No primeiro momento, houve uma tentativa de adiamento da votação. Alguns deputados alegaram que o assunto ainda não havia sido suficientemente discutido e que precisavam de mais tempo para analisar a proposta. Nesse momento, percebemos que a tentativa de adiamento da votação possivelmente não estava apenas pautada no desejo de qualificar o debate, mas também no receio de perder a votação, uma vez que os deputados que defenderam o adiamento eram contra a regulamentação da venda de bebidas. Desta forma, ainda no período da manhã, houve uma primeira votação para decidir se a votação oficial aconteceria naquele dia ou não. Ganhou a proposta para a votação da PL 85/19 acontecer naquele mesmo dia.

No segundo momento, houve uma breve apresentação das propostas de inclusão de emendas ao projeto. Já no terceiro, os deputados presentes tiveram a oportunidade de apresentar antecipadamente seu voto e expor suas justificativas. Esta etapa foi a mais extensa.

²⁰⁰ As informações foram extraídas do nosso Diário de Campo 37. Fortaleza. 09/05/19.

Seis deputados declararam antecipadamente que votariam contra a proposta. Estes foram mais enfáticos quanto às possíveis consequências negativas da regulamentação da venda e do consumo de bebidas nos estádios. Para eles, a ingestão de álcool pelos torcedores contribuiria para o aumento da violência em dias de jogos; para a deterioração do patrimônio público por conta de atos de vandalismo; e complicaria a execução das ações realizadas pelos profissionais da segurança pública e do Ministério Público do Estado do Ceará em dias de jogos. Além disso, comentaram que os demais estados do país que optaram pela liberação enfrentaram o aumento da violência e os conflitos em dias de jogos.

Para comentar sobre a relação entre o consumo de bebidas alcoólicas nas praças esportivas e o aumento da violência e dos conflitos em dias de jogos, utilizaremos os dados apresentados por Nepomuceno *et. al* (2017). O artigo “*Alcohol and violent behavior among football spectators: An empirical assessment of Brazilian's criminalization*” é um dos resultados da pesquisa desenvolvida entre os anos de 2009 e 2015 – período em que a Lei estadual 13.748/09²⁰¹, que proibiu a venda de bebidas alcoólicas nos estádios pernambucanos, estava em vigor – pelo Grupo de Pesquisa em Sistemas de Informação e Decisão – GPSID, do Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Pernambuco – UFPE.

O GPSID coletou informações sobre incidentes violentos realizados em partidas (de diferentes campeonatos) disputadas pelos três maiores clubes da capital pernambucana – o Sport Club Recife, o Santa Cruz Futebol Clube e o Náutico Clube Capibaribe – entre os anos de 2005 e 2015. Ao todo, foram analisadas 375 partidas e registrados 1.363 incidentes. Destes 1.363 incidentes, 608 ocorreram durante o período de legalização da venda e do consumo de bebidas alcoólicas nas praças esportivas pernambucanas. Destacamos que foram analisadas 203 partidas durante o período de legalização, contudo, os 608 incidentes ocorreram em apenas 139 partidas. Já no período de liberação, foram analisadas 172 partidas e registrados 755 incidentes, estes incidentes ocorreram em 170 partidas das 172 analisadas.

Desta forma, observamos que não houve redução de ações violentas nos estádios pernambucanos durante o período da proibição, na verdade, elas aumentaram no mesmo

²⁰¹ PERNAMBUCO. GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO. ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE PERNAMBUCO. **Lei nº 13.748 de 15 de Abril de 2009**. Fica proibido a comercialização e o consumo de bebidas alcoólicas, nos estádios de futebol e ginásios esportivos, durante a realização dos eventos esportivos profissionais. (Vigência suspensa pelo art. 4º da Lei nº 14.848, de 22 de novembro de 2012. Período: Copa das Confederações FIFA 2013 e Copa do Mundo FIFA 2014.). (Revogada pelo art. 4º da Lei nº 15.709, de 5 de janeiro de 2016.). Disponível em: <https://legis.alepe.pe.gov.br/texto.aspx?tiponorma=1&numero=13748&complemento=0&ano=2009&tipo=&url=>. Acesso: 03 set. 2020.

período. Assim, os dados coletados apoiam a conclusão de que as vendas e o consumo de bebidas alcoólicas nas praças esportivas, assim como em suas ruas de acesso, têm pouca influência no comportamento violento dos torcedores. Por isso, os autores comentam que estas ações violentas e os conflitos podem estar mais relacionadas a outros fatores, a saber: a tradição de rivalidade entre as torcidas dos clubes que disputarão a partida do dia; a atuação inadequada da polícia no trato com os torcedores e na busca da resolução dos conflitos; a atenção excessiva nos conflitos violentos por parte da imprensa; as manipulações políticas nos jogos; a assiduidade de uma torcida no estádio, visto que o comparecimento nas praças esportivas varia de uma torcida para outra, assim como o comparecimento de uma torcida pode oscilar ao longo do ano e dos campeonatos disputados; e o grau de importância da partida²⁰².

Por fim, Nepomuceno *et. al.* (2017) destacam que outros pesquisadores que estudam a violência entre torcidas e os conflitos em dias de jogos também consideram que as análises das ações violentas praticadas por torcedores nas praças esportivas e nos trechos de acesso aos estádios precisam considerar os aspectos políticos, econômicos e socioculturais vivenciados nas relações individuais e grupais da sociedade brasileira contemporânea. Além disso, acreditam que, apesar do recorte regional, a importância do estudo não se resume a implicações locais, uma vez que podem contribuir para a compreensão das performances torcedoras – inclusive, as performances violentas e conflituosas – em diversos estados do Brasil e subsidiar a elaboração e implementação de políticas públicas para os torcedores.

Deste modo, apesar da relevância dos pontos mencionados pelos seis deputados, sobretudo por serem questões que integram as preocupações daqueles que se dedicam a pesquisar e analisar o futebol e as práticas torcedoras, nenhum deles conseguiu apresentar dados concretos ou estudos que justificassem suas análises ou que atestassem a informação de que a violência em dias de jogos aumentou nos demais estados brasileiros que regulamentaram a venda de bebidas dentro dos estádios. Na verdade, observamos que as falas destes deputados continham apenas argumentos moralistas e religiosos. Eles afirmaram que eram contra o Projeto de Lei 85/19 porque consideravam o uso de bebidas alcoólicas errado; porque a Bíblia proíbe; e porque desagrada o coração de Deus. Vale ressaltar que as falas eram proferidas em meio aos gritos de apoio e rejeição dos presentes.

²⁰² Destacamos que, para Nepomuceno *et. al.* (2017), uma partida pode ser considerada importante quando apresenta uma ou mais das seguintes características: corresponde a uma fase eliminatória; decidirá uma final de campeonato; será disputada contra um clube da mesma região ou contra um clube que possui um histórico de rivalidade; quando o clube depende do resultado para ser elegível nas divisões superiores; e quando o clube depende do resultado para não ser rebaixado para divisões inferiores.

Poucos foram os deputados que fizeram falas favoráveis ao projeto. No entanto, ao observar a dinâmica e as movimentações na plenária, avaliamos que a ausência de deputados fazendo a defesa pública do projeto não significava, necessariamente, que os que eram à favor estavam em minoria, mas que, possivelmente, estes preferiam disputar os votos dos deputados indecisos através de um diálogo individual. Inferimos isso ao observar os deputados favoráveis ao projeto circulando pela plenária, juntamente com seus assessores, dialogando com os demais deputados.

O quarto momento não foi realizado na plenária diante dos presentes. Parte dos deputados se reuniram em um outro espaço para discutir a inclusão das emendas. Por fim, o quinto momento consistiu na apresentação final do Projeto de Lei, com as emendas, e na votação. Logo nos primeiros minutos da votação, e ao acompanhar o placar, foi possível perceber que o projeto seria aprovado. Enquanto os deputados votavam, Evandro Leitão fez mais uma fala em favor do projeto e os presentes nas galerias começaram a se exaltar. Os que eram favoráveis, no caso, os torcedores de futebol, comemoraram bastante; já os que eram contrários, cantaram palavras de ordem que versavam sobre como os deputados seriam cobrados.

Assim, dos 46 deputados estaduais que compõem a ALCE, 42 participaram da votação. Destes 42, 23 votaram à favor do projeto e 14 votaram contra, não houve abstenções. Salientamos que foram apresentadas 19 emendas ao projeto inicial, mas somente 13 foram aprovadas. De acordo com a versão final da Lei, o torcedor não pode entrar com bebida no estádio, ele apenas pode consumir a que for ofertada pelos bares do equipamento; só podem ser comercializados produtos de fornecedores cadastrados junto à administração do estádio; só podem ser vendidas bebidas com teor alcoólico inferior a 10%; o torcedor não pode sair do bar portando o recipiente de metal que contém a bebida, o líquido deve ser transferido para um copo plástico de até 500ml pelos funcionários do bar; cada torcedor só pode adquirir até dois copos de bebida por vez; em dias de *Clássico-Rei* a venda é suspensa; a venda das bebidas começa duas horas antes do início da partida de futebol e deve encerrar faltando quinze minutos para o fim; parte do que for arrecadado com as vendas deve ser destinado ao Fundo Estadual de Saúde e para campanhas publicitárias voltadas para a prevenção de atos de violência de gênero, discriminação racial e LGBTfobia; e os bares do estádio não podem ofertar as bebidas a preços superiores aos que são praticados na região. O Governador do

Estado do Ceará Camilo Santana (PT) sancionou a lei no dia 10 de maio de 2019, apenas um dia depois da votação na Assembleia Legislativa²⁰³.

Tendo em vista que percebemos que parte das orientações que foram repassadas pela FIFA para serem aplicadas durante os megaeventos continuaram a ser utilizadas nos estádios brasileiros mesmo após o Mundial e por considerar que essas novas orientações para os estádios causaram impactos nas práticas torcedoras e alteraram parte da dinâmica dos torcedores e das Torcidas brasileiras, perguntamos aos torcedores e às torcedoras que entrevistamos se eles e elas consideram que as alterações na estrutura do Estádio Castelão e as novas regras de uso do estádio aplicadas após a Copa de 2014 interferiram nas suas práticas torcedoras ou nas ações da sua Torcida.

Dos oito torcedores e torcedoras que entrevistamos, quatro acreditam que os torcedores e as Torcidas foram impactadas com as alterações decorrentes da realização da Copa do Mundo de 2014, sobretudo com a reformulação do Estádio Castelão em Arena e dos acréscimos realizados no Estatuto do Torcedor. Destes quatro torcedores, três acreditam que esses impactos são sentidos individualmente pelos torcedores; um acredita que os impactos são sentidos coletivamente pelos torcedores, portanto, afetam a todas as Torcidas Organizadas e as Equipes de Festa; e um avalia que uma das mudanças aplicadas para ter impacto individual sobre os torcedores causou repercussão nas atividades das Torcidas.

Os três entrevistados que visualizam os impactos que são sentidos pelos torcedores individualmente citaram situações diferentes. Um mencionou a intensificação das revistas individuais nos portões de acesso ao equipamento e comentou sobre o alto custo financeiro para acompanhar uma partida de futebol; um comentou sobre a proibição da entrada no estádio com bebidas ou alimentos, sobretudo bebidas alcoólicas; e, por último, um citou a setorização da arquibancada.

Conforme destacamos no capítulo anterior, os detalhes sobre aumento do efetivo policial nos estádios e a intensificação das revistas individuais nos portões de acesso ao equipamento foram mencionados pelo Entrevistado 1 – João. Desta forma, ao ser perguntado sobre como as alterações na estrutura do Estádio Castelão e as novas orientações para os torcedores aplicadas após a Copa de 2014 interferiram nas práticas torcedoras, o Entrevistado 1 – João apenas deu sequência aos seus relatos sobre a revista policial individual e

²⁰³ FONTE: CAMILO Santana sanciona lei que autoriza comércio de bebidas nos estádios do Ceará: a matéria foi aprovada na Assembleia Legislativa na última quinta-feira (9). **G1 Ceará**, Fortaleza, 10 maio. 2019. Ceará. Disponível em: <https://g1.globo.com/ce/ceara/noticia/2019/05/10/camilo-santana-sanciona-lei-que-autoriza-comercio-de-bebidas-nos-estadios-do-ceara.ghtml>. Acesso: 18 abr. 2020.

acrescentou que o incômodo sentido por ele no momento em que essa ação é realizada é compartilhada por outros torcedores e que tal desconforto pode contribuir para que o torcedor diminua sua frequência no estádio, como mostra o relato a seguir:

Sim, porque quando você vai ao estádio, você vai para se divertir, ver seu time. E quando você chega lá e você acaba passando por essas complicações na entrada, isso meio que chateia. Isso vira até um empecilho pra você ir no próximo jogo. (Entrevistado 1 – João. Fortaleza. 13/12/2019).

Em uma outra etapa do diálogo, o Entrevistado 1 – João relatou como ir ao estádio é uma atividade cara, tendo em vista que o torcedor não destina dinheiro apenas para o pagamento do ingresso ou da mensalidade do sócio-torcedor²⁰⁴, mas precisa se preocupar com os gastos com a alimentação; com as bebidas; com o deslocamento até o estádio, seja de ônibus, aplicativo de transporte urbano ou em transporte privado; e, caso vá de transporte privado, com o abastecimento e com o estacionamento. O Entrevistado 1 – João afirma que

[...] ‘Tá’ tão complicado ir para estádio, porque tudo é caro, né? Combustível tá caro; entrada no jogo, para quem não tem sócio, é caro; se você vai comer qualquer coisa lá dentro, você gasta muito dinheiro; e o Ceará também não estava ajudando muito com o futebol. Então, as pessoas ‘tavam’ meio que deixando de ir ao estádio. (Entrevistado 1 – João. Fortaleza. 13/12/2019).

Tendo em vista as formulações de Mascarenhas (2014) e Simões (2017) sobre o aumento dos custos para assistir a uma partida de futebol, sobretudo depois que os Estádios foram remodelados e tornaram-se Arenas, e sobre o afastamento gradual do torcedor do estádio por conta da alta despesa; e levando em consideração os gastos que tivemos ao longo da pesquisa de campo para acompanhar os torcedores em suas atividades no estádio; perguntamos aos torcedores e às torcedoras que entrevistamos quanto costumam gastar por partida e quais são os principais gastos.

Os entrevistados e as entrevistadas nos contaram que seus gastos no estádio são com: alimentação; bebidas; combustível para o veículo; estacionamento; e taxa de deslocamento do aplicativo de transporte. O valor gasto informado por cada um deles variou,

²⁰⁴ De acordo com a página Sócio Vozão, página oficial dos planos de sócio-torcedor do Ceará Sporting Club, o sócio-torcedor é um plano que garante aos torcedores que contribuem mensalmente o acesso livre ao estádio em jogos que o clube for o mandante. Destacamos que cada modalidade garante acesso livre a setores específicos do Estádio Castelão e do Estádio Presidente Vargas. Desta forma, os locais que cada Sócio deve ocupar são definidos a partir do valor pago por este torcedor. Atualmente, o Ceará Sporting Club oferta três categorias de planos com acesso livre ao estádio: Vovô de Ouro, custando R\$ 120 mensais; O Mais Querido, a R\$ 75 mensais; e o Campeão da Popularidade, a R\$ 50 mensais. E oferta duas categorias de planos que garantem acesso restrito ao estádio, portanto, dependem de recarga e compra de ingresso: Time do Povo, custando R\$ 14 mensais; e Consulado Alvinegro, a R\$ 16 mensais. Destacamos que o Sócio Vozão e seus cinco planos de sócio-torcedor foram lançados em fevereiro de 2020. FONTE: CEARÁ SPORTING CLUB. SÓCIO VOZÃO. Seja Sócio – Sócio Vozão: o melhor e mais democrático programa de sócio-torcedor do Brasil. **Ceará Sporting Club**, Fortaleza. Planos. Disponível em: <https://sociovoza.com/Planos>. Acesso: 20 abr. 2020.

mas, ao calcular a média entre os oito entrevistados, chegamos ao valor médio de R\$ 45 por jogo. Também perguntamos aos torcedores e às torcedoras com que frequência eles vão ao estádio e a resposta foi unânime: para todos os jogos. Apenas três torcedores mencionaram que, eventualmente, faltam a uma partida por questões de trabalho. Tendo em vista que, em média, o Ceará Sporting Club disputa quatro jogos por mês como mandante, é possível afirmar que, mensalmente, os torcedores que entrevistamos gastam no estádio R\$ 180.

Além disso, os oito entrevistados e entrevistadas afirmaram que são sócio-torcedores, sendo dois da modalidade Ouro, dois da modalidade Bronze e quatro da modalidade Torcedor Organizado. Conforme mencionamos anteriormente, o Sócio Vozão e as suas cinco modalidades foram lançadas em fevereiro de 2020. Neste período, nossas entrevistas já haviam sido realizadas, portanto, os torcedores nos informaram suas modalidades de sócio-torcedor antigas. Os valores das modalidades antigas eram outros, por exemplo: o Sócio Ouro custava R\$ 160 por mês; o Sócio Prata, R\$ 92; o Sócio Bronze, R\$ 70; e, o Sócio Torcedor Organizado, R\$ 50²⁰⁵. Desta forma, é possível inferir que, em média, dois torcedores gastavam mensalmente R\$ 340, dois gastavam R\$ 250 e quatro gastavam R\$ 230.

Dito isto, voltemos a falar dos impactos que são sentidos pelos torcedores individualmente. O Entrevistado 2 – Marcos comentou sobre a proibição de entrar no estádio com comidas ou bebidas, sobretudo bebidas alcoólicas. Para ele, esta proibição contribui para que o conjunto de torcedores adie sua entrada no equipamento esportivo. A situação comentada pelo Entrevistado 2 – Marcos foi observada por nós durante a pesquisa de campo e será mencionada em detalhes no próximo tópico. Por ora, destacaremos apenas que parte dos torcedores optam por ocupar as ruas de acesso ao estádios, nas horas que antecedem o início da partida de futebol, para consumir produtos que não são ofertados dentro do estádio, como churrasco, lanches rápidos e bebidas com teor alcoólico acima de 10%; ou que são ofertados por um valor mais baixo.

Contudo, a entrada tardia dos torcedores no estádio impacta nas ações que são realizadas pelas Torcidas Organizadas e pela Equipe de Festa. Isto porque o espetáculo que esses grupos organizam costumam ser exibidos no momento da entrada do time em campo

²⁰⁵ FONTE: CEARÁ SPORTING CLUB. Sócio Vozão: Novo programa divulga comparativo de valores em relação ao anterior: torcedores poderão aderir planos mais baratos com redução de até quase 30% do valor antigo. **Ceará Sporting Club**, Fortaleza, 27 jan. 2020. Atualizado em: 31 mar. 2020. Sócio Vozão. Disponível em: <https://www.cearasc.com//socio-voza0/noticia/socio-voza0-novo-programa-divulga-comparativo-de-v>. Acesso: 20 abr. 2020.

ou nos minutos iniciais da partida, sobretudo se o espetáculo do dia consistir na exibição de um mosaico.

Os mosaicos apresentados nas arquibancadas dos estádios de futebol são baseados na arte decorativa que reúne peças de diversas cores para formar uma grande figura. Para realizar esse efeito visual na arquibancada, as Torcidas Organizadas e as Equipes de Festa escolhem a imagem que será exibida no dia do jogo; projetam o desenho, através de um programa de computador, na arquibancada do Castelão, que já foi previamente mapeada; e, a partir dessa projeção, verificam quais assentos devem ser preenchidos por quais cores para formar a imagem; em seguida, encaminham para a gráfica a imagem a ser projetada para a impressão dos papéis; os papéis com as cores já impressas, são distribuídos por setor, fileira e assento, e fixados no assento correspondente; por fim, em um momento que é combinado com antecedência, todos os torcedores destacam o papel do assento e erguem com as duas mãos para formar o mosaico (Ver Anexo E, foto 06 e 07)²⁰⁶.

Por isso, se a arquibancada estiver esvaziada, o espetáculo será afetado negativamente, visto que, para que o mosaico fique preenchido por completo, a arquibancada precisa estar cheia e os torcedores precisam erguer o papel correspondente ao seu assento. Assim, para o Entrevistado 2 – Marcos, esta proibição não afeta o torcedor apenas individualmente, mas reflete nas ações que são realizadas pelas Torcidas nos minutos iniciais da partida, como mostra o relato a seguir:

[...] Antes tinha uma liberação maior pelo consumo de bebidas alcoólicas. Então, às vezes, com uma hora antes do jogo já ‘tava’ quase lotado, já tinha torcida cantando, já tinha festa mesmo antes da bola rolar. E Hoje, não. Hoje a gente chega no primeiro tempo, as vezes, chega no meio, nos trinta minutos do primeiro tempo e ainda tem gente entrando. Então, existe uma grande diferença aí também por conta do consumo de bebidas. Porque a pessoa deixa pra consumir lá fora e depois entrar. (Entrevistado 2 – Marcos. Fortaleza. 09/01/2020).

Por último, o Entrevistado 6 – Paulo menciona a setorização da arquibancada. De acordo com Silva (2017), a setorização citada por Paulo foi aplicada através do Plano Estadual de Pacificação e Regulamentação das Torcidas Organizadas – PEPRTO, em fevereiro de 2017. O plano pretendia reservar uma área exclusiva para as Torcidas Organizadas dentro do Estádio Castelão e elaborar carteiras de identificação para os componentes das Torcidas Organizadas. Os torcedores passaram a se referir a este plano somente por “Plano de Setorização” porque a sua primeira etapa consistiu em delimitar

²⁰⁶ Caso o leitor queira assistir à exibição do mosaico exibido no dia do Projeto 02/06, 105 anos, sugerimos o vídeo: Torcida Ceará 0 X 1 Santos Festa Mosaico Castelão HD Ceará 105 Anos Aniversário. **Youtube**, 02 jun. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gShXhweMzOY>. Acesso: 23 abr. 2020.

setores específicos para cada grupo de torcedores. Para isso, instalaram grades entre os setores Norte, Central e Sul do Estádio Castelão para evitar que os torcedores transitassem entre eles.

Em Silva (2017), observamos que oito dos onze torcedores que entrevistamos avaliaram negativamente o “Plano de Setorização”, os motivos apontados para o descontentamento foram: incômodo com o fato de não conseguir estar próximo do seu grupo; incômodo por não conseguir permanecer no setor do estádio que comumente ocupa; e desconforto por precisar dividir o setor com grupos de torcedores que realizam ações diferentes das dos integrantes de sua torcida. Os torcedores, por vezes, não conseguiam ocupar seu setor de preferência porque a demanda para o Setor Norte é alta e os ingressos destinados a cada um dos setores passou a ser limitado.

Destacamos que a área exclusiva para as Torcidas Organizadas dentro do Estádio Castelão nunca foi criada, mas as grades que separam os setores Norte, Central e Sul, tanto no pavilhão superior, quanto no inferior, foram mantidas. A partir do comentário do Entrevistado 6 – Paulo, é possível perceber que, mesmo após três anos do início da aplicação do plano, parte dos torcedores continuam descontentes com a setorização e permanecem buscando estratégias para driblar a divisão estabelecida na arquibancada, como mostra o relato a seguir:

[...] devido a esse lance das Arenas, acabou tendo a setorização. Aí com a setorização tem o lance dos ingressos, que aí acaba que muita gente quando é dia de jogo, às vezes, compra ingresso pra um setor e, as vezes, não pode entrar em outro. Aí tem a quebra das barreiras, daquelas grades, aí a galera acaba quebrando, porque os ingressos de um setor é mais barato e do outro é mais caro. E é isso. (Entrevistado 6 – Paulo. Fortaleza. 08/11/2019).

Apenas o Entrevistado 5 – José menciona uma mudança que é sentida pelos torcedores coletivamente, a proibição do uso de materiais pirotécnicos na arquibancada. O torcedor nos conta que

Hoje, a gente tem um órgão, sempre teve, né, o Ministério Público que passou a, digamos que, regularizar certas coisas do material da Torcida. Então, aquilo que a gente costumava usar no Castelão antigo, que era sinalizador, bobinas, a gente não usa mais porque a Arena já não permite. Então, toda a parte de pirotecnia que hoje existe no nosso estado ela é feita por uma empresa na beira do campo, não se faz mais na arquibancada. [...] Quem faz o contato é o presidente da Cearamor [...]. A gente decide junto ali o que é que vai acontecer e ele sempre quer colocar um algo a mais. Ele decide lá e a gente trabalha pra fazer acontecer. (Entrevistado 5 – José. Fortaleza. 25/01/2020).

Destacamos que, de acordo com o Estatuto do Torcedor, o material pirotécnico não pode ser levado e acionado individualmente pelos torcedores. Caso uma das Torcidas

Organizadas ou a Equipe de Festa queira utilizar esse material para compor o espetáculo na arquibancada, elas precisam comunicar e pedir autorização aos órgãos responsáveis e contratar uma equipe especializada para realizar a montagem do equipamento. Por isso, perguntamos ao Entrevistado 5 – José de que forma a solicitação de uso e a fiscalização do material pirotécnico que é instalado dentro do estádio é feita, ele nos respondeu que

[...] Existe toda uma documentação que é exigida tanto pelo Ministério Público, Polícia Militar e o pessoal da administração do Castelão. Essa liberação primeiro ela sai do clube; passa pelos órgãos competentes, que é o Corpo de Bombeiros e Polícia Militar; e vai para administração da Arena Castelão. Só com a aprovação do Corpo de Bombeiros que é liberado. (Entrevistado 5 – José. Fortaleza. 25/01/2020).

Vale destacar que quatro torcedores não mencionaram alterações na dinâmica dos torcedores e das Torcidas decorrentes da realização da Copa do Mundo de 2014. Destes quatro, duas não frequentaram o estádio no período anterior à reforma e dois torcedores afirmaram que não houve alterações. Apesar de ter respondido inicialmente que não houve mudanças para os torcedores e para as Torcidas, em outro momento da entrevista, a Entrevistada 3 – Sara comentou que houve mudanças, mas que o torcedor já se adaptou, como mostra o relato a seguir:

Eu acho... assim, que é questão de adaptação. Acho que afetar diretamente assim, não. Houve mudanças que o torcedor já se adequou diante de tanto tempo já que foi reformado, acho que todo mundo já ‘tá’ adaptado ao que ‘tá’ acontecendo. E, falando de projeto de torcida, a mudança foi muito boa, pelo fato de numeração de cadeira, isso facilita para organizar o projeto. Se bem que hoje tem cadeiras danificadas, tem todo um... problemas... mas isso, eu acho, que ajudou bastante. Antigamente, como é que colava um papel num cimento, né. Pra fazer essa divisão, eu acho que as cadeiras ajudaram bastante. (Entrevistada 3 – Sara. Fortaleza. 11/01/2020).

A Entrevistada 3 – Sara chama nossa atenção para o fato de que a existência de assentos no estádio garante que alguns projetos sejam realizados. No entanto, acreditamos que o movimento ocorre de forma inversa. Não é a existência do assento que garante que projetos de festa com mosaicos ocorram. Os mosaicos passaram a ser uma alternativa de festa após a aplicação dos assentos nas arquibancadas. Além disso, ganharam mais destaque após a proibição do uso de materiais, sobretudo os pirotécnicos, que compunham a festa das Torcidas no período pré-Copa de 2014, uma vez que, por serem de papel, não estão proibidos.

Tendo em vista que a utilização dos mosaicos para compor a festa na arquibancada passou a ser utilizado com mais frequência nas Arenas, perguntamos à Entrevistada 3 – Sara se seria possível realizar um projeto de exibição de mosaico no Estádio Presidente Vargas, visto que ele foi erguido durante o primeiro ciclo de construção dos estádios e, portanto, é um estádio com uma estrutura diferente do Estádio Castelão. A

torcedora nos respondeu que “[...] Sim, dá. Assim, muda um pouquinho da estratégia por causa da arquibancada que é diferente, aquela cadeira é diferente [...] Agora, assim, para as proporções que a galera tá pensando em fazer, o PV fica limitado, mas dá pra fazer sim (Entrevistada 3 – Sara. Fortaleza. 11/01/2020).

Além disso, perguntamos à Entrevistada 3 – Sara se seria possível manter projetos de exibição de mosaico caso os assentos do Setor Norte fossem retirados e se a *Equipe Vai Rolar a Festa*, Equipe de Festa do Ceará Sporting Club e grupo que Sara integra, já debateu o assunto e se possui um entendimento comum. Realizamos esta pergunta porque a retirada das cadeiras é uma demanda antiga das Torcidas Organizadas e a proposta chegou a ser avaliada pela Coordenadoria Especial de Políticas Públicas de Juventude do Governo do Estado do Ceará – COJUV²⁰⁷. Sobre um diálogo interno acerca da retirada das cadeiras, a torcedora nos respondeu que nunca ocorreu. Quanto à viabilidade da realização de projetos da *Equipe*, ela nos disse que

Assim, como se trata de apenas um setor específico, eu acho que dá pra adaptar. Porque ali são pessoas que não ficam sentadas e é o jogo todinho em pé. Às vezes, ficam pessoas em pé na cadeira, em pé no encosto da cadeira e em pé no chão da cadeira. Então, como é uma busca por espaço, eles preferem a retirada, porque eles querem se ocupar ali. Mas, quando a gente fala de organização, é melhor com as cadeiras. Mas eles gostam de ocupar espaço. Quando vocês olha para as laterais dos escanteios, você nota que tem espaço sobrando, tem cadeira. Mas preferem, os meninos da Torcida, ficarem três em uma só do que ir pra uma cadeira mais vaga só que mais longe. (Entrevistada 3 – Sara. Fortaleza. 11/01/2020).

Uma vez que uma das mudanças no Castelão após suas reformas observada pelo Entrevistado 8 – Francisco, integrante da Bateria da TOC, foi a inclusão das cadeiras (debate que realizamos no capítulo anterior), perguntamos a ele se preferia a arquibancada com assentos ou sem assentos. Ele nos respondeu que prefere “[...] sem cadeira. Até pra tocar. Porque na cadeira, a gente fica em cima da cadeira, entendeu? E tem cadeiras que já estão muito... com o tempo... já estão muito danificadas e a gente fica em cima e elas ficam pra frente e é muito ruim. No cimento mesmo é melhor”. Além disso, o torcedor destaca que há interesse por parte do Governo do Estado de fazer a retirada dos assentos, no entanto, comenta que o motivo não é, necessariamente, a demanda dos torcedores, mas uma tentativa de reduzir os prejuízos causados pela quebra das cadeiras pelos torcedores, como mostra o relato a seguir:

²⁰⁷ FONTE: CASTELÃO pode ter setores sem cadeiras. **O Povo**, Fortaleza, 23 jun. 2016. Esportes. Disponível em: <https://www20.opovo.com.br/app/opovo/esportes/2016/06/23/noticiaesportesjornal,3627456/castelao-pode-ter-setores-sem-cadeiras.shtml>. Acesso: 17 fev. 2020.

[...] Certo que já tá com o projeto aí... o Governo do Estado já está com o projeto, e já foi aprovado, de arrancar todas as cadeiras de todas as Torcidas Organizadas... onde a gente fica vai ser arrancando. É mais por questão de... não são muitos torcedores, não vou generalizar... mas alguns torcedores, no calor da partida, quando acaba o jogo, acaba quebrando e danificando o patrimônio; e quem acaba pagando é o clube. Então, a gente tá só esperando já entrar na lei, já foi aprovado, e estamos esperando para que seja que nem no Castelão antigo. (Entrevistado 8 – Francisco. Fortaleza. 17/02/2020).

Destacamos que, nas páginas anteriores, discutimos sobre as liberações que ocorreram após a realização da Copa do Mundo de 2014, como a regulamentação da venda e do consumo de bebidas alcoólicas nos estádios, e mencionamos que o Ceará foi um dos nove estados do país que regulamentou a venda e o consumo nas suas praças esportivas. Tendo em vista que o Projeto de Lei 85/2019 foi debatido e aprovado pela ALCE, sancionado pelo Governador do Estado e posto em prática durante nossa pesquisa de campo, perguntamos aos torcedores e às torcedoras que entrevistamos como eles e elas avaliam a regulamentação da venda e do consumo de bebidas alcoólicas no estádios cearenses.

Os oito torcedores e torcedoras avaliaram positivamente a regulamentação. Além disso, dois torcedores acreditam que a liberação da venda contribuiu para que os torcedores passassem a entrar mais cedo no estádio e, por consequência disto, contribuiu para que os projetos organizados pela Equipe de Festa fossem bem sucedidos; dois consideram que a receita do clube aumentou, já que parte dos valores arrecadados com a venda de bebidas são destinados ao clube; e um crê que é mais seguro para o torcedor beber dentro do estádio, pois a supervisão da Polícia Militar e das câmeras de segurança inibe as pessoas e evita que elas iniciem brigas.

Além de avaliarem positivamente, os entrevistados e entrevistadas destacaram um dos argumentos utilizados por aqueles que defendiam a manutenção da proibição²⁰⁸ para justificar seu posicionamento e, logo em seguida, explicaram porquê não acreditavam que

²⁰⁸ Salientamos que os torcedores não mencionaram quem eram as pessoas que apresentavam argumento para manter a proibição da venda de bebidas nos estádios cearenses. No entanto, é possível que eles estejam fazendo referência aos deputados que votaram contra o PL 85/19 e ao Ministério Público do Estado do Ceará, uma vez que há semelhanças entre os discursos destes deputados e dos indivíduos que integram o MPCE, e os comentários realizados pelos entrevistados e entrevistadas. Sobre os discursos dos deputados que foram contra a PL 85/19, já tecemos comentários nas páginas anteriores, sobretudo no trecho que narramos o dia da votação do Projeto de Lei na ALCE. Quanto ao posicionamento do MPCE, sugerimos a leitura de duas notas emitidas pelo órgão, por meio do Núcleo do Desporto de Defesa do Torcedor – NUDTOR, são elas: Nota 1: **MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO CEARÁ**. MPCE discorda de possível liberação de bebidas alcoólicas em estádios de futebol. **Ministério Público do Estado do Ceará**, Fortaleza, 21 mar. 2019. Disponível em: <http://www.mpce.mp.br/2019/03/21/mpce-discorda-de-possivel-liberacao-de-bebidas-alcoolicas-em-estadios-de-futebol/> Acesso: 22 abr. 2020. Nota 2: **MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO CEARÁ**. MPCE espera veto do Governador para projeto que libera bebidas nos estádios. **Ministério Público do Estado do Ceará**, Fortaleza, 10 maio. 2019. Disponível em: <http://www.mpce.mp.br/2019/05/10/mpce-espera-veto-do-governador-para-projeto-que-libera-bebidas-nos-estadios/>. Acesso: 22 abr. 2020.

esse argumento fosse válido. Assim, sete torcedores comentaram que aqueles que defendiam a manutenção da proibição acreditavam que, ao permitir a venda de bebidas dentro do estádios, os casos de violência aumentariam. Contudo, para os torcedores e torcedoras, a liberação da venda não impactaria diretamente nesses números, uma vez que, mesmo antes da aprovação da PL 85/19, as pessoas costumavam entrar no estádio já sob efeito de álcool, pois o consumiam nos bares localizados nas ruas de acesso ao estádio. Como mostram os relatos a seguir:

Eu acho que foi certa a liberação. Porque eles usavam a proibição alegando que as torcidas entravam bêbadas no estádio e faziam confusão, sendo que no entorno da Arena tem essas bebidas. Então, pra mim, não faz diferença essa bebida tá lá fora ou é dentro do Estádio, entendeu? Acho que a diferença agora é que as pessoas começaram a entrar mais cedo na Arena, porque antes elas ficavam mais tempo lá fora bebendo e deixavam pra entrar bem em cima da hora do jogo. Agora não, como vende lá dentro, eles entram mais cedo no Estádio e começam a beber lá dentro também. Ao meu ver, foi boa a liberação, porque não mudou o que era antes não. (Entrevistado 1 – João. Fortaleza. 13/12/2019).

Assim, como consumidora, como pessoa que bebe, é bom. Mas... e outra, falando de projeto também é bom, porque muitos projetos... a maioria dos projetos são feitos antes do jogo. Aí... acho que mais de 60% bebe, né, e, às vezes, as pessoas não entram no estádio cedo porque estão bebendo lá fora. O fato de poder beber lá dentro pode aproximar essa galera pra entrar mais cedo e poder ajudar na efetivação do projeto. Então, de um modo geral, eu sou super a favor. Acredito que briga... tem torcedor que vai pra brigar, de fato... mas eu acho que a bebida não influencia nessa situação. Bebida é uma coisa que também aproxima, né? Tem gente que “Ah! Vamos sair, vamos beber, vamos beber lá dentro”. Então, é uma coisa que eu avalio de forma positiva. (Entrevistada 3 – Sara. Fortaleza. 11/01/2020).

Positiva. Positiva, sabe por quê? Porque, às vezes, o que você fica fazendo do lado de fora do estádio tem um impacto maior do que o que você faz lá dentro. O cara que tá bebendo cerveja do lado de fora do estádio ele tá mais propenso a arrumar uma briga do que o que tá lá dentro. Porque lá dentro você está sendo supervisionado por várias câmeras, tem a segurança do estádio, tem a Polícia Militar lá dentro. O clube... esse ano o clube mesmo divulgou que já vendeu mais de um milhão de reais em bebidas. Então, isso é positivo. A gente notou que a preocupação maior em torno da liberação era realmente sobre a questão da violência, mas a gente viu que realmente não muda em nada. O cara quer ir beber sua cervejinha e assistir seu futebol. Tem aquele alterado que, às vezes, passa dos limites, mas sempre tem aquele do lado que pode controlar. Mudou positivamente. (Entrevistado 5 – José. Fortaleza. 25/01/2020).

Tendo em vista que comentários sobre o momento pré-jogo foram recorrentes na fala dos torcedores e das torcedoras que entrevistamos, sobretudo no que diz respeito à socialização dos torcedores na área externa do Estádio, à ingestão de bebidas alcoólicas, à entrada tardia no estádio e a como essas ações impactam nas atividades realizadas pelas Torcidas Organizadas e pela Equipe de Festa, no próximo tópico discutiremos sobre como as práticas torcedoras acontecem mesmo antes do início da partida de futebol e como outros espaços, como a rua, podem ser palco das performances torcedoras.

4.2 Os “esquentas” e as “ruas de fogo”: quando o estacionamento e a rua se tornam uma extensão da arquibancada

Para debater as ações realizadas pelos torcedores de futebol em espaços diferentes da arquibancada, como a rua e o estacionamento, utilizaremos as formulações de Almeida e Tracy (2003) na obra *Noites Nômades*, pois estas autoras se dedicaram a debater como os jovens observados por elas davam novos usos e significados aos lugares que frequentavam²⁰⁹. Almeida e Tracy (2003) relatam que, para compreender os grupos de jovens da classe média do Rio de Janeiro e a forma como eles alteraram as dinâmicas do lazer noturno nesta mesma cidade, foi necessário transformar a “noite” em uma “categoria fundamentalmente espacial” (p. 17). Isto foi necessário porque, ao longo do período de realização da pesquisa, as autoras perceberam que a “noite” vivenciada por estes grupos era composta de um circuito que passava por distintos lugares. E que, por vezes, esses lugares, ao serem inseridos no circuito da diversão, eram “[...] redimensionados, tanto em suas funções, quanto em seus significados (ALMEIDA; TRACY, 2003, p.18)”.

Entre os locais redimensionados pelos grupos de jovens cariocas estão os Carros, Postos de Gasolina, as Portas dos lugares, os trechos de ruas etc. Os espaços redimensionados que foram citados poderiam ser compreendidos como não-lugares²¹⁰, de acordo com as formulações de Marc Augé (1994), uma vez que são lugares de passagem e que, a priori, “[...] não criam nem identidade singular nem relação, mas sim solidão e similitude” (AUGÉ, 1994, p.95). No entanto, a presença e as ações realizadas pelos grupos de jovens cariocas deram a esses espaços um sentido de lugar. Desse modo, é possível inferir que “[...] novos lugares têm origem nos não-lugares, conferindo ao primado da interatividade dos jovens o comando inquestionável no novo regime de significação e inteligibilidade dessas áreas (ALMEIDA; TRACY, 2003, p.50)”.

²⁰⁹ Destacamos que a discussão apresentada neste tópico é resultado de um trabalho desenvolvido na disciplina de Antropologia Urbana ministrada pelo Prof. Dr. Martinho Tota, esta disciplina compõe a grade do Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal do Ceará/UFC e da Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira/UNILAB. Originalmente o trabalho foi construído com Clara da Silva Soares, que à época era colega de turma no Mestrado Acadêmico do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal do Ceará/UFC, e tinha como título “Sociabilidades Urbanas: a experiência de *Noites Nômades* e suas possibilidades para pensar o espaço urbano e as afetividades juvenis em Fortaleza/CE”.

²¹⁰ Conforme Augé (1994), os “não-lugares” “[...] são tanto instalações necessárias à circulação acelerada das pessoas e de bens [...] quanto os próprios meios de transporte ou os grandes centros comerciais, ou ainda os campos de trânsito prolongado onde são alojados os refugiados do planeta [...] (p.36)”.

Os carros, veículos comumente utilizados para garantir a locomoção entre locais diferentes, passaram a ser usados como o local em que a *night* acontecia, suas “[...] portas e malas são mantidas abertas para facilitar o acesso aos bancos e propagar o som [...] (ALMEIDA; TRACY, 2003, p.35)”. Na verdade, por vezes, os jovens nem sequer deixavam o carro, permaneciam circulando por diversos trechos da cidade com o intuito de conhecer trechos nunca visitados ou se informar sobre a movimentação das boates e casas de shows, tornando os seus “deslocamentos um fim em si” (ALMEIDA; TRACY, 2003, p.18). Os postos de gasolina, espaços reservados para abastecer veículos automotivos, passaram a ser ocupados como o local da “*pré-night*”, ou seja, era neste espaço que os frequentadores assíduos da *night* carioca “[...] marcavam seus encontros e se preparavam, com o consumo de lanches rápidos e bebidas, antes de partir para a *night* [...] (ALMEIDA; TRACY, 2003, p. 35)”.

As portas, trechos de passagem, passaram a ser ocupadas sistematicamente. Os jovens cariocas as consideravam uma espécie de termômetro que media a qualidade da festa. Se estivessem livres e vazias, a boate ou a casa de show era considerada ruim; se estivessem lotadas e ao lado tivesse uma longa fila de espera, a boate ou a casa de show era considerada muito boa e, por isso, muito procurada. Almeida e Tracy (2003) relatam que os donos das boates e os organizadores dos eventos perceberam essa dinâmica e a capitalizaram, dando início a algumas práticas, uma delas é a demora do atendimento na fila de entrada.

Os exemplos de “não-lugares” que foram ressignificados pelos jovens cariocas citados por Almeida e Tracy (2003) nos fizeram lembrar dos “não-lugares” ressignificados pelos grupos de jovens fortalezenses, sobretudo os jovens torcedores de futebol e os jovens associados à Torcidas Organizadas de Futebol, tais como as ruas do entorno do Estádio Plácido de Aderaldo Castelo – CASTELÃO, e o estacionamento do Centro de Formação Olímpica e Paraolímpica do Ceará – CFOP. Nos dias em que os jogos do Ceará Sporting Club são realizados no Estádio Castelão, é possível observar a ocupação das ruas pelos torcedores e as alterações na dinâmica do bairro²¹¹. Ao percorrer a Avenida Alberto Craveiro ou a Avenida do Contorno, também é possível observar os torcedores comuns e grupos de torcedores organizados sentados nas calçadas, no canteiro central, nos banquinhos das

²¹¹ Os comentários realizados a seguir sobre um dia de jogo no Estádio Castelão e sobre as alterações na dinâmica do Bairro Boa Vista foram construídos a partir das observações realizadas por nós em diversas partidas disputadas pelo Ceará Sporting Club ao longo do Campeonato Cearense 2017, do Campeonato Brasileiro Série B 2017 e do Campeonato Brasileiro Série A 2018.

barracas improvisadas para vender churrasquinhos e bebidas realizando seu *esquenta* particulares.

Além disso, observamos diversas práticas de pessoas que recorrem ao mercado informal em dias de jogos para garantirem a renda, tais como a venda de comidas e bebidas; revenda de ingressos por *cambistas* (a preços mais altos dos que foram vendidos nas bilheterias oficiais); há também os *sacoleiros* oferecendo camisas e bandeiras do time para os transeuntes, utilizando o alambrado do estádio como vitrine de sua loja improvisada; e, há os que transformaram um cômodo da sua casa em estacionamento para motos e carros. Assim, observamos toda uma estrutura de serviços, ainda que informais, organizar-se em torno das demandas imediatas dos torcedores.

Além disto, gostaríamos de destacar a ressignificação dada pelos torcedores do Ceará Sporting Club ao estacionamento do Centro de Formação Olímpica e Paraolímpica – CFOP²¹², equipamento localizado em frente ao Estádio Castelão. Este estacionamento, espaço criado para que os frequentadores do CFOP pudessem deixar os seus carros, em dias de jogos do Ceará, vira palco do evento chamado “Esquenta do Vozão”. Este evento é promovido pelo próprio clube e tem como objetivo promover um show horas antes dos jogos²¹³.

Comumente, o Vovô²¹⁴ (mascote do time) e as Vovozetes (líderes de torcida) participam do evento para animar os torcedores. As bandas ou cantores convidados normalmente são torcedores do Ceará, por isso, montam um repertório composto de músicas

²¹² De acordo com o site da Secretária de Esporte do Governo do Estado do Ceará, o CFOP foi finalizado em 2014 e entregue oficialmente em julho de 2018. Este equipamento “[...] faz parte do mais moderno, tecnológico e inteligente complexo de excelência esportiva do Brasil. A construção tem uma área total de 85.922,12m², abrigando 26 modalidades olímpicas e paraolímpicas. Em sua estrutura, comporta o maior ginásio esportivo do Brasil – o único retrátil, sendo de multiuso com capacidade de público para até 17.100 pessoas sentadas (modo jogo) e 20 mil espectadores (modo evento), bem como camarotes, bares, salão e sala tecnológica para transmissões”. Fonte: CENTRO de Formação Olímpica e Paraolímpica. **Secretaria de Esportes do Governo do Estado Ceará**, Fortaleza. Disponível em: <http://www.esporte.ce.gov.br/index.php/cfo>. Acesso: 29 de novembro de 2018.

²¹³ Os comentários realizados a seguir sobre os “Esquenta do Vozão” foram construídos a partir das observações realizadas por nós nos dias 10 de junho de 2018, dia em que o Ceará Sporting Club disputou a 11ª rodada do Campeonato Brasileiro Série A contra o Sociedade Esportiva Palmeiras.

²¹⁴ “Além das cores preto e branco e do escudo, há um outro elemento que simboliza o Ceará Sporting Club, o mascote Vovô. Para muitos torcedores e pessoas do meio futebolístico, o apelido foi escolhido porque o clube alvinegro é o mais velho do estado do Ceará. Mas há uma outra versão para a escolha do mascote. Conforme a página oficial do Ceará Sporting Club, Aníbal Câmara Bonfim, um dos fundadores do América Futebol Club, conta que os meninos alvirrubros costumavam treinar no campo do Ceará. Nesta época, o presidente do Ceará, Meton de Alencar Pinto, de forma alegre, começou a tratá-los de “meus netinhos”. Ao encontrar com os garotos do América no campo alvinegro, Meton saía sempre com a mesma brincadeira: “Vamos, meus netinhos, vamos aprender bem para açoitar o Fortaleza. Mas respeitem o Vovô aqui” (SILVA, 2017, p. 81-82).

que estão fazendo sucesso na atualidade, sobretudo música de forró, sertanejo universitário, axé e funk, e hinos, gritos de guerra e músicas entoadas pelas Torcidas Organizadas do time. Acreditamos que o ato de entoar os cânticos de amor ao clube contribuem para envolver os participantes da festa no clima do jogo e para aumentar a excitação pela partida que está prestes a começar. Assim, é possível afirmar que um local que antes era marcado pela transitoriedade, passa a ser ponto de encontro e socialização de torcedores. (Ver Anexo F, fotos 15 e 16).

Ademais, temos o evento chamado *Rua de Fogo*²¹⁵. A *Rua de Fogo* é uma atividade realizada por Torcidas do país inteiro, no entanto, pode ganhar um nome diferente dependendo da cidade em que é realizada ou de qual Torcida a está executando. Esta atividade não ocorre em todas as partidas, normalmente é agendada para dias de jogos de grande importância dos clubes. Funciona da seguinte forma: um enorme número de torcedores, filiados ou não às Organizadas, se reúnem em uma rua específica do entorno do Estádio (Ver Anexo F, fotos 17 e 18). Normalmente a rua que desemboca no estacionamento, para receber a delegação do clube e mostrar apoio. Para isso, os torcedores montam uma espécie de cordão de isolamento nas laterais da rua e, na medida em que o ônibus da delegação vai se aproximando, cantam o hino e demais gritos de guerra, tocam bateria, estendem as bandeiras e, por último, acendem fogos de artifício e sinalizadores, como mostra o relato extraído dos nossos diários de campo a seguir:

[...] Todos estavam com os braços estendidos para cima, uns portando fogos de artifício e sinalizadores, outros mirando suas câmeras a fim de capturar as melhores imagens. O ônibus da delegação despontou na Av. Alberto Craveiro, houve uma explosão de palmas e de fogos de artifício. A fumaça e a luz verde que estava irradiando dos sinalizadores, que escondiam até mesmo o ônibus, não foi suficiente para camuflar a felicidade e a emoção estampada nos rostos dos torcedores presentes. O espaço que antes cheirava a churrasco e cerveja, agora estava tomado pelo aroma da pólvora. Os gritos de incentivo começaram com “*A torcida já pediu/dessa vez não tem perdão/Volta, Vozão, pra primeira divisão*” e “*Ôôô ôôô, Eu acredito!*”. Na medida em que o ônibus avançava na Av. do Contorno e se aproximava de outros trechos que estavam sendo ocupados por outros grupos de torcedores, foi possível notar que músicas diferentes estavam sendo entoadas, no entanto, uma se destacava: “*Ceará, sempre vou te amar/Eu te prometo, nunca abandonar/Dá-lhe, dá-lhe, dá-lhe, Alvinegro/Dá-lhe, dá-lhe ô/Vamos com raça, pelo meu Vovô*”. (Diário de Campo 5. Fortaleza. 02/06/2017).²¹⁶

²¹⁵ Os comentários realizados a seguir sobre a realização da “Rua de Fogo” foram elaborados a partir das observações realizadas por nós no dia 02 de junho de 2017, dia em que o Ceará Sporting Club disputou a 4ª rodada do Campeonato Brasileiro Série B 2017 contra o Londrina Esporte Clube; e, no dia 22 de novembro de 2018, dia em que o Ceará Sporting Club disputou a 36ª rodada do Campeonato Brasileiro Série A 2018 contra o Paraná Clube.

²¹⁶ Caso o leitor queira assistir à realização de um evento Rua de Fogo, sugerimos as imagens aéreas produzidas pelo canal Esporte Interativo da recepção da equipe do Ceará na final da Copa do Nordeste 2015. Segue o vídeo: Rua de fogo Ceará 2 a 1 Bahia. **Youtube**, 15 maio 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=P5LQ1Zwo208>. Acesso: 23 abr. 2020.

Desse modo, é possível perceber que, à semelhança dos jovens nômades cariocas apresentados a nós por Almeida e Tracy (2003), os torcedores comuns e organizados do Ceará Sporting Club ressignificam espaços que originalmente eram marcados pela transitoriedade, ausência de identidade e relações de sociabilidade. A rua e o estacionamento passam a abrigar práticas diferenciadas e indivíduos que possuem uma identidade em comum, isto é, o amor por seu clube de futebol, e estabelecem relações com os demais indivíduos presentes, uma vez que cantam e coreografam juntos. Assim, a rua e o estacionamento se tornam palco dos “esquentas” e “ruas de fogo” e se transformam em uma extensão da arquibancada. Acreditamos que a Rua se torna uma extensão da arquibancada não só pela proximidade com o equipamento esportivo, mas porque, na Rua, o torcedor pode realizar aquilo que faz parte das práticas torcedoras, mas que, por ora, está proibido dentro do Estádio, como o uso de materiais pirotécnicos e o consumo de diversos tipos de bebidas alcoólicas.

No mais, acreditamos que não é a estrutura dos espaços citados que, necessariamente, atraem os torcedores, mas sim as práticas que são realizadas lá em conjunto com os demais torcedores. Por isso, concordamos com Agier (2011) quando ele diz que “[...] não é a memória urbanística que faz gostar-se desses lugares simbólicos, mas sim a memória ritual da qual foram e são o apoio [...] e que é justamente nesses momentos que [...] a cidade existe e vibra [...] (p. 182)”. Dito isto, no próximo tópico falaremos da experiência da Equipe Vai Rolar a Festa e da Bateria da Torcida Organizada Cearamor e discorreremos sobre o processo de preparação e execução das festas na arquibancada em dias de jogos do Ceará Sporting Club.

4.3 O espetáculo alvinegro nas arquibancadas: as ações da Equipe de Bateria da Di Torcida Organizada Cearamor e os projetos da Equipe Vai Rolar a Festa

4.3.1 Equipe de Bateria da TOC: o coração da torcida alvinegra

“Sou da Torcida que nunca se apavora. Invadimos os estádios pelo meu Vozão. A TOC é foda, ela sempre incomoda, onde chega ela mostra o que é disposição. O Estádio agita ao som da bateria, quem viu

jamais esquece. Mesmo se o Vozão não estiver bem lá no campo, nós estremece”²¹⁷.

De acordo com Moura (1996) e com a matéria publicada no Jornal Diário do Nordeste, em 05 de junho de 2004²¹⁸, a primeira Torcida Organizada do futebol cearense foi a Dragão Alvinegro. O grupo foi criado em 1970 e sua diretoria era formada por Barros dos Santos, Manoel Preto e Branco e José Alberto Queirós. Essa Torcida Organizada possuía uma forte relação com os demais torcedores do Ceará, uma vez que possuía um programa de rádio para debater conteúdo esportivo.

O programa, também chamado *Dragão Alvinegro*, ia ao ar de segunda a sábado, pela Rádio Assunção Cearense. Segundo Moura (1996), José Alberto iniciava o programa com a chamada “[...] São 20 horas em Fortaleza. Alô, alô, torcida cearense... está no ar mais um programa do ‘Dragão Alvinegro’ (p.51)”. Essa chamada ficou gravada na memória do torcedor alvinegro que acompanhava o time naquela década. Além disso, a equipe esportiva da Rádio Assunção também era comandada pelos locutores Paulino Rocha e Gomes Farias, sendo este bastante conhecido e admirado pela torcida alvinegra.

Ainda na década de 1970, uma outra Torcida Organizada surge: a Movimento de Renovação Alvinegra – MORENA. A MORENA tinha como integrantes Eutímio Moreira, Walter Filgueiras, Tia Roma, João Vilney e alguns colaboradores. Apesar da atuação dessas duas torcidas nos estádios da capital cearense e da expressividade numérica da torcida do Ceará Sporting Club, a matéria supracitada aponta que “[...] sempre se questionou que o torcedor do Ceará, apesar de apaixonado, não era de vibrar demasiadamente durante o jogo – a não ser no momento do gol [...]”. De acordo com a publicação, essa questão só foi solucionada com a criação da Cearamor.

De acordo com Silva (2017), a Torcida Organizada Cearamor – TOC foi fundada em 26 de outubro de 1982. A proposta de criação da torcida partiu de um grupo de amigos que costumavam ir juntos aos jogos do Ceará Sporting Club. Esse grupo de amigos possuía o hábito de levar fogos de artifício, bandeiras e instrumentos para os estádios e elaborar gritos

²¹⁷ Trecho da música “Vamos, vamos, alvinegro”, paródia da música “Mulher de fases” que tem como intérprete a banda Raimundos. Fonte: **Youtube**, 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ioWbDzHeu8g&list=RDKFqQwYU-R9E&index=2>. Acesso: 05 maio. 2020.

²¹⁸ UMA torcida gigante e apaixonada. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 05 jun. 2004. Jogada. Disponível em: <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/jogada/uma-torcida-gigante-e-apaixonada-1.17621>. Acesso: 24 abr. 2020.

de guerra. Inicialmente, a compra destes materiais era realizada pelos próprios integrantes. A matéria publicada pelo Jornal Diário do Nordeste, em 05 de junho de 2004, afirma que “[...] com seus hinos e gritos de incentivo, a Cearamor “incendeia” os estádios e contagia o restante da galera. Seus integrantes fazem a festa já antes do time entrar em campo [...]”. Dessa forma, é possível observar que o surgimento da Cearamor e, por consequência, do uso de materiais e da elaboração de gritos de guerra simbolizou uma alteração no comportamento do torcedor nas arquibancadas cearenses. A TOC tem como mascote um urubu e seu lema é “Vibração, união e poder”. Seus instrumentos musicais permitem que a música cantada por seus integrantes tenha ritmo de funk ou axé.

A autora acrescenta que o crescimento dessa torcida ocorreu de forma paralela ao crescimento do próprio Ceará Sporting Club, durante a década de 1980. Em 1990, a Cearamor passou por reformulações e transformou-se em Grêmio Recreativo; além disso, começou a produzir mais materiais para serem utilizados durante os jogos, como o bandeirão, com o objetivo de se destacar nas arquibancadas dos estádios. Segundo Silva (2002), no início dos anos 2000, a Cearamor já possuía quase três mil torcedores cadastrados e já se constituía como a maior e mais importante agremiação de torcedores organizados do estado do Ceará.

No que se refere aos números atuais de torcedores associados à Cearamor, não encontramos registros na página oficial da torcida. No entanto, de acordo com um dos entrevistados de Silva (2017), contabiliza-se que a Cearamor tenha aproximadamente quinze mil associados. Além disso, estima-se que a Organizadora esteja presente em cerca de setenta bairros de Fortaleza; em algumas cidades da Região Metropolitana de Fortaleza e do interior do Ceará e que possua extensões da torcida em cidades localizadas em outros estados do país. Essas extensões foram criadas por cearenses integrantes da Torcida Organizadora que mudaram de cidade (por motivos pessoais), mas que possuíam o interesse de atuar como torcedor organizado, mesmo longe de sua cidade de origem.

Durante o período em que realizamos nossa pesquisa de campo durante os jogos do Ceará, foi possível perceber que a Torcida Organizadora Cearamor – TOC ainda é uma das principais responsáveis pela festa realizada nas arquibancadas dos estádios cearenses em dias de jogos do time alvinegro. Ressaltamos que, ao afirmar isso, não queremos declarar que as demais Torcidas Organizadas alvinegras²¹⁹ não realizem ações para incentivar o clube e

²¹⁹ Conforme mencionamos anteriormente, um dos elementos que compõem a performance das Torcidas Organizadas são as faixas. Este material costuma ser exibido na arquibancada, porque oferece ao torcedor organizado a oportunidade de revelar sua identificação com o grupo e funciona como endereços na demarcação

motivar os demais torcedores. Contudo, acreditamos que a maioria dos torcedores do alvinegro cearense, sobretudo os *torcedores comuns*, têm a TOC como referência, especialmente a Equipe de Bateria da TOC. A partir das nossas observações durante a pesquisa de campo, foi possível perceber o quanto a presença da Equipe de Bateria da TOC é marcante, o quanto as suas ações movimentam os demais torcedores e como a arquibancada fica silenciosa ou perde parte do vigor quando ela não está presente.

Concordamos com Silva (2017), quando ela afirma que as Torcidas Organizadas – ainda que possuam semelhanças, sobretudo quanto à estrutura organizacional e quanto aos elementos que motivaram a fundação – desenvolvem performances específicas nas arquibancadas dos estádios e buscam se diferenciar umas das outras justamente por meio da performance. A busca por distinção ocorre não apenas quando as Organizadas estão vinculadas a clubes de futebol diferentes e, portanto, são rivais, mas também entre grupos que declaram fidelidade ao mesmo clube. Observamos, entretanto, que há momentos – durante uma partida de futebol – em que algumas Torcidas suspendem temporariamente as ações que compõem sua performance e aderem à performance de um outro grupo, ou utilizam uma ação que compõe a *performance do torcedor*.

Dessa forma, acreditamos que é no momento em que as demais Torcidas Organizadas e agremiações de torcedores do Ceará Sporting Club suspendem, ainda que temporariamente, sua performance para realizarem uma performance comum com os demais torcedores, que a presença da Equipe de Bateria da TOC se revela ainda mais marcante. Isso ocorre porque é a Bateria da TOC que coordena ou direciona as ações que serão executadas pelo conjunto de torcedores, por meio do som produzido pelos seus instrumentos musicais, como mostra o relato a seguir:

[...] Diferente dos demais jogos que acompanhei durante esse ano, a arquibancada estava bastante agitada, os torcedores cantavam o tempo todo. Bastava que a disputa em campo esfriasse um pouco para ouvir uma leva de torcedores que ansiavam por um gol gritar “queremos raça, do time todo”. [...] Basta que a TOC esboce algumas batidas de uma música para que os demais torcedores a acompanhe. Na verdade, o respaldo da TOC não é apenas com os torcedores comuns, mas também com outras Torcidas Organizadas. Mesmo aquelas que possuem características mais peculiares e suas próprias músicas e coreografias entendem que há momentos durante o jogo que a torcida precisa mostrar unidade

e delimitação de territórios nas arquibancadas nos dias de jogos. Desta forma, a exibição de faixas no Estádio Castelão e no Estádio Presidente Vargas, assim como o monitoramento de perfis nas redes sociais, contribuíram para que realizássemos um mapeamento das Torcidas Organizadas, Equipe de Festa, Movimentos e Grupos de Torcedores vinculados ao Ceará Sporting Club. Ao todo, há 19 grupos, são eles: Alfa Alvinegros, Amigos Alvinegros, Camisa 14, Cangaceiros Alvinegros, Ceará Cana, Ceará Chopp, Ceará Gospel, Ceará Surf, Cearamigos, Cervejeiros Alvinegros, Fúria Jovem, Jovens Alvinegros, Movimento Organizado Força Independente – MOFI, Movimento Setor Alvinegro, Torcedoras Raiz, Torcida Organizada Cearamor, Vovô da Serra, Vozão Antifascista e Vozão Pride.

(como por exemplo: na comemoração de um gol, para despertar os torcedores de sua apatia em campo, para reclamar da arbitragem, etc.), por isso, interrompem sua performance a fim de fazer coro com a TOC. (Diário de Campo 4. Fortaleza. 03/05/2017).

Além disso, acreditamos que a arquibancada fica silenciosa ou perde parte do vigor quando a TOC não está presente. Isso pode ocorrer em duas ocasiões: 1 – quando a Equipe de Bateria ingressa na arquibancada após o início da partida ou 2 – quando ela é proibida de ir ao estádio portando os instrumentos musicais, por estar cumprindo suspensão. A primeira situação gera estranhamento porque, comumente, a Bateria entra no estádio com minutos de antecedência, a fim de garantir que todos os seus componentes se acomodem uns próximos aos outros, para organizar todo o material que será utilizado durante a partida e para começar a festa antes mesmo de os jogadores entrarem em campo²²⁰.

Contudo, durante um dos jogos realizados pelo Ceará que acompanhamos ao longo da pesquisa, percebemos que a partida se iniciou sem que os jogadores fossem recepcionados em campo e sem que a torcida entoasse cânticos. Por motivos que desconhecemos, a Equipe de Bateria iniciou suas atividades com atraso. Desta forma, as arquibancadas do Estádio Castelão foram tomadas por um silêncio irreconhecível, como mostra um dos nossos diários de campo:

[...] A arquibancada estava muito silenciosa, afora as músicas de ritmos aleatórios que estavam sendo emitidas das caixas de som da Arena. Foi uma sensação estranha, pois na maioria das vezes em que assisti a uma partida a casa estava cheia, a arquibancada fervilhava, tremia, sacudia, enfim, proporcionava um turbilhão de emoções. E o que eu estava vendo naquele momento era exatamente o oposto. Não havia torcedores em pé tremulando suas bandeiras e gritando os cânticos de incentivo ao time; não havia nenhum grupo de torcedor gritando “Ceará, vem aqui!”, ação comumente realizada pela Cearamor, que funciona como uma intimação da torcida ao time para que ele se aproxime da arquibancada e faça uma espécie de reverência; e não havia nenhum torcedor cantando em coro o nome dos jogadores com a intenção de lhes desejar boas vibrações. O que havia era uma arquibancada apática, que, apesar de estar portando os instrumentos musicais, se contentou em se sentar e esperar que a partida iniciasse embalada por um total desânimo. Minutos se seguiram, mais silêncio. Até que ouvimos um som que se propagava com uma força enorme por todos os setores, era um conjunto de baterias que tentavam com todas as suas forças dar vida ao local. Eu até já conseguia sentir o tremor das arquibancadas se aproximando, pois as batidas do coração estavam acompanhando aquele ritmo. (Diário de Campo 2. Fortaleza. 01/02/2017).

Tendo em vista as observações mencionadas acima, perguntamos à torcedora e aos torcedores componentes da Equipe de Bateria da Torcida Organizada Cearamor – TOC

²²⁰ Caso o leitor queira assistir ao momento em que a Equipe de Bateria da TOC se reúne na arquibancada e inicia o “aquecimento” nos minutos que antecedem o início da partida, sugerimos o vídeo: Torcida Cearamor – Bateria nota mil! **Youtube**, 14 mar. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GJ0r6hQRGpk&t=15s>. Acesso: 05 maio. 2020.

que entrevistamos qual é a função de uma Equipe de Bateria em dia de jogo. Dos três componentes que entrevistamos, um considera que a principal função da Equipe de Bateria é não deixar o estádio morrer; um declarou que a Bateria não pode deixar o restante da torcida desmotivar e dois torcedores se referiram à Bateria como sendo o coração da torcida, como mostram os relatos a seguir:

Não deixar o estádio morrer. Não deixar o estádio morrer no sentido que eu digo de que geralmente tem hora que a galera para de cantar ou que às vezes o time tá perdendo, aí a galera fica desmotivada às vezes. Aí a gente tem o papel de não deixar a galera desmotivar. Aí a gente começa a tocar, a gente fica tocando, a gente fica cantando também. Aí às vezes a galera quando vê que a gente tá tocando e cantando, o pessoal começa a cantar também. Às vezes a gente mesmo vê alguém calado e tal, aí gente “Ei, canta aí e tal”, ver alguém começar a cantar aí a gente pede pra galera levantar. (Entrevistado 6 – Paulo. Fortaleza. 08/11/2019).

Pra mim, a bateria é o coração da Torcida. Eu acho que teve uns jogos que não podia entrar, ‘tava’ proibido o material, e fica muito morta a arquibancada. É totalmente diferente sem a bateria. Pra mim, a bateria é o coração da Torcida. (Entrevistada 7 – Vitória. Fortaleza. 14/02/2020).

O papel da Bateria na arquibancada é o seguinte: a gente costuma falar que a bateria na torcida, ela é o coração da torcida. Acho que, sem a bateria no estádio, fica aquele meio vazio. As músicas, a galera já não canta como quando a bateria está. Quando a bateria tá ausente, entendeu? Tipo assim, o jogo pode rolar sem faixas e sem bandeiras, mas sem bateria é meio que... fica aquele meio vazio. Como eu falei no começo, a bateria ela é o coração da torcida, entendeu? É a gente que dita; é a gente que... quando toca uma música é a gente que bate ali e a pessoa já ver a bateria tocando e já é aquela animação, entendeu? É isso, é o coração da torcida a bateria. (Entrevistado 8 – Francisco. Fortaleza. 17/02/2020).

Os três componentes consideram a Equipe de Bateria um elemento essencial para as torcidas. Isso fica claro quando dois dos torcedores associam o grupo a um órgão vital do corpo humano. Para eles, a torcida é o corpo e a Bateria é o coração. Ao estudarmos biologia básica, aprendemos que a principal função de um coração é bombear sangue oxigenado pelos pulmões para todo o corpo, através das artérias, e direcionar o sangue desoxigenado, através das veias, para o pulmão. Se observarmos a próxima fala do Entrevistado 6 – Paulo, veremos que, ainda que ele não tenha associado a Bateria a um coração, ele descreve o processo de “bombeamento do sangue” na torcida, ao narrar como os torcedores presentes no estádio começam a cantar depois que a bateria inicia a batucada ou depois que os bateristas pedem.

Emoção. Emoção e que faça a galera vibrar. Que faça a galera ficar como a gente fica. Que, às vezes, quando a gente começa a tocar e o estádio todo mundo vai cantando aos poucos... porque, geralmente... geralmente, não, a gente que puxa as músicas. O puxador puxa as músicas e a gente toca, dá ritmo, a gente começa a cantar também. Parte dali, da torcida organizada, da bateria para o resto do estádio. Aí quando a gente vê todo o estádio cantando algo que partiu da gente, a galera fica toda arrepiada. A gente também olha assim, “Caralho! O estádio todo cantando”. E é o que a gente quer que provoque nas pessoas também, a gente quer que a galera fique emocionada mesmo. (Entrevistado 6 – Paulo. Fortaleza. 08/11/2019).

Além disso, o Entrevistado 8 – Francisco destaca que, entre todos os elementos que compõem a performance de uma Torcida Organizada, os instrumentos musicais são os mais relevantes, uma vez que a ausência de faixas e bandeiras, por exemplo, causa interferência apenas visual; já a ausência da bateria causa interferência nas ações que serão realizadas pelo conjunto de torcedores presentes na partida. Considerando a menção feita pelo Entrevistado 8 – Francisco sobre os impactos causados na torcida pela ausência da Equipe de Bateria, perguntamos aos nossos entrevistados se eles já foram a algum jogo no qual a bateria estava proibida de tocar e, se sim, qual foi a sensação de estar no estádio e não poder tocar; perguntamos ainda de que forma os demais torcedores presentes no estádio se comportaram diante dessa ausência. Eles nos responderam o seguinte:

Uma sensação péssima, né? Isso aí acontece tanto nos jogos daqui quanto em alguns jogos de fora. Mas os daqui sempre foram mais frequentes, porque as vezes a torcida tá punida. Não é a mesma coisa, não é a mesma coisa. O estádio sem bateria não é a mesma coisa. Mesmo que a gente leve as músicas na voz, na palma, a gente não deixa parar, mas a gente sente uma diferença grande, uma coisa sem peso. O jogo sem bateria é... a torcida fica fraca. Não é que a torcida seja fraca, mas é que ela fica enfraquecida. (Entrevistado 6 – Paulo. Fortaleza. 08/11/2019).

Quando a gente tá impedido de tocar, como quando você falou, contra o Fluminense, já chega pra nós "Ó, a bateria hoje não vai entrar, os materiais não vão entrar". A gente, mesmo assim vai para o jogo porque a gente gosta do time, gosta de acompanhar o time, mas é aquele vazio. Não é aquela mesma coisa, aquela alegria, aquela resenha que tem. Não é a mesma alegria. É um vazio que fica. (Entrevistado 8 – Francisco. Fortaleza. 17/02/2020).

Considerando que – como mencionamos nas páginas anteriores – a Bateria entra no estádio com minutos de antecedência, a fim de garantir que todos os seus componentes se acomodem e organizem todo o material que será utilizado durante a partida, pedimos aos torcedores que falassem sobre a rotina do grupo e sobre a preparação para um jogo. Paulo, Vitória e Francisco nos contaram que, atualmente, há 25 integrantes na Equipe de Bateria da Cearamor; destes 25, somente uma componente é mulher. Apesar de os 25 poderem tocar ao mesmo tempo, em média, apenas 15 tocam em um jogo. Contaram ainda que há três etapas no processo de preparação da Equipe. A primeira etapa ocorre nas semanas ou nos dias que antecedem a uma partida de futebol, por meio das reuniões do grupo e dos ensaios, como mostra o relato a seguir:

A gente sempre se organiza por grupo, na verdade. [...] a gente tem os grupos que a gente se articula e tal, aí a gente marca, às vezes, algumas reuniões, quando necessário. Mas, hoje em dia, a gente só marca reunião mesmo quando precisa, a gente marca mais ensaio diretamente mesmo. Aí, no ensaio, a gente já vê quem vai pro ensaio, a gente vê quem vai chegar pro jogo, a gente pergunta, a gente faz uma lista. Sempre tem uma lista do jogo. O diretor faz uma lista e passa pra gente, pergunta quem vai poder ir, quem não vai e é isso. A gente separa os instrumentos,

faz a afinação nos ensaios mesmo, separa quantas pessoas, faz a lista de quem vai e quem não vai, separa o número de instrumentos correto. E tem a ata né, que tem que passar pra polícia, a ata com os instrumentos e tal, com os materiais, com tudo. Aí a gente faz a separação e deixa o material separado, aí quem se encarrega de levar o material para o estádio é a Organização. A Organização é quem leva, eles levam as faixas, as bandeiras, a bateria. Tem o caminhão né, que é para os materiais, leva bateria, bandeira, faixa e tudo. Mas quem é encarregado mesmo de levar é eles. Aí, no estádio, quem pega pra levar pra dentro do estádio é a gente. (Entrevistado 6 – Paulo. Fortaleza. 08/11/2019).

A segunda etapa de organização da equipe ocorre nas horas que antecedem a partida. Segundo os torcedores e a torcedora, alguns dos componentes se dirigem à sede da Torcida Organizada para separar o material que será utilizado no dia e para checar a lista de componentes que estarão presentes no jogo, quais tocarão e quais instrumentos cada um tocará. Em seguida, o instrumentos musicais são depositados no caminhão fretado pelo Presidente da Torcida, para levar todo o material da Organizada, como faixas e bandeirões, para o estádio.

A terceira etapa ocorre com a chegada dos componentes ao estádio. Os integrantes da Equipe de Bateria realizam a seguinte rotina: procuram o Diretor da Equipe de Bateria para comunicar a chegada; caso precisem de ingresso ou o do cartão sócio-torcedor para entrar no estádio, procuram o Presidente da Torcida²²¹; parte do grupo se dirige ao policiais do Batalhão de Policiamento de Eventos para submeter os materiais à revista, enquanto os demais integrantes aguardam a liberação; e, por fim, recolhem os materiais e os levam para a arquibancada.

Destacamos que a apresentação realizada pela Equipe de Bateria, durante o jogo, segue um roteiro pré-determinado, isto é, o repertório do jogo é escolhido previamente pelo Puxador, pela Direção de Bateria e pelos componentes da equipe durante os ensaios. Contudo, ele não é definitivo, visto que o Puxador, que atua na arquibancada como um maestro diante de uma orquestra, pode realizar alterações ao longo da partida, motivadas pela dinâmica do jogo em campo. Durante nossas observações, identificamos dez momentos do jogo que definem quais músicas serão tocadas ou que alteram a lista pré-definida, são eles: quando o time entra em campo; os minutos iniciais da partida; quando o time mostra apatia em campo; quando o time abre o placar; quando o time adversário abre o placar; quando o

²²¹ De acordo com o Entrevistado 6 – Paulo, a TOC se responsabiliza pela entrada de todos os componentes da Equipe de Bateria. Isso significa que ela providencia ingressos ou disponibiliza cartões de sócio-torcedor. No caso dos cartões do sócio-torcedor, ainda que ele esteja registrado no nome do componente, o componente não pode permanecer com o cartão, isto é, ele deve devolvê-lo ao responsável da Torcida ao fim de cada jogo e solicitá-lo temporariamente, caso queira efetuar compra de produtos oficiais com desconto.

time adversário amplia o placar; quando o time alcança o empate; quando o time conquista uma virada; após o término de uma partida, com o time vitorioso, e após o término de uma partida, com o time derrotado²²².

É no momento em que o time entra em campo que a torcida canta músicas que exaltam a história do clube, que destacam o amor que a torcida sente pelo clube e que buscam reforçar a ideia de que ele é superior aos demais times de futebol. Dessa forma, nessa etapa do jogo, a Equipe de Bateria da TOC toca o Hino Oficial do Ceará Sporting Club e as músicas “Muito mais que um vício”²²³ e “Maior do Nordeste”. Destacamos que, por possuírem coreografia própria, as duas últimas músicas ofertam um efeito visual e sensorial para quem está no estádio.

A coreografia de “Maior do Nordeste” é dividida em três momentos. No primeiro, os torcedores erguem os braços, mantêm-nos afastados e juntam as mãos, batendo as duas palmas, ao toque da bateria. No segundo momento, remexem os ombros e dão pulos curtos enquanto cantam a primeira parte da música. Já na terceira etapa da coreografia, os torcedores jogam os braços para cima e pulam no momento em que a estrofe “*Uh! Estremece!*” é cantada. Neste último momento, é possível sentir a vibração da estrutura da arquibancada quando os torcedores retornam do pulo e pisam na estrutura de cimento²²⁴.

Para coreografar “Muito mais que um vício”, os torcedores recuam a mão direita, encostando-a no ombro, para em seguida lançá-la para a frente, como se estivessem arremessando um objeto a cada estrofe da música. Tendo em vista que essa coreografia exige movimentação dos braços e é realizada, geralmente, no início das partidas, é utilizada como marcação para a exibição dos mosaicos. Como veremos nas próximas páginas, ao organizar a exibição de um mosaico, a Equipe Vai Rolar a Festa, equipe de festa do Ceará, emite um comunicado em suas redes sociais, pedindo aos torcedores alvinegros que ergam os papéis depositados nos assentos somente no momento em que esta música começar a ser cantada. Desse modo, o torcedor entende que só poderá exibir seu papel após receber o comando da

²²² As informações foram extraídas especialmente dos Diário de Campo 6. Fortaleza. 10/06/18; Diário de Campo 10. Fortaleza. 30/09/18; Diário de Campo 11. Fortaleza. 11/11/18; Diário de Campo 15. Fortaleza. 16/04/19; Diário de Campo 16. Fortaleza. 10/14/19; e Diário de Campo 17. Fortaleza. 21/04/19.

²²³ A música “Muito mais que um vício” é uma paródia da música “Seven Nation Army” que tem como intérprete a banda The White Stripes.

²²⁴ Caso o leitor queira assistir à coreografia de “Maior do Nordeste”, sugerimos o vídeo: Torcida Cearamor – Uh Estremece, sou a maior do Nordeste (Ceará 3 x 1 Chape). **Youtube**, 03 out. 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PigaMOovPVM>. Acesso: 05 maio. 2020.

Equipe de Bateria. Além disso, a movimentação dos braços dos torcedores a cada estrofe da música causa a impressão visual de que o mosaico está em movimento²²⁵.

Logo após o momento de exaltação ao clube, a Torcida Organizada Cearamor dedica minutos para exaltar a si. Desse modo, é comum que a Equipe de Bateria toque as músicas “A TOC vai agitar” e “A TOC é o poder”. As duas músicas revelam a disposição da Torcida e dos seus integrantes para realizar festa nas arquibancadas e sua superioridade diante de outras Organizadas; além disso, reforçam a ideia de que seus membros são viris e estão dispostos a enfrentar conflitos, como mostram os trechos a seguir:

O funk é o nosso ritmo/Aqui é só os loucos/Torcida organizada que estremece o estádio todo/Alemão meu papo é reto/Sou da maior do nordeste Se tu não acredita, tá maluco, faz o teste. Só moleque pesadão, eita, que torcida massa/A TOC é um galerão, sacode na arquibancada/De agasalho bolado, e boné da Lacoste/Minha beque é Cearamor, no estilo a firma é forte/Moral na capital, isso já foi confirmado/Torcida Cearamor dominando todo o estado/Não importa o que aconteça, falo pra todo mundo/Seja em qualquer lugar, pelo Vozão vale tudo/E praquela torcidinha, vou dizer como é que é/Vou te dar um tá ligado pra deixar de ser mané. Tu só vive se gabando dizendo que é a maior/Que maior porra nenhuma, de vocês não tenho dó/Vou mandar realidade que todo mundo já sabe/A minha Cearamor é a maior dessa cidade/Tenho orgulho de dizer, nosso lema pra você/Vibração e união, se liga e no poder/Porque/É o poder, a TOC é o poder/Quem fechar com os alvinegros, tá tranquilo pode crer/Porque/É o poder, a TOC é o poder/Torcida Cearamor faz os comédia tremer.

Sou Cearamor, alvinegro de coração/Dia a dia, lado a lado, jogo a jogo com o Vozão/Nosso bonde é um sacode, essa torcida é chapa quente/Eu sou Ceará, quero ver bater de frente/No Castelão ou seja em qualquer lugar/Cearamor tá presente pronta pra representar/Não existe barreiras que me façam desistir/Sou da TOC, sou Vozão, Cearamor vai sacudir/Ôôôbaaa/Lalaialaia/O terror vai começar/Lalaialaia/A TOC vai agitar/Lalaialaia Ôô/Torcida Organizada Cearamor/Ô ô ô ôôôôô/Sou da TOC, sou terror/ôôôôôô/Preto e branco, eu sou vovô/Ôôôôô ôô/Torcida Organizada Cearamor/Eu sou da TOC!

É durante os minutos iniciais da partida que a torcida mostra o quanto acredita no time e o quanto espera que o resultado seja positivo. Neste momento, as músicas dão lugar às palavras de ordem. Os torcedores bradam “Vovô”, enfatizando o “ô” nas duas sílabas e batendo palmas, enquanto pronunciam a palavra; além disso, alguns assobiam no intervalo entre um grito e outro; gritam “Ôôô, vai pra cima deles, Vovô!”, enquanto batem palmas, e esbravejam “Queremos raça do time todo”; no intervalo entre uma frase e outra, assim como ao final do grito, os torcedores batem palmas três vezes.

Essas mesmas palavras de ordem são entoadas em partidas nas quais o adversário do dia abre o placar e deixa o alvinegro em desvantagem por alguns minutos. Caso a

²²⁵ Caso o leitor queira assistir à coreografia de “Muito mais que um vício” combinada à exibição de um mosaico, sugerimos o vídeo: Torcida Ceará 0 X 3 Flamengo Festa Mosaico Bandeiras Castelao HD. **Youtube**, 26 ago. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZcIwa9AmrZY>. Acesso: 05 maio. 2020.

desvantagem se mantenha até os minutos finais da partida, mas os jogadores mostrem em campo que ainda há a possibilidade do empate ou da virada, os torcedores cantam “Ôôô-ô-ôô *Eu acredito!*”. Enquanto pronunciam a sequência de “ô”, os torcedores erguem os dois braços para cima e os movimentam da direita para a esquerda, da esquerda para direita, depois jogam os dois braços para a frente ao falar “eu acredito”.

Outro momento que define qual música será puxada pela Equipe de Bateria é o *gol*. Segundo Buford (2010), o gol é “[...] um evento fora do normal. São diversos os obstáculos: a jogada em *impedimento*, o congestionamento na área de *pênalti*, a estreiteza da própria trave, o treinamento do goleiro e da defesa [...] (p.168)”. O momento que antecede ao gol é carregado de tensão. O torcedor observa a jogada ser construída; acompanha com os olhos o jogador carregar pelo campo, aos chutes, a bola; verifica se há outro jogador pronto para receber o passe; quando o segundo jogador recebe a bola com maestria, o torcedor levanta do assento e aguarda o desfecho. Uns levam as mãos às bocas, como se estivessem sufocando um grito; uns levam às mãos à cabeça como se não acreditassem no que estão vendo; outros viram-se e ficam de costas para o campo, como se quisessem se poupar de um sofrimento.

Apesar de os elementos narrados acontecerem rapidamente, para o torcedor, parece uma eternidade. Enquanto os torcedores aguardam o gol, a arquibancada é tomada por alguns segundos de silêncio, contudo, quando a bola finalmente encontra as redes, o que vemos na arquibancada é explosão. Explosão de gritos, aplausos e abraços. E batuques. Após um gol do Ceará, a Equipe de Bateria da TOC explode em batuques e convida a torcida, através dos seus instrumentos, para gritar “*Uh! É Cearamor ô!*”. A torcida atende e grita, enquanto pula e joga os braços para cima. Na sequência, embala a música “*Vai Rolar a Festa*”. A torcida canta “*Vai bateria, pode esculachar/Solta o som da festa para os TUFgay*”²²⁶

²²⁶ De acordo com Sobreira Filho (2018), “[...] no rol dessa gramática simbólica do futebol está fundamentalmente a masculinidade dos torcedores [...] (p. 98). Isto significa que, no processo de construção dos discursos sobre si (sua torcida e seus colegas componentes) e sobre o outro (a torcida rival e os integrantes dela), bem como na elaboração das músicas que são tocadas e cantadas no estádio, os conceitos de disposição, virilidade e garra serão evocados, assim como outras características comumente associadas à identidade masculina. Portanto, no momento em que a rivalidade aflora, uma das estratégias discursivas utilizada pelos torcedores é a de associar o rival à características comumente associadas à identidade feminina ou à características menos viris, como uma forma de desqualificar o outro. Desta forma, o termo empregado com maior frequência para descrever o rival é “gay”. Assim, o termo “TUFgay” é utilizado pelos torcedores do Ceará para identificar torcedores do Fortaleza. O termo é uma junção da sigla da Torcida Uniformizada do Fortaleza – TUF mais a expressão gay. Destacamos que, ainda que as músicas com teor LGBTfóbico façam parte do repertório de músicas entoadas no estádio em dias de jogos do Ceará e sejam cantadas por um número significativo de torcedores, não há um consenso dentro da torcida alvinegra sobre seu uso. Na verdade, há agrupamentos de torcedores que se posicionam de forma contrária ao uso de expressões ou músicas com teor LGBTfóbico e machista, debatem sobre os usos dessas expressões e sobre a possibilidade de reformulação de algumas letras, e se propõe a combater às opressões nas arquibancadas e a aproximar pessoas LGBTQI+ do

chorar/Cearamor, Cearamor, Cearamor/E vai rolar a festa, vai rolar/O povo alvinegro mandou avisar”.

Enquanto gritam “Cearamor”, os torcedores tiram suas camisas e seguram com firmeza na mão direita. Ao cantarem “E vai rolar a festa”, estendem o braço direito para cima e giram as camisas. Vale destacar que, por vezes, somente homens realizam esta coreografia, uma vez que as mulheres não se sentem confortáveis em retirar suas camisas. Desse modo, as torcedoras apenas a cantam e fazem o movimento com o braço; exceto nos casos em que estão portando um outro objeto, como uma bandeira, que possa ser girado. Por fim, salientamos que “Vai Rolar a Festa” também é muito cantada ao final de partidas importantes, sobretudo quando o time conquista um título.

Caso o gol garanta um empate ou uma virada empolgante, a Equipe de Bateria da TOC puxa canções que declaram amor ao clube, como “Eu te prometo nunca abandonar”. Essa música é uma das poucas que não possui coreografia. Apesar disso, sempre que ela era cantada, observávamos a reação dos torcedores à nossa volta. Por isso, percebemos que os torcedores cantavam as frases “*Alvinegro sempre eu vou ser/Estou contigo até eu morrer/Ceará, sempre vou te amar/Eu te prometo nunca abandonar/Dá-lhe, dá-lhe, dá-lhe, alvinegro*” com olhos em direção ao céu ou com a mão no peito, mas sempre com a voz carregada de emoção.

Por fim, independentemente do momento do jogo em que o gol é marcado, na sequência, a Equipe de Bateria puxa a música “Sou alvinegro, sim, senhor”. Esta canção, além de reforçar o amor ao clube e a disposição da torcida para realizar festa na arquibancada, revela o quanto a sociabilidade torcedora também acontece através do consumo de bebidas alcoólicas. A letra diz “*Sou alvinegro, sim, senhor/E bebo todas que vier/ Só pra apoiar meu vovô/Meu único amor*”. “Sou alvinegro, sim, senhor” não é a única música que faz referência ao consumo de bebidas alcoólicas nos estádios. “Minha camisa Alvinegra”²²⁷ também nos lembra de como o beber compõe a performance torcedora ao dizer “*Ceará, estaremos contigo/Tu é minha paixão/Não importa o que digam/Sempre levarei comigo/Minha camisa alvinegra/E a cachaça na mão/O estádio me espera/Vai começar a festa.*

Ceará e dos estádios, como a Vozão Pride, a Vozão Antifascista, as Torcedoras Raiz e o Movimento Setor Alvinegro.

²²⁷ A música “Minha camisa alvinegra” é uma paródia da música “Pelados em Santos” que tem como intérprete a banda Mamonas Assassinas.

Ao longo do diálogo, o Entrevistado 8 – Francisco narra a sequência de músicas que são cantadas nos minutos que antecedem o início da partida, ratificando nossas observações, como mostra o relato a seguir:

É muito do momento do puxador. É ele que tá ali na bancada e é ele que vai decidir que música a gente vai tocar. Como você falou, no começo do jogo, o time tá entrando em campo, tem aquele protocolo, né?, das equipes entrando em campo: tem o hino, a hora do hino nacional, como é protocolo em todo o Brasil, antes das equipes começarem a jogar tem que tocar o hino nacional. Quando acaba o hino nacional a gente já toca o hino do clube. Já canta o hino do clube jogador e jogador, falando os nomes dos jogadores, tipo como um apoio, entendeu? Como eu falei, no decorrer da partida, quando o time tá muito atrás, a gente vai pedindo para o time ir mais pra frente, pro time atacar, pedindo gol, entendeu? É isso. (Entrevistado 8 – Francisco. Fortaleza. 17/02/2020).

De acordo com a Entrevistada 7 – Vitória, cantar no momento do jogo é fundamental para incentivar o time, pois “[...] quando o time tá precisando muito de correr atrás do resultado, acho que, geralmente, a Torcida é o gás pro time correr atrás (Entrevistada 7 – Vitória. Fortaleza. 14/02/2020)”. No entanto, observamos que, assim como há diversos motivos que contribuem para a escolha das músicas que serão tocadas na arquibancada e que elas variam de acordo com a dinâmica do jogo, o conteúdo das músicas cantadas também altera. Por isso, perguntamos aos integrantes da Equipe de Bateria que entrevistamos qual o conteúdo das músicas da TOC que são entoadas nos estádios. Dos três componentes que entrevistamos, dois consideram que as canções são de apoio ao time; um afirma que a maioria das letras tem conteúdo homofóbico; dois afirmam que as músicas incitam a rivalidade e dois comentam que as letras buscam ofender o time rival; como mostram os relatos a seguir:

As letras, geralmente, a grande maioria das letras, tem muito conteúdo homofóbico, mas sempre com aquele lance de incitar a rivalidade. E, hoje em dia, também tá mudando mais pra ter mais um lance de apoiar o time, não tá tendo muito esse lance de rivalidade não, as músicas são mais pra apoiar o time mesmo. (Entrevistado 6 – Paulo. Fortaleza. 08/11/2019).

Acho que vem do espírito da Torcida Organizada, muitas que têm nos clássicos é esculhambando o rival. Mas acho que isso vem do motivo de ser da Torcida Organizada. (Entrevistada 7 – Vitória. Fortaleza. 14/02/2020)

Importante assim pra incentivar os jogadores. Eu acho que o jogadores quando eles entram em campo, que eles estão jogando e olham pra arquibancada e ver a torcida cantando, eu acho que aquilo já é um incentivo maior pra eles, já correm mais. Ali, pra eles, a torcida em si já é um incentivo pra eles. (Entrevistado 8 – Francisco. Fortaleza. 17/02/2020).

Uma vez que os três integrantes da Bateria da TOC destacaram o fato de a Torcida possuir músicas com conteúdos diferentes, perguntamos a eles qual música eles mais gostavam de tocar no momento do jogo e por qual motivo. Um entrevistado citou a “Vai Rolar a Festa”; uma entrevistada declarou preferir a “Eu te prometo nunca abandonar” e um

torcedor citou a “Eu te prometo nunca abandonar” e a “Vivo essa paixão”, mas se referiu a elas por outros nomes.

Vai rolar a festa. Aquela “Vai bateria pode esculachar...”, acho que é a mais massa... Porque é a música como se fosse um chamado pra gente no começo. Porque eles pedem “vai bateria pode esculachar, solta o som da festa que é...”, apesar de que tem uns cantozinhos homofóbicos e tal, mas é bacana, porque tal hora a galera tira a camisa, todo mundo faz o “vai rolar a festa”. Apesar dos apesares... da pra fazer uma mudança. (Entrevistado 6 – Paulo. Fortaleza. 08/11/2019).

A “Dá-lhe, dá-lhe Alvinegro”. [...] É, porque a “Dá-lhe, dá-lhe, Alvinegro”, geralmente, os puxadores puxam ela após o gol, aí o estádio todo canta e é... (Entrevistada 7 – Vitória. Fortaleza. 14/02/2020)

Na minha opinião, eu gosto mais das músicas de incentivo ao clube. Que são as mais bonitas; que são as músicas com refrão; que pegam mais ligeiro; como aquela “Alvinegro”. Aquela da Coca-Cola também que a gente conseguiu fazer uma por cima dela. E, particularmente, a “Alvinegro”, porque quando sai o gol, o puxador toca logo, que a torcida já fica esperando, porque já sabe que é ela que vai ser tocada, que vão cantar. Que é a “Alvinegro”, particularmente, é essa. (Entrevistado 8 – Francisco. Fortaleza. 17/02/2020).

Para explicar qual música é sua preferida, o Entrevistado 6 – Paulo canta um trecho da canção escolhida por ele: “Vai bateria pode esculachar, solta o som da festa que é...”. Destacamos que a continuação da música é: “...Solta o som da festa que é para os TUFgay chorar”. Interessante notar que Paulo interrompe a frase exatamente no momento em que a música apresenta um termo homofóbico. Após a interrupção, o torcedor comenta que a música é interessante e que não deve ser descartada. Contudo, avalia que seria interessante realizar alterações na letra para extrair o conteúdo homofóbico.

Sobre as músicas e mensagens com teor discriminatório, salientamos que elas já eram consideradas infrações contra a ética desportiva mesmo antes da realização da Copa do Mundo. O Código Brasileiro de Justiça Desportiva – CBJD²²⁸, em especial o Art. 243-G, afirma que todo indivíduo que “[...] praticar ato discriminatório, desdenhoso ou ultrajante, relacionado a preconceito em razão de origem étnica, raça, sexo, cor, idade, condição de pessoa idosa ou portadora de deficiência (CBF, 2009)” pode ser punido ou pode gerar punição para seu clube. As punições que podem ser aplicadas individualmente são o pagamento de multa e a proibição de ingressar nas praças esportivas; já as punições que podem ser aplicadas aos clubes são a perda do número de pontos acumulados ao longo de um campeonato, suspensão de partidas e pagamento de multa. Destacamos que a punição

²²⁸ CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL – CBF. **Código Brasileiro de Justiça Desportiva**. Rio de Janeiro: CBF, 2009b. Disponível em: https://conteudo.cbf.com.br/cdn/201507/20150709151309_0.pdf. Acesso: 10 abr. 2020.

individual não é aplicada somente aos torcedores, ela também pode ser direcionada aos atletas, treinadores ou qualquer outro integrante da equipe técnica.

Salientamos que o texto da CBJD que elenca quais ações são consideradas atos discriminatórios não trata da discriminação por conta da orientação sexual ou da identidade de gênero. Foi somente em 2019 que o Supremo Tribunal de Justiça Desportiva – STJD decidiu punir os clubes cujos torcedores entoassem gritos homofóbicos nos estádios. De acordo com Hector Werlang, em matéria publicada no Globo Esporte, no dia 19 de junho de 2019²²⁹, a ação do STJD é reflexo da decisão do Supremo Tribunal Federal – STF de criminalizar a homofobia²³⁰ e de diretrizes da FIFA. As penas que serão aplicadas são as mesmas que o Código Brasileiro de Justiça Desportiva – CBJD prevê para os demais atos discriminatórios.

Cânticos discriminatórios são comuns nos torneios de futebol realizados no país. Em 2019, o Observatório da Discriminação Racial no Futebol apresentou, no seu quinto relatório, informações sobre os casos de preconceito e discriminação no esporte ocorridos em 2018. De acordo com o relatório, em apenas um ano, ocorreram 88 casos discriminatórios. Destes, 80 ocorreram em território nacional e 8 com atletas brasileiros no exterior. Dos 80 casos que ocorreram no Brasil, 71 estão relacionados ao futebol e 09 a outros esportes. Dos 71 casos relacionados ao futebol, 44 ocorrências estão atreladas à discriminação racial; 04 a LGBTfobia; 16 a machismo e 07 a xenofobia. A maior parte dos casos ocorreu dentro dos estádios, no entanto, algumas ofensas ocorreram em outros espaços, como a internet.

É possível que os números relacionados ao machismo e à LGBTfobia em partidas de futebol sejam maiores do que os notificados pelo Observatório da Discriminação Racial no Futebol, uma vez que frases e expressões que reforçam esses dois tipos de discriminação são recorrentes em músicas entoadas semanalmente por torcidas de vários clubes de futebol e em diversas cidades do país. A decisão do Supremo Tribunal de Justiça Desportiva – STJD de punir os clubes cujos torcedores entoassem gritos homofóbicos nos estádios ocorreu em junho de 2019, mas foi somente em agosto de 2019, isto é, dois meses depois, que a primeira

²²⁹ FONTE: WERLANG, Hector. STJD punirá com cantos homofóbicos após Copa América, e presidente avisa: “Futebol não é terra sem lei”. Paulo César Salomão Filho anuncia envio de ofício a clubes, federações e árbitros para alertar novidade. Em caso de condenação, pena pode ser multa ou até perda de pontos. **Globo Esporte**, Salvador, 19 jun. 2019. Ceará. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/tj/futebol/noticia/stjd-punira-cantos-homofobicos-apos-copa-america-e-presidente-avisa-futebol-nao-e-terra-sem-lei.ghtml>. Acesso: 09 abr. 2020.

²³⁰ FONTE: BARIFOUSE, Rafael. STF aprova a criminalização da homofobia. **BBC Brasil**, São Paulo, 13 jun. 2019. Brasil. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-47206924>. Acesso: 09 abr. 2020.

partida foi paralisada pelo *árbitro* para solicitar à torcida interrupção de uma música com teor discriminatório.

Segundo Breiller Pires, em matéria publicada no *El País*, no dia 27 de agosto de 2019²³¹, o jogo entre Vasco e São Paulo, realizado no dia 25 de agosto de 2019 e válido pela 16ª rodada do Campeonato Brasileiro 2019, foi paralisado aos dezenove minutos do segundo tempo pelo árbitro Anderson Daronco, após a torcida do Vasco cantar “time de viado” para a torcida do São Paulo. Pires nos conta que, após serem notificados, Vanderlei Luxemburgo, técnico do Vasco, e os jogadores do clube se dirigiram à torcida e pediram que aquele canto cessasse. Além disso, o sistema de som do Estádio São Januário foi utilizado para reforçar o pedido. Apesar da torcida ter acatado as solicitações, Daronco seguiu a orientação do STJD e registrou o ocorrido na súmula para que o órgão responsável avaliasse posteriormente.

Tendo em vista que a decisão do Supremo Tribunal de Justiça Desportiva – STJD de punir os clubes cujos torcedores entoassem gritos homofóbicos nos estádios impacta diretamente as Equipes de Bateria das Torcidas Organizadas, uma vez que parte das músicas tocadas e cantadas por esses grupos possuem esse teor, perguntamos a dois dos componentes da Bateria da TOC como eles avaliam a decisão. Um se mostrou favorável, pois considera que é uma forma de os torcedores se conscientizarem de que a homofobia é crime e acredita que isso pode servir de incentivo para que os torcedores só cantem músicas de apoio ao clube. Já o outro torcedor se mostrou desfavorável, pois considera que as músicas com esse teor compõe a tradição do futebol e das torcidas. Além disso, avalia que as músicas com teor homofóbico não são uma ofensa aos indivíduos que fazem parte da população LGBTQI+ e que ofendem apenas os torcedores do clube rival. Como mostram os relatos a seguir:

Eu apoio, porque não tem nada a ver ficar com esse lance de homofobia e tal. Porque o futebol é esse lance masculinizado, machista, é esse espaço bem preconceituoso. E eu acho paia também. Mas ao mesmo tempo eu acho massa esse lance do STJD com essas punições, porque só assim pra galera se conscientizar mesmo, só assim pra pelo menos ir deixando essas músicas agressivas e, de certa maneira, de certa maneira não, de conteúdo homofóbico mais de lado e ir pra esse lance de apoiar o time mesmo que é mais massa. (Entrevistado 6 – Paulo. Fortaleza. 08/11/2019).

Acho que, assim, eu como torcedor organizado, como componente, na minha opinião, isso é uma grande besteira. Acho que tem vários outros tipos de evitar a homofobia, entendeu? Já é uma tradição da gente, já é tradição. Há muito tempo a gente já vem... tanto um lado como o outro, a gente se ofende. Mas a gente tá ofendendo ali, tipo, a torcida. Tipo, no caso, a TUF... incitando, a gente não tá ofendendo alguém em si. Acho isso, na minha opinião, uma grande bobagem. Por

²³¹ PIRES, Breiller. Com homofobia não tem jogo: pela primeira vez, uma partida de futebol foi paralisada no Brasil por causa de cânticos homofóbicos. Vasco se desculpa pela atitude de torcedores diante do São Paulo. *El País*, São Paulo, 27 ago. 2019. Esportes. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2019/08/26/deportes/1566852465_773027.html. Acesso: 08 maio. 2020.

mim, eu não... é uma bobagem. (Entrevistado 8 – Francisco. Fortaleza. 17/02/2020).

Também perguntamos se, após a decisão do STJD, a Torcida Organizada da qual fazem parte e, mais especificamente, a Equipe de Bateria havia promovido um debate interno sobre o tema ou se foi avaliada a possibilidade de se retirarem as músicas com teor homofóbico do repertório. O Entrevistado 8 – Francisco nos respondeu que

Foi conversado, foi conversado. Mas é inevitável, porque mesmo que a gente não queira tocar, mas quando chega lá na arquibancada, os torcedores em sim já começam a cantar. Eles mesmos... por eles... cantar e ali já quer que a gente comece a tocar e, se não cantar, eles já caem em cima da gente, entendeu? Então, a gente acaba tocando e eles acabam cantando. (Entrevistado 8 – Francisco. Fortaleza. 17/02/2020).

Dito isso, neste momento, discutiremos a participação feminina na Equipe de Bateria da TOC. Salientamos que, no período em que as entrevistas foram realizadas, a Entrevistada 7 – Vitória era única componente feminina da Bateria, por isso, algumas das perguntas foram direcionadas apenas a ela. A Entrevistada 7 – Vitória nos contou que faz parte da Torcida Organizada Cearamor há quatro anos, contudo, foi somente há um ano que decidiu integrar a Equipe de Bateria. O primeiro contato ocorreu em uma festa do Bonde Feminino²³² da Cearamor, quando anunciaram que uma Equipe de Bateria feminina seria montada. Vitória fez os testes, passou e foi selecionada para tocar. Inicialmente, tocou apenas na equipe feminina; no entanto, tempos depois, foi convidada pelo Diretor de Bateria para compor a equipe responsável por tocar nos jogos profissionais.

Destacamos que, para os componentes, a Equipe de Bateria é uma só. No entanto, a partir das falas dos entrevistados, foi possível perceber que outros núcleos da torcida podem montar suas Baterias, como os comandos de bairro²³³ e o Bonde Feminino. No entanto, as

²³² O Bonde Feminino é ala da Torcida Organizada Cearamor composta apenas por mulheres. Eventualmente, o Bonde Feminino organiza festas na Sede Social da TOC. Nestas festas, apenas as mulheres têm autorização para tocar/fazer apresentação.

²³³ Os comandos, inicialmente, se chamavam Alas. De acordo com Silva (2002), as Alas foram criadas por causa do rápido aumento do número de torcedores cadastrados na Cearamor, “[...] gerando a necessidade de criação das alas, com o objetivo de organizar os torcedores dos bairro, ou seja, cada bairro fundaria uma ou mais alas, dependendo do número de integrantes, já que cada uma dessas subdivisões só poderia comportar, no máximo, trinta participantes [...] (p.84)”. Além disso, o autor aponta que cada Ala possui “[...] uma marca que pode estar associada a diferentes aspectos do cotidiano do grupo. Quais sejam: o nome do bairro onde moram; um nome que caracterize o grupo; um lugar ou um símbolo que identifique o bairro; a localização geográfica na cidade; e, sobretudo, denominação relacionadas a questões e situações sociais do dia-a-dia [...] (p.84)”. Segundo Sobreira Filho (2018), se antes “[...] os sistemas de divisão da Cearamor eram alas ou bairros, hoje a categoria chama-se comando e também região. Os comandos correspondem aos bairros em específico (Comando João XXIII ou Comando Montese, por exemplo), e regiões a partes maiores da cidade, que englobam vários comandos (Região Norte, Região Leste).

Baterias organizadas por estes outros núcleos não são autorizadas a tocar nos jogos oficiais do time profissional do Ceará, assim como não tocam na festa de aniversário da Cearamor²³⁴. Apesar disso, parte dos componentes da Equipe de Bateria oficial, digamos assim, da Cearamor tiveram o primeiro contato com os instrumentos musicais na Bateria do comando de bairro ou do Bonde Feminino, como é o caso dos Entrevistados 7 – Vitória e 8 – Francisco.

Desse modo, salientamos que a Entrevistada 7 – Vitória não é a única componente mulher da Torcida que toca instrumentos musicais, uma vez que o Bonde Feminino está ativo, possui outras componentes e realiza apresentações em suas festas. No entanto, Vitória é a única mulher que integra a Equipe de Bateria que possui autorização e responsabilidade de tocar nos jogos do time profissional do Ceará. Por isso, perguntamos a ela qual é a sensação de ser a única mulher a ocupar esse espaço. Ela nos respondeu: “Normal. Acho assim, pra mim, normal. No começo, foi diferente, porque nunca teve. Eu me senti muito honrada de tá. Mas depois as pessoas foram falando comigo, explicando e hoje é normal”. Além disso, acrescentou que os demais integrantes da equipe a receberam bem e nunca foram machistas com ela, como mostra o relato a seguir:

Não, porque assim, tem vários casos de mulher em Torcida Organizada, que elas fazem alguma coisa que os homens já fazem e aí, só por ela ser o “sexo frágil”²³⁵, elas... o pessoal tem aquele receio, só que eu não acho isso. Tipo, ficaram perguntando... toda vida perguntam pra mim... a menina que era a líder da bateria no bonde feminino, quando eu entrei, ela perguntou se eles me tratavam bem, se eles não eram machistas comigo... e desde que eu entrei até hoje eles me tratam normal. E eu acho isso muito diferente dentro de uma Torcida Organizada. Uma mulher só, participar entre vários homens, e não sofrer nada. (Entrevistada 7 – Vitória. Fortaleza. 14/02/2020).

Por fim, gostaríamos de destacar que a Equipe de Bateria da TOC é reconhecida pelo seu trabalho por outras Torcidas Organizadas do país. Quem comenta sobre o assunto é o Entrevistado 8 – Francisco.

[...] Só dizer que a Bateria da TOC é, hoje, considerada a melhor bateria de torcidas do Brasil. Esse título a gente conseguiu ano passado, 2019, no canal Organizadas do Brasil. E é um título merecedor por conta que a gente tá ali porque a gente gosta, a gente não ganha nada por isso, não ganha dinheiro, ganha apenas o ingresso e uma água assim que termina o primeiro tempo. E não é querendo me achar, mas é porque somos merecedores. E o que me chama mais atenção é que a gente nunca para por ali, a gente tá sempre em busca de querer melhorar, entendeu? Sempre em busca de nos superar, entendeu? Até porque a gente serve de espelho para muitas Torcidas Organizadas. Todo final de ano tem a nossa festa, a festa da Torcida, que a Torcida completa ano e vem torcidas de todo o Brasil, que são chamadas as

²³⁴ Para que o leitor entenda a importância da festa de aniversário da Cearamor para os componentes e as proporções do evento, apresentaremos alguns detalhes da Festa de 37 anos, que ocorreu em 2019. O evento ocorreu no dia 01 de novembro, no estacionamento da Arena Castelão; contou com sete atrações musicais, cantores e bandas com reconhecimento local e nacional e durou cerca de dez horas.

²³⁵ A entrevistada fez o sinal de aspas com as mãos no momento em que proferiu essa palavra.

aliadas. Torcida de São Paulo, do Rio, do Paraná, de todo canto. E ali, a maioria deles, já vem por conta da gente, por conta da bateria. “Olha, a gente já vem pra ver vocês, a gente quer ver porque quer pegar um toque de vocês”. [...] Mas é isso, a gente se sente muito orgulhoso de servir de espelho para as outras torcidas, entendeu? E a gente não para, a gente busca melhorar. Sempre que tá errado, a gente tem melhora ali, que é pra que a gente continue sempre em alto nível e sempre no patamar que é lá em cima, que a gente quer tá. (Entrevistado 8 – Francisco. Fortaleza. 17/02/2020).

Um vez que dialogamos sobre as atividades da Equipe de Bateria da TOC – sobretudo sua função dentro do estádio e a importância dela para o clube e para os demais torcedores – e debatemos sobre o conteúdo e a apresentação das músicas tocadas pela Equipe, no próximo tópico, falaremos da experiência da Equipe Vai Rolar a Festa e discutiremos sobre o processo de preparação, arrecadação de dinheiro, montagem e exibição das festas na arquibancada em dias de jogos do Ceará Sporting Club.

4.3.2 Equipe Vai Rolar a Festa

“Muitas vezes, é a torcida que faz o espetáculo, com suas coreografias e músicas. E essa resistência é importante para frear a ânsia do capital, que transforma os torcedores em consumidores. Pelo menos neste momento, os torcedores sempre serão os protagonistas. (FAVERO, 2009, p.11)”

A Equipe Vai Rolar a Festa foi fundada em novembro de 2018, por três mulheres, com o objetivo de inovar e ampliar as festas realizadas nos estádios em dias de jogos do Ceará Sporting Club. De acordo com o Entrevistado 1 – João, um dos elementos que motivou a criação da Equipe foi a necessidade de apresentar novas formas de se fazer festa na arquibancada e de diversificar os elementos utilizados durante essa festa. A Entrevistada 3 – Sara, uma das fundadoras da Equipe, conta-nos que ela e as duas outras mulheres que idealizaram o projeto, sentiam-se insatisfeitas com aquilo que a torcida do Ceará exibia na arquibancada em dias de jogos e desejavam realizar algo diferente do “padrão de festa”. Sara nos conta que as três idealizadoras do projeto pensaram: “[...] Acho que tá faltando, tá faltando coisa no estádio”. A gente via um pouco de falta de criatividade. A gente, como torcedora comum, a gente ‘tava’ insatisfeita. A gente falou assim “Tá precisando de um pouco mais. O que é que tá faltando?”. [...] (Entrevistada 3 – Sara. Fortaleza. 11/01/2020)”.

A Entrevistada 3 – Sara não nega a existência de festas no período anterior à criação da Equipe. Conforme mencionamos anteriormente, antes da fundação da Equipe Vai

Rolar a Festa, as Torcidas Organizadas do clube, sobretudo a Cearamor, eram as responsáveis pelo espetáculo realizado nas arquibancadas. Contudo, tais festas envolviam um número limitado de pessoas e materiais e, comumente, eram realizadas apenas no setor ocupado pela Torcida responsável, não envolvendo os demais torcedores. Na verdade, o incômodo de Sara era com a falta de inovação, com a escassez de criatividade e com aquilo que ela chama de “padrão de festa”. Para ela, o “padrão de festa” em dias de jogos do Ceará era:

[...] a Cearamor faz na Norte; a MOFI faz ali, dependendo de onde ela esteja, Central e Sul; e, se fizer na Sul, na Central fica só aquelas Torcidas que botam faixa; mas que a gente não vê outra coisa diferente, só vê o padrão: na Norte. Padrão na Norte é bandeirão e 3D tudo na Norte. Tanto é que a primeira coisa que a gente falou: “Não, a primeira coisa que a gente vai fazer diferente é um 3D na Central” [...] A primeira coisa que a gente falou foi assim: “A gente precisa usar mais à Central”. Primeiro, se a gente quer visibilidade na nossa torcida, a Central fica de frente, para as câmeras, para as cabines de TV. Então, pra mim, o que posso resumir é: que, antes do Vai Rolar a Festa, focavam muito no nome da Cearamor e, hoje, a gente já consegue pegar muito da Central e vai se expandir pelo estádio todo. (Entrevistada 3 – Sara. Fortaleza. 11/01/2020).

Dessa forma, é possível perceber que, além da exigência por inovação e criatividade, as idealizadoras da Equipe Vai Rolar a Festa almejavam envolver outros torcedores e outros setores do estádio, além de atrair visibilidade para a torcida. Para isso, procuraram o grupo e o indivíduo que, dentro da torcida alvinegra, até aquele momento, possuíam mais experiência na realização de festas: a Torcida Organizada Cearamor e o seu Presidente. Foi neste momento que Sara, Laura e Marina²³⁶ perceberam que, além de grandes ideias e projetos, as festas exigiam um volume considerável de dinheiro e tempo para a execução, como mostra o relato a seguir:

A gente começou a pensar um monte de ideia, um monte de loucura. Três meninas pensando. Aí a gente foi até a maior Torcida Organizada, até o presidente da maior Organizada do Ceará e fez a proposta de participar, de falar “Ó, a gente quer participar, só que a gente quer um negócio diferente”. Aí ele falou assim “Ó...”, foi quando ele mostrou a realidade, valores, e a gente se assustou. Mas, enfim, a gente iniciou o primeiro projeto. [...] eu tive muito problema no início, porque eu tinha que sair muito da minha sala do trabalho pra fazer ligação, pra fechar negócio, pra falar com fornecedor, então, não dava, tinha que ser pessoas com um pouco mais de tempo. Aí os meninos que ficaram encabeçando depois têm uma cabeça muito boa pra novidades, pra coisas diferentes. Eu fico abismada com tamanha inteligência dos meninos, da inovação e eles estão aí e é melhorando. (Entrevistada 3 – Sara. Fortaleza. 11/01/2020).

Considerando que foram três torcedoras que idealizaram a Equipe Vai Rolar a Festa, perguntamos à Sara qual a importância de ter três mulheres à frente de um projeto

²³⁶ Tendo em vista que entrevistamos apenas duas das três mulheres que participaram da fundação da Equipe Vai Rolar a Festa, Sara e Laura, criamos o nome fictício Marina para nos referirmos à terceira idealizadora do projeto.

como este; quais foram as principais dificuldades enfrentadas pela Equipe durante os primeiros meses de existência e se algumas dessas dificuldades estão atreladas ao fato de as lideranças do projeto serem mulheres. Sara nos respondeu que:

Cara, a gente, na época, não fez nenhum tipo de movimento feminista. Foi muito espontâneo. Três amigas, insatisfeitas, querendo revolucionar. E, hoje, Vai Rolar a Festa foi criado por três meninas; hoje, os meninos tão dando conta, botando pra frente; mas a importância de a gente saber que teve uma coisa tão revolucionária criada por mulheres é imensa. [...] Mas, agora, eu confesso, não foi algo assim pensado “Ah porque somos mulheres, empoderadas...”, não, a gente foi mesmo no torcedor, na emoção. [...] No início, quando a gente criou o Insta, a gente viu que a galera... a Torcida do Ceará, quando tem alguma coisa, ela abraça demais... então, quando a gente viu que a galera tava chegando junto, a gente tinha receio de expor que éramos mulheres. A gente falou assim: “Não, eles vão falar assim: ah! porque mulher não entende de futebol”. E a gente, digamos que, se reprimiu a expor. No início, a gente não colocava nada sobre gênero; quando a gente agradecia ou postava algum ‘print’ a gente colocava “obrigado”. Pra se imaginar que era um homem e pra que não houvesse um julgamento e perdesse a credibilidade. A gente sabe da realidade, a gente tem que enfrentar, mas a gente até se acovardou um pouco, porque a gente ‘tava’ pensando mais no que a gente quis no início, que era: colocar uma coisa diferente... então, a gente vai ter que se esconder aqui um pouquinho e ver isso dando certo, pra depois... Quando rolou as histórias no twitter, mais ou menos uns seis ou oito meses depois, muita gente muito surpresa por saber que foi por três meninas. Mas, assim, na época, a gente poderia ter aberto o peito mesmo e ter dito que eram três meninas, mas, para o que a gente queria foi bom, deu certo e isso é o que importa. A causa é uma causa paralela, a gente tem que enfrentar, mas a gente não pensou nada disso, nada. E a gente se acovardou mesmo, a gente se escondia atrás do “obrigado”, a gente não falava. Mas eles também não perguntavam, achavam que era um equipe e ... a equipe também não falava nada. Quando a gente começou a entregar prêmio que viam que era menina, aí eles começaram a questionar, mas também não levavam a fundo. [...] Quando a gente ia nas primeiras arrecadações, nós íamos sete meninas rodar e arrecadar dinheiro e eles achavam que eram meninas contratadas, não sabiam que nós era quem estávamos de fato à frente. Mas a gente gostava do anonimato, pra ver a coisa acontecendo, pra não criar polêmica e não ver o que a gente queria. E a gente queria festa. Então, pronto, a gente focou nisso. (Entrevistada 3 – Sara. Fortaleza. 11/01/2020).

Os demais membros, incluindo os entrevistados 1 – João, 2 – Marcos e 5 – José, se juntaram à Equipe poucas semanas depois da fundação, portanto, acompanharam até mesmo a execução do primeiro projeto. Perguntamos aos cinco membros da Equipe Vai Rolar a Festa que entrevistamos quantos integrantes o grupo possui, mas as respostas destoaram. Apesar da variação dos números informados, foi possível concluir que há entre 15 e 30 integrantes. Para a Entrevistada 3 – Sara, este número varia porque há uma rotatividade muito grande, pois “[...] como tudo é voluntário, as pessoas, às vezes, não ficam. Porque a gente quer uma responsabilidade, mas, às vezes, as pessoas não se dispõem a dar porque não tem nada em troca. Então, é muito variável, [...]”. (Entrevistada 3 – Sara. Fortaleza. 11/01/2020)”.

O Entrevistado 1 – João destaca que a Equipe, como um todo, é composta por cerca de 30 pessoas, mas a Diretoria é composta por apenas 8. Diante desta resposta, perguntamos aos torcedores sobre a estrutura organizacional da Equipe e qual função cada um desempenha. Ainda que tenha nos informado sobre a existência de uma diretoria dentro da Equipe, ao ser perguntado sobre que função desempenha dentro do grupo, o Entrevistado 1 – João nos respondeu que não há divisão de funções dentro do grupo e que todos realizam as mesmas atividades. Os outros quatro entrevistados informaram suas funções. Destes, três se intitularam como “Diretor”, “Líder” ou como alguém que está “à frente”. Os entrevistados 2 – Marcos e 3 – Sara foram os únicos que explicaram com precisão suas funções, Marcos é diretor de Marketing e Comunicação e Sara integra a equipe de montagem. As entrevistadas 3 – Sara e 4 – Laura foram quem nos ofereceu mais informações sobre a organização interna do grupo.

A gente fez uma subdivisão, porém, a gente não segue uma regra porque a gente precisa de ajuda em todas as áreas. Mas existe uma pessoa que trabalha... que fica na parte do financeiro; existe uma pessoa que fica na parte de organização de arrecadação nos estádios; tem a galera das montagens; tem a galera do marketing, que é a parte do Instagram, de criação de imagem e vídeo; tem... há uma subdivisão. (Entrevistada 3 – Sara. Fortaleza. 11/01/2020).

[...] A gente tem a equipe da Diretoria, que são os que são mais à frente, que tem cada um o seu setor: Marketing; Financeiro; Projetos... cada um tem seu setor específico... que são 9 participantes. E tem o grupo que é mais antigo que tem todos os componentes, junto com a diretoria, que são 22 participantes. E tem um outro grupo que são de ações, quando a gente precisa tipo... hoje a gente precisou e falou no grupo: “Gente, vamos precisar de uma galera pra fazer a preparação das festas, vamos precisar de gente no estádio pra fazer a montagem”. São 28 participantes nesse grupo. [...] (Entrevistada 4 – Laura. Fortaleza. 25/01/2020).

Também perguntamos se há, entre os membros da Equipe, integrantes de Torcidas Organizadas, Movimentos ou Grupos de Torcedores vinculados ao Ceará Sporting Club. Os entrevistados 2 – Marcos e 3 – Sara nos responderam que não há torcedores organizados, que há apenas torcedores comuns. No entanto, dois dos membros que entrevistamos afirmaram que fazem parte de uma Organizadora, a 4 – Laura e o 5 – José, ambos da Torcida Organizadora Cearamor. Além disso, dois entrevistados listaram seis Organizadas ou grupos de torcedores representados, a saber: Camisa 14, Cangaceiros Alvinegros²³⁷, Ceará

²³⁷ Caso o leitor tenha interesse em obter mais informações sobre a Torcida Cangaceiros Alvinegros, sugerimos a leitura do trabalho: VASCONCELOS, Artur Alves de. **Nordestinando as arquibancadas**: os cangaceiros alvinegros no universo das torcidas organizadas cearenses. 2016. 256f. Tese. (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia – Departamento de Ciências Sociais, Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2016.

Cana, Movimento Organizado Força Independente²³⁸, Setor Alvinegro, Torcida Organizada Cearamor.

Posto isso, debateremos sobre o papel da Equipe Vai Rolar a Festa e a importância dos projetos realizados por ela para o Ceará e para a torcida alvinegra. Dos cinco integrantes da Equipe que entrevistamos, dois torcedores consideram que o papel da Equipe é chamar a torcida alvinegra de volta ao estádio; um acredita que a Equipe e os projetos ajudam o torcedor a recuperar a vontade de torcer; três afirmam que o papel é engrandecer o nome do Ceará através das festas; dois avaliam que as festas são importantes para mostrar a força da torcida do Ceará e dois consideram que é uma forma de mostrar ao clube o quanto a sua torcida é apaixonada e dedicada, como mostram os comentários a seguir:

Eu acho que justamente pela mudança que houve, de como era torcer antes e como tá sendo agora. Inclusive, alguns jogos esse ano, a gente viu que as campanhas que a gente fez chamou a torcida pro estádio. Ela se animou: “Ah! Vai ter festa, vai ter mosaico, vai ter alguma coisa”; então, o pessoal acaba indo também. Porque tá tão complicado ir pra estádio, porque tudo é caro, né. Combustível tá caro; entrada no jogo, para quem não tem sócio, é caro; se você vai comer qualquer coisa lá dentro, você gasta muito dinheiro; e o Ceará também não estava ajudando muito com o futebol. Então, as pessoas ‘tavam’ meio que deixando de ir ao estádio. Mas, nas vezes que fizemos campanha, a torcida chegou junto, compareceu. A gente chamava pra ajudar no dia anterior e dava mais de cem pessoas ajudando, entendeu? Então, eu creio que nosso papel de importância é ajudar a torcida a recuperar aquela vontade de torcer. (Entrevistado 1 – João. Fortaleza. 13/12/2019).

Cara, a importância é pra mostrar a força da torcida do Ceará. Existem jogos que são de grande expressão para a televisão, para fora do estado e a gente quer mostrar que a torcida do Ceará é maior do que o que se imagina. A gente quer mostrar que sabe fazer coisa legal, a gente quer mostrar mesmo. E, também, mais do que mostrar pra outras pessoas, a gente ‘tá’ pra apoiar o clube, para o clube ver o quanto a torcida está pra o clube de fato. [...] E é isso, a importância é mostrar para o clube, para quem tá dentro do clube, para quem tá fora, para quem tá na TV, para quem tá em casa, para quem é de outro estado ver o quanto a nossa torcida é gigante e o nosso amor pelo clube é gigante. (Entrevistada 3 – Sara. Fortaleza. 11/01/2020).

O Entrevistado 1 – João percebe que as formas de torcer mudaram. Para ele, há um “torcer antes” e um “torcer como ‘tá’ sendo agora”. João não apresenta elementos que caracterizam as duas formas de torcer, mas sugere que produzir festas de grande porte na arquibancada, sobretudo através de mosaicos, compõe o “torcer como ‘tá’ sendo agora”. Além disso, o Entrevistado 1 – João nota que houve um afastamento de parte da torcida do estádio e cita dois motivos para isso: o alto custo de ir ao estádio e o mau desempenho do time em campo. Contudo, avalia que a expectativa de ver um espetáculo na arquibancada

²³⁸ Caso o leitor tenha interesse em obter mais informações sobre o Movimento Organizado Força Independente - MOFI, sugerimos a leitura do trabalho: RIBEIRO, Josiane Maria de Castro. **Conflitos, territórios e identificações: o encontro de experiências nas Torcidas Organizadas Cearamor e M.O.F.I.** 2010. 213 f. Tese. (Doutorado em Sociologia) – Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2010.

contribui para despertar o interesse da torcida, portanto, acredita que as festas, por vezes, atraem o torcedor para o estádio.

Já a Entrevistada 3 – Sara reforça a importância de divulgar as atividades que a Equipe e a torcida do Ceará realizam na arquibancada. Salientamos que, neste momento, Sara não se refere a uma divulgação em pequena escala, que alcance os torcedores do próprio clube ou os admiradores do futebol local; mas a uma divulgação em larga escala, para indivíduos que acompanhem ou trabalhem com futebol em outros estados e regiões do país. Por isso, a Entrevistada 3 considera relevante os jogos que o Ceará disputa em torneios nacionais, sobretudo aqueles que contam com a cobertura de grandes emissoras de televisão e que serão transmitidos para vários estados. Para Sara, realizar festas em jogos cujos adversários do Ceará são clubes que possuem grande atenção da mídia nacional contribui para mostrar a grandiosidade da torcida do alvinegro em números e na capacidade para fazer festa.

Conforme mencionamos anteriormente, Toledo (1996) acredita que as torcidas são movidas pelo desejo de serem apreciadas, de serem observadas, de se destacarem das demais, além de demonstrarem amor ao clube. Por isso, perguntamos aos integrantes da Equipe Vai Rolar a Festa quais são as estratégias utilizadas pela equipe para se destacar na arquibancada e quais são as características que a diferenciam de outras Equipes de Festa ou Torcidas Organizadas. Os integrantes da Equipe que entrevistamos destacaram que a Equipe não se limita a produzir mosaicos com “Sopa de Letrinhas”, isto é, ao invés de exibirem apenas letras, reproduzem imagens, como escudos e paisagens; relataram que a Equipe busca trabalhar com materiais utilizados por torcidas europeias, inclusive importando parte dos materiais que não são produzidos no Brasil, e mencionaram a estratégia de homenagear grandes personalidades, mesmo que não tenham vínculo com o futebol.

Quando perguntamos sobre quais são as estratégias utilizadas pela Equipe para se destacar na arquibancada, os entrevistados 1 – João, 2 – Marcos e 5 – José mencionaram a Equipe de Festa da torcida do Fortaleza, a Equipe Mosaico. Duas coisas chamaram nossa atenção em suas falas: 1 – Os torcedores não mencionaram o nome do grupo, referiram-se apenas como “a Equipe do Fortaleza”, “a torcida rival” e “o lado de lá” e 2 – Os torcedores reconhecem o pioneirismo da Equipe Mosaico na execução de festa nos estádios cearenses, mas acreditam que a Equipe Vai Rolar a Festa apresentou mais elementos inovadores em pouco tempo de existência, como mostram os comentários a seguir:

A gente começou a fazer coisas que tem do outro lado, do lado do Fortaleza. Porque assim, eles estão a mais tempo. Eles têm o quê? Tem quase sete anos de arquibancada, a Equipe do Fortaleza. Eles trouxeram muita coisa pro estado já.

Coisa que ninguém fazia, já que eles foram os primeiros. Então, a gente começou a trazer certas coisas, só que a gente meio que mudou a forma de fazer. Assim, eles são acostumados com “Sopa de Letrinhas”, que a gente chama, que é o mosaico, mas só com o nome, entendeu? A gente fez os símbolos do Ceará, grandes, que aquilo ali ninguém tinha feito ainda, mais ou menos isso. (Entrevistado 1 – João. Fortaleza. 13/12/2019).

O maior diferencial que a gente vem trazendo é não usar somente palavras. Nós temos outra Equipe no estado que eles fazem... já são sete anos de estrada que eles têm, mas, se você puxar o histórico, noventa por cento (90%) das festas que eles fizeram foi utilizando frases e utilizando letras. Isso é o que a gente não quer. ‘O menos que a gente quer’ fazer é com letras. A gente trabalha muito com desenho, por conta que a gente tem o mapa, a gente tem cadeira por cadeira daquele estádio e a gente pode fazer totalmente o desenho. Então, o nosso diferencial, realmente, da nossa torcida para os outros, até mesmo pra do Flamengo... se você puxar os mosaicos do Flamengo, são palavras... e a gente não quer isso, a gente quer usar desenhos; usar imagens; retratos; gestos. A gente tem projetos pra fazer mosaicos em movimento. E nosso diferencial é fazer além de um mosaico de letras. [...] E desde o nosso primeiro, que foi o do aniversário do Ceará, que teve o escudo do Ceará, que foi no dia dois de junho, a gente viu o sucesso e conseguiu ver que o nosso mapa tinha sucesso naquela Arena. Eu não vejo torcida do Sul fazendo, eu não vejo torcida do Sudeste fazendo, então, isso traz um diferencial pra gente. (Entrevistado 2 – Marcos. Fortaleza. 09/01/2020).

Digamos assim ‘ó’: ‘a gente iniciamos’ esse trabalho só tá com um ano. A torcida rival já fazem sete anos a mesma coisa. E nesse ano a gente já fez coisas que eles não fizeram ainda. Então, foi necessário... digamos que quando não se há um concorrente, tem um relaxamento, né. Então, com a nossa união com as torcidas, eles tiveram também que trazer coisas novas e não só o papel, entendeu? A gente já importou o material. Inclusive, a gente tá trazendo um material novo que tá vindo da China que custa caro, a gente tá trabalhando internamente pra isso. Esse material é alemão, esse que tá aí, e também custa muito caro (Ver Foto 04 e 05 do Apêndice O). Pra você ter uma ideia, setenta e sete quilos que tem dessas bobinas aí custou 9800 reais. E a gente... é basicamente isso. Tipo, o diferencial é você trazer o algo a mais. Tanto a torcida rival faz o algo a mais deles, a gente faz o nosso. A gente tem umas coisas que a gente vai colocar diferenciadas nesse ano na arquibancada. Homenagens pra pessoas que ninguém imagina, vão ser homenageadas, que é um ponto positivo. Acho que o ponto mais positivo do ano passado foram duas festas: foi o Luiz Gonzaga e o jogo do Flamengo, que a gente utilizou a primeira vez esse material. [...] (Ver Fotos 08, 09, e 10 e, em seguida, ver Fotos 11 e 12 do Anexo E). (Entrevistado 5 – José. Fortaleza. 25/01/2020).

A partir deste momento, debateremos sobre o tempo de preparação, a escolha de quais jogos receberão festa, a escolha de quais personagens ou temas receberão homenagens, a obtenção de recursos, a aquisição de materiais e o processo de montagem das festas. O Entrevistado 1 – João nos conta que a primeira etapa das atividades da Equipe foi o mapeamento da arquibancada do Castelão, como mostra o relato a seguir:

Na verdade, assim, o trabalho principal foi no primeiro projeto, que foi contabilizar as cadeiras da Arena. Hoje em dia, a gente tem o mapazinho com todos os setores bem divididos, quantas fileiras, quantas cadeiras tem cada um. Então, a gente tem o mapa já. O maior trabalho foi esse. A gente passou duas semanas na Arena só contando cadeira, entendeu? Deu muito trabalho. Agora como a gente tem esse mapa, a gente consegue através de um dos membros do grupo, que é Entrevistado 2 – Marcos [...], ele quem faz essas artes da gente. Então, ele quem monta todo o desenho no programa dele e a gente já sabe o que fazer. [...] (Entrevistado 1 – João. Fortaleza. 13/12/2019).

Uma vez que o espetáculo exibido nas arquibancadas dos estádios cearenses não ocorre em todos os jogos ou não ocorre em jogos de todos os campeonatos em que o time está disputando, perguntamos aos integrantes da Equipe Vai Rolar a Festa quais os critérios utilizados pela Equipe para decidir em quais jogos acontecerão as festas. Eles e elas nos responderam que escolhem os jogos que são comemorativos, como o aniversário do clube; os que serão disputados contra o rival, isto é, os *Clássicos-Rei*; os das etapas finais dos campeonatos e os que serão disputados contra times que recebem grande atenção da mídia esportiva nacional, como Flamengo e Corinthians. Além disso, precisam observar os seguintes aspectos: expectativa de público, que precisa ser alta, já que é preciso ter um número significativo de torcedores para exibir o mosaico, e o calendário, pois, antes da exibição de um grande projeto, é necessária uma sequência de jogos para realizar a arrecadação de dinheiro, como revelam os comentários a seguir:

Geralmente, os jogos comemorativos ou jogo com algum time de mais expressão, porque a gente sabe que a torcida vai comparecer. Um Clássico-Rei a gente faz porque, agora como tem as duas equipes, tem a rivalidade. Então, a rivalidade não está só mais no campo, ela tá na arquibancada também. Então, Clássico-Rei é certeza ter festa, sempre vai ter. E, nos outros, a gente analisa o contexto do jogo mesmo... Um Ceará e Flamengo, um Ceará e São Paulo, ou Corinthians, times de mais expressão, que a gente sabe que vai ter muita torcida. Então, a gente usa esses critérios. (Entrevistado 1 – João. Fortaleza. 13/12/2019).

Primeiro é um calendário: o que a gente consegue ter antes. Pra tal jogo, sei lá, um jogo próximo mês... quantos jogos a gente vai ter antes disso? Porque é nos jogos que a gente consegue arrecadar bem com as urnas e as rifas, a gente consegue arrecadar. [...] Mas os critérios são esses: analisar a proporção do jogo; imaginar o público que vai dar naquele jogo; e os jogos que vão ter antes, para a gente conseguir arrecadar para aquele jogo. São basicamente esses os critérios. (Entrevistada 3 – Sara. Fortaleza. 11/01/2020).

Pronto, a gente preza pelos clássicos, sempre. É... jogos de finais com certeza. E jogos que a gente sabe que vai ter uma grande visibilidade, tipo jogos com times do Sul, dá muita visibilidade aqui no Nordeste. Então, Ceará e Flamengo, Ceará e Corinthians, Ceará e Palmeiras... dá muita visibilidade e a gente preza por esses jogos também. Também tem a questão do público, né, que vai muita gente pra assistir esses jogos. Aí é muito mais fácil pra gente. (Entrevistada 4 – Laura. Fortaleza. 25/01/2020).

Também perguntamos de que forma ocorre o processo de decisão dos personagens ou temas que receberão homenagens. Quem nos explica esta etapa da elaboração da festa é o Entrevistado 2 – Marcos. Ademais, o Entrevistado 5 – José narra como Luiz Gonzaga foi escolhido como homenageado do jogo disputado entre Ceará e Fortaleza, que ocorreu no dia 03 de agosto de 2019, partida válida pela 13ª rodada do Campeonato Brasileiro Série A 2019, primeiro Clássico-Rei na Série A após 26 anos.

O personagem é escolhido pelo [...] impacto que ela traz ‘pras’ pessoas. Nossa torcida não é só de jovem, nem de crianças, nem de adultos, ela é realmente um mistão. Tem o povão também. Então, a gente escolhe personalidades que agradem do mais velho ao mais novo, do rico ao pobre. A gente não pode escolher uma personalidade que só os ricos conhecem ou só os pobres conhecem. Então, a gente tem todo esse trabalho pra saber a popularidade desse personagem; pra saber se esse personagem agrada a todos; se esse personagem agrada a mídia; e agrada a população no geral. E também tem a questão do gasto. Se seria um gasto muito absurdo pra fazer tal homenagem e se precisaria de muito material pra fazer tal homenagem. Tem várias variáveis que entram nesse setor. (Entrevistado 2 – Marcos. Fortaleza. 09/01/2020).

Ó, na verdade, o projeto do Luiz Gonzaga ele foi um mosaico do caramba. Não teve uma boa visibilidade porque paisagem a gente tem que ter um cuidado essencial. Então, o que é que houve: naquele momento, muita gente disse “Ah! Eu não entendi”. Mas ali era o semiárido nordestino, entendeu? [...] Mas... teve o ponto positivo, né, que foi... Quando eu comecei a pesquisar esse projeto... eu pesquisei muito história; personagens... e eu tava com aquela coisa na cabeça “Cara, o que é que eu vou fazer pra esse clássico? Quero levar uma proposta diferente da rivalidade”. Aí eu, ali na timeline, né, do Instagram, apareceu a Elba Ramalho “30 anos do Rei”. Aí eu “Carai, deixa eu olhar isso”; aí pum, já tinha a imagem lá do Luiz Gonzaga, acho que ainda tenho a imagem salva no meu celular. Aí “Esse ano comemoramos...”; aí eu fui no google, pá, pesquisar a história do Luiz Gonzaga; e eu disse “Carai, vou bater em Exu”, que é a cidade dele né. Aí conversei com o Entrevistado 2 – Marcos: “Marcos, vou viajar”, “Vai pra onde?”, “Vou pra Exu pesquisar...”, “Cara, não vai não, ‘num’ sei o quê, ‘num’ vai gastar não”, “Vou”, “Vai não, fica no Youtube aí”. Aí, resumindo, não fui, mas quis trazer ao máximo que permitia. Na verdade, aquela coreografia tinha mais coisa. Por exemplo, se fosse feita no Campeonato Cearense, a gente tinha colocado a música do Luiz Gonzaga; a gente tinha feito as Vovozetes de cangaceiras; mas tem o respeito às entidades. Por exemplo, a Federação Brasileira, que é a CBF, eles não permitem muita coisa pra não estragar, segundo eles, a imagem do jogo. Mas tem esse ponto positivo, entendeu? (Entrevistado 5 – José. Fortaleza. 25/01/2020).

Uma vez que os recursos financeiros foram apontados como critério central no processo de decisão sobre quais jogos receberão festa, sobre quais personagens serão homenageados e sobre quais materiais serão utilizados, perguntamos aos integrantes da Equipe quais são as estratégias adotadas pelo grupo para arrecadar dinheiro e qual é o custo total do espetáculo em um único jogo. Ele nos responderam que vendem rifas dentro do estádio nas horas que antecedem o início de uma partida; vendem rifas através do perfil oficial da Equipe Vai Rolar a Festa nas redes sociais; distribuem urnas em vários setores do estádio para arrecadação de doações entre os torcedores; depositam urnas nos locais de venda de ingressos para o jogo; disponibilizam opções virtuais para doações, como a plataforma Picpay e os dados bancários para depósito ou transferência bancária, e vendem materiais exclusivos da Equipe, como faixas de mãos com imagens e mensagens alusivas ao clube.

Além das estratégias mencionadas acima, a Equipe Vai Rolar a Festa estabelece parcerias com empresas locais de pequeno e médio porte, portanto, conta com um grupo de patrocinadores. Essas empresas oferecem contribuição financeira ao grupo em troca de divulgação da marca. Essa divulgação ocorre através do perfil oficial da Equipe nas redes

sociais e é estampada no verso dos materiais que são exibidos no estádio, sobretudo nos papéis do mosaico. Também destacamos que, quando acompanhamos as redes sociais da Equipe, foi possível perceber a preocupação que o grupo tem com a transparência, pois frequentemente disponibiliza, nas redes sociais, a prestação de contas dos valores arrecadados a cada jogo e a cada projeto.

Sobre o gasto médio por jogo, o Entrevistado 1 – João nos respondeu que os valores variam, dependendo do material que é utilizado e do que é exibido na arquibancada. Assim, o valor de uma festa pode variar entre 8 mil reais e 40 mil reais, como mostra o comentário a seguir:

Depende muito do que a gente vai fazer. Um mosaico daquele 3D (Ver anexo E, fotos 08, 09 e 10), ele custa sete mil ou oito mil reais. Aqueles 3D, né? O Mosaico de Papel, depende do tamanho dele, é sete ou oito mil reais também. Então, a gente já teve festa de gastar quarenta mil reais, porque teve o Mosaico de Papel, tinha os 3D's, tinha a pirotecnia. E tudo é bem caro. O mais barato que a gente fez foi oito mil reais e o mais caro chegou a quarenta. (Entrevistado 1 – João. Fortaleza. 13/12/2019).

Visto que os valores gastos por jogo são altos, perguntamos aos integrantes da Equipe se o material é reutilizado ou reciclado para evitar dispêndio de dinheiro. Eles nos responderam que sim, há materiais que eles guardam para serem utilizados em outras festas, como as bandeirinhas.

A gente guarda as bandeirinhas. As mais caras de fazer são elas. Um bandeirinha a unidade chega a custar um e cinquenta (R\$ 1,50), então, quarenta mil bandeirinhas é bastante dinheiro. Então, a gente fez na central com bandeirinhas e a gente guardou aquele material. Então, a gente reaproveita e nosso custo pra fazer material é menor, porque a gente já tem boa parte do material guardado. (Entrevistado 1 – João. Fortaleza. 13/12/2019).

Ao longo das entrevistas, percebemos que os integrantes da Equipe citaram, com frequência, a festa realizada no dia 25 de agosto de 2019, dia do jogo entre Ceará e Flamengo, partida válida pela 16ª rodada do Campeonato Brasileiro Série A 2019, e enfatizavam a qualidade e a origem do material que foi utilizado neste dia (Ver Anexo E, Fotos 11 e 12). Estamos nos referindo ao material prateado utilizado para montar as bandeirinhas que formaram o nome “Time do Povo” neste jogo (Ver Apêndice O, Foto 4 e 5). Os entrevistado 2 – Marcos e 5 – José nos contaram que o material não foi produzido no país, foi importado da Alemanha, e que a motivação para usá-lo surgiu quando 5 – José assistiu pela internet as festas realizadas pela torcida do clube alemão Eintracht Frankfurt. Por isso, perguntamos aos dois torcedores de que forma eles realizam a pesquisa de qual material utilizar na arquibancada e por qual motivo escolheram como referência a torcida de um clube europeu. O Entrevistado 2 – Marcos nos respondeu que:

O Entrevistado 5 – José, que é o mais cabeça de todos, ele passa o dia monitorando. Todo dia ela manda pra gente novidades que a galera faz. Ele manda muito do Marrocos, a gente vê muito do Marrocos, das torcidas do Marrocos. É... o Borussia, o Frankfurt. Tem outras da Alemanha, mas eu não ‘tô’ lembrando o nome. Mas naquela parte ali da Alemanha, da Rússia, nos chama atenção pela loucura que eles fazem mesmo, pelo que eles usam e utilizam. Porém, muita coisa de lá não pode ser usada aqui, como os sinalizadores, fogo. Essas coisas a gente não pode usar no estádio. [...] Frankfurt é uma bela... como eu posso falar? É um belo exemplo de torcida. A torcida do Frankfurt ela é, hoje, é uma das torcidas que tá na ponta da língua de qualquer torcedor que se envolve com Torcida Organizada. A torcida do Borussia também. Mas, “porque o Frankfurt?”. O Frankfurt fez uma festa com as mesmas bandeirinhas em preto e branco. Ou seja, a gente pode ver através de vídeos, como ficou lá e como poderia ficar aqui. Com a pequena diferença que os estádios lá são bem mais íngremes e bem mais iluminados. Aqui nosso Castelão é um pouquinho mais inclinado e a iluminação do estádio da Arena ela é bem crítica ainda. Então, não teve tanta vibração da cor quanto ficou em Frankfurt, mas o resultado final nos agradou bastante e a gente vai fazer mais. (Entrevistado 2 – Marcos. Fortaleza. 09/01/2020).

Também, perguntamos sobre o traslado do material para a cidade de Fortaleza, os custos e as principais dificuldades do processo de compra.

O transporte foi pesado. Tivemos que gastar quase dois, dois mil e quinhentos só de frete. Primeiro foi o frete, que foi cerca de mil. Mas, quando chegou no aeroporto, a Polícia Federal quis embaçar. Só queira deixar, liberar depois de três dias. Tivemos que pagar mil e quinhentos, eu acho, pra liberar no dia. Se não liberasse naquele dia, não tinha tempo de produção, não ia dar tempo de cortar e fazer a montagem no dia. O jogo aconteceu em um domingo, sete horas da noite. A gente começou a montar setes horas do sábado, um dia antes, e fomos acabar cerca de, eu acho que, umas onze da manhã, doze da manhã. Mais de doze horas dentro daquele estádio fazendo primeiramente o desenho dos escudos, que foi no setor norte; a gente fez o desenho e a marcação; colocamos os papeis em cadeira por cadeira; e fomos para a Central, que foi onde a gente colocou o “Time do Povo” em bandeirinhas. Que já é um trabalho mais fácil quando é bandeirinha, porque você não tem que colocar fita e colocar o papel, você só marca e coloca a bandeirinha. É um processo bem mais rápido do que o do papel. Então, acabou sendo nem tanto desgastante. Mas foi legal porque a gente pode ver o impacto do material novo na arquibancada aqui do Ceará. (Entrevistado 2 – Marcos. Fortaleza. 09/01/2020).

Além disso, pedimos ao Entrevistado 2 – Marcos para nos explicar como o projeto é construído em um programa de computador e como é elaborada a imagem que será replicada na arquibancada do estádios. Ele nos respondeu que:

A gente faz vários... exemplos: a gente tem a ideia principal e a gente tenta aplicar, tanto no computador quanto numa planta baixa mesmo impressa, pra ver cadeira por cadeira. A gente tenta ver a diferença de cor; ou, então, a gente troca só as cores; aumenta um pouco, diminui um pouco; pra ver como realmente ficaria na arquibancada. A gente... primeiro tem eu e o Entrevistado 5 – José, que atualmente somos os cabeças... a gente pega a ideia e conversa com o [...] presidente da Cearamor. Então, nós somos as cabeças pra desenvolver o que realmente vai ser feito. Aí a gente junta as ideias pra ver qual seria a mais viável, qual teria menos gastos e mais impacto. (Entrevistado 2 – Marcos. Fortaleza. 09/01/2020).

Os integrantes da Equipe Vai Rolar a Festa nos contaram que, em média, precisam de dois meses para arquitetar e apresentar uma proposta de projeto; duas semanas

para preparar um dos espetáculos (este prazo inclui o tempo necessário para a aquisição e preparação do material que será exposto na arquibancada); para a montagem, só precisam de um dia, por isso, ela ocorre apenas no dia do jogo ou um dia antes, dependendo do horário em que a partida está marcada para acontecer.

Como a gente tá sempre pensando em projetos, a gente já tem pré-projetos no nosso baú, a gente só espera o dia e data pra utilizá-los. A partir do momento que a gente escolhe o dia e escolhe o projeto, a gente vai ver quanto que a gente tem arrecado pra poder também pensar na logística. A do Flamengo, a gente começou uma semana e meia antes, porque a gente teve que fazer a encomenda e o material chegou três dias antes do jogo. Três dias antes do jogo a gente se reuniu lá na sede do Ceará pra começar a cortar o material. A gente cortou o material prata, que é o importado, e o material preto a gente comprou aqui mesmo na cidade, porque tinha em estoque. Então, a gente conseguiu fazer em dois dias o material e em um dia a montagem. Já a parte dos símbolos, ela é papel, então, a gente deixa tudo na gráfica, a gente só manda e diz pra quando vai precisar. Como a gente sempre monta um dia antes, a nossa preocupação é de eles não entregarem no dia da montagem. E até agora isso tem sido muito tranquilo. (Entrevistado 2 – Marcos. Fortaleza. 09/01/2020).

Pra pensar é o processo mais rápido. Hoje, a gente já conseguiu, digamos que um layout do Castelão, que facilitou demais. Então, essa parte de pensar e colocar no papel é bem rápido. Agora, vem a parte de arrecadar o dinheiro; contratar fornecedor; esse material estar pronto; dependendo do que seja, a gente fez o último agora que tinha o Mosaico Permanente, que tinha costura, aí tem que contratar costureira; um número muito alto, é um volume imenso... só a arquibancada inferior, ela tem, mais ou menos, cinco mil lugares, já a superior tem em torno de nove mil lugares, você imagina uma costureira fazer catorze mil peças? ... então, a gente tem que contar com uma série de costureiras; a gente recebe o material muito próximo da data do evento, do projeto; é mais ou menos isso. O início, meio e fim, ele leva, mais ou menos, dois meses. Agora, assim, de execução, de material na mão, pra você levar para o dia do jogo, é coisa de uma semana. E é uma correria. Correria pra cortar bandeirinha; pra fazer costura; pra levar para o estádio, porque existe a liberação da polícia, dos bombeiros, ... a gente só consegue montar, praticamente um dia antes ou, as vezes, no mesmo dia. Então, é uma loucura. Quando tem projeto, na semana, no dia do projeto, no dia anterior e na semana, de fato, anterior, é uma loucura. Mas é isso, o negócio é desde receber o material até levar pra dentro do estádio. Aí é uma loucura. (Entrevistada 3 – Sara. Fortaleza. 11/01/2020).

O projeto do Mosaico Permanente citado pela Entrevistada 3 – Sara é idealizado de forma semelhante ao Mosaico de Papel. De acordo com o que foi explicado pelo Entrevistado 2 – Marcos, a imagem que será exibida na arquibancada é escolhida; em seguida, a imagem é aplicada em um programa de computador e no mapa digital da arquibancada do Castelão; as cores da imagem são escolhidas e, após a aplicação da imagem no mapa digital do estádio, são decididas quais cores devem ser aplicadas em quais cadeiras e em quais setores. Contudo, o material utilizado é diferente: comumente é usado TNT para o Mosaico Permanente, isto porque, ao invés de um papel, o torcedor encontrará na cadeira do estádio uma espécie de camisa com capuz. Assim, o torcedor deve vestir a camisa e permanecer com ela até o final do jogo. Além disso, os torcedores são orientados a não mudar

de lugar durante a partida. Caso precisem mudar, o torcedor deve deixar a camisa no local que encontrou e depois vestir a camisa que está depositada na nova cadeira escolhida.

Destacamos que os efeitos visuais que os dois mosaicos proporcionam são diferentes. O Mosaico de Papel proporciona ao espectador a sensação de que a imagem está em movimento, já que os torcedores que estão erguendo os papéis estão realizando uma coreografia, contudo, esta modalidade de mosaico possui um tempo de exibição limitado, já que os torcedores precisam baixar os braços e os papéis para acompanhar o jogo. No caso do Mosaico Permanente, a exibição dura o jogo inteiro, uma vez que o uso da camisa não atrapalha a visão do campo. Ademais, o Permanente atinge a torcida rival de uma forma diferente, uma vez que, por estar do lado oposto da arquibancada, portanto, de frente para a torcida rival, ela acaba sendo obrigada a ver a mensagem exibida pelo rival durante todo o jogo (Ver Anexo E, Fotos 13 e 14).

Destacamos que não é apenas financeiramente que os torcedores do Ceará contribuem para a elaboração e a exibição de festas nos estádios. Uma vez que o número de integrantes da Equipe Vai Rolar a Festa é reduzido, que comumente o material é produzido e montado faltando poucos dias para o jogo em que será exibido e devido ao tamanho da arquibancada do Castelão, os demais torcedores alvinegros são convidados a participar da confecção e da montagem da festa. O Entrevistado 2 – Marcos nos conta que o convite aos demais torcedores é feito da seguinte forma:

Como somos somente trinta mais uns vinte ou dez da Torcida Organizada que, as vezes, estão nos abraçando na hora da montagem, fazemos uma chamada pública na nossa página convidando a quem quiser ir montar, participar da montagem, está convidado. A única exigência que fazemos é que levem o RG, pra poder identificar junto com a PM, porque a gente tem esse acordo. Aí ficamos lá, a gente chama, não temos... não damos nenhum retorno financeiro a eles, realmente é só o privilégio de poder participar da montagem e ver como é que a gente faz, poder participar da Equipe. Alguns que estão na Equipe entraram a partir disso, porque a gente via que eles iam sucessivamente, fazendo com a gente. Às vezes, a gente tem reunião na Cearamor e a gente abre e tem gente que realmente vai só pra ver a reunião, mesmo não sendo de nem umas das duas equipes. E é assim que as pessoas entram na nossa Equipe, vai abraçando, vai vendo o envolvimento e a seriedade de cada um. (Entrevistado 2 – Marcos. Fortaleza. 09/01/2020).

[...] a gente sempre convida, a gente sempre tem... como eu posso dizer? A gente dá a oportunidade do pessoal vir pra ajudar a gente. Só que parece que, hoje em dia, ainda é uma coisa muito fechada. As pessoas querem a festa da arquibancada, só que acham que a festa da arquibancada tá lá pronta, ela surge do nada, não tem uma preparação antes. Então, é sempre uma dificuldade quanto à questão de pessoas pra ajudar nisso. Na montagem, a gente tem até muitas pessoas pra ajudar; quando vai pro estádio e tal, o pessoal gosta; mas essa preparação pré-montagem, que é o mais difícil, tem poucas pessoas ainda hoje. (Entrevistada 4 – Laura. Fortaleza. 25/01/2020).

Posto que dialogamos sobre as atividades da Equipe Vai Rolar a Festa em dias de jogos do Ceará Sporting Club – sobretudo a respeito da motivação de sua fundação, do número de membros, do processo de preparação das festas, da arrecadação de recursos, da aquisição de materiais, da montagem e da exibição das festas – no próximo tópico, discutiremos como a Festa se tornou elemento de disputa entre as torcidas e como as torcidas do Ceará e do Fortaleza competem pelo melhor desempenho em campo e na arquibancada em dias de Clássico-Rei.

4.4 A performance nas arquibancadas como elemento de disputa: dia de Clássico-Rei

“Se no campo haverá uma decisão, nas arquibancadas não será diferente. (HOLLANDA, 2008, p.270)”

Em conformidade com Farias (2014a), a rivalidade entre os torcedores do Ceará Sporting Club e os torcedores do Fortaleza Esporte Clube existe desde o período de fundação dos dois times, mas foi intensificada no ano de 1922. O autor nos conta que naquele ano estava sendo comemorado o centenário da independência do país, por isso, todos os times brasileiros desejavam ganhar os campeonatos estaduais. O Fortaleza era o favorito, pois havia ganhado os dois campeonatos anteriores e saiu com vantagem no primeiro jogo da final. Ciente de seu favoritismo, o Fortaleza mandou fazer uma reserva em um dos melhores restaurantes da cidade para que os jogadores e os torcedores pudessem comemorar o título. O que os tricolores não esperavam era a resistência e a vitória dos alvinegros em campo. Além de conquistar a taça de campeão estadual, o Ceará também arrastou a reserva feita pelo Fortaleza para a comemoração do título. Conta-se que houve festa e chacota dos torcedores do Ceará durante vários dias na cidade.

Farias (2014a) destaca que no ano de 1923 a disputa entre os dois clubes já havia extrapolado o campo e estava se materializando na arquibancada, uma vez que já verificava-se “[...] vários incidentes, inclusive com a torcida invadido o campo [...] (p.75)”. Os conflitos em dias de jogos entre Ceará e Fortaleza intensificaram-se na década de 1970, sobretudo no Campeonato Estadual de 1971, período que a expressão Clássico-Rei passou a ser empregada. Segundo Damasceno (2011), no dia 03 de agosto de 1971, o Estádio Presidente Vargas recebeu o terceiro jogo da final do Campeonato Cearense 1971. 22.178 pessoas compareceram ao *Gigantinho do Benfica*. Farias (2014a) acrescenta que até os 44 minutos do segundo tempo o Fortaleza estava ganhando de 2 a 1. A torcida tricolor já comemorava o

título na arquibancada. No entanto, no último minuto, o árbitro responsável pela partida marca um falta para o alvinegro. A falta é convertida no gol de empate. O Ceará conquista o título no minuto final da partida. Por conta da comemoração da torcida alvinegra,

[...] nesse dia, o velho PV veio literalmente abaixo! Parecia o fim do mundo. A torcida alvinegra extravasou, colocando para fora toda a frustração acumulada em sete anos sem títulos e invadiu o campo para comemorar com seus ídolos antes do apito final do árbitro. Com dificuldades, a polícia desocupou o gramado, autorizando o juiz a saída de bola com a pretensão de, em seguida, acabar a pugna, pois não havia mais tempo. Os jogadores do Fortaleza não aceitaram e pressionaram Camarinha. Os torcedores tricolores, incitados, inclusive, por alguns atletas e dirigentes do clube, segundo a imprensa da época, invadiram também o gramado do PV. Foi uma grande confusão, verdadeira batalha campal. Correria, socos, “voadoras”, polícia, cassetetes. Quase 50 metros do muro que cercava o campo e parte do alambrado foram destruídos, traves e redes arrancadas e queimadas. Em meio à confusão, o juiz, depois de apanhar e bater também, saiu de campo, escoltado pela polícia, sem dizer se o jogo havia terminado ou não. Acalmados os ânimos e evacuado o estádio, as expectativas na cidade eram de saber o que o juiz colocara na súmula. Apenas na tarde do dia seguinte, Armando Camarinha entregou seu relatório, dizendo, entre outras coisas, que havia encerrado a partida por falta de segurança e relatado as agressões que sofrera. O Ceará, assim, era campeão de 1971, literalmente, após enfrentar uma guerra. (FARIAS, 2014a, p. 128-129).

Em dezembro de 2018, o Clássico-Rei completou 100 anos de história. De acordo com Beatriz Carvalho e Thaís Jorge, em matéria publicada no dia 17 de dezembro de 2018 na página do Globo Esporte Ceará²³⁹, Ceará e Fortaleza se enfrentaram 566 vezes somando jogos oficiais e amistosos. Até o final de 2018, foram 192 vitórias do alvinegro, 173 vitórias do tricolor e 201 empates. Ao todo, os dois clubes marcaram 1.516 gols, sendo 776 do Ceará e 740 do Fortaleza. O campeonato cearense foi decidido através de um Clássico-Rei por 32 vezes. Destes 32 jogos, 16 foram conquistados pelo Ceará e 16 pelo Fortaleza. Além disso, a maior goleada da história de um Clássico-Rei ocorreu em 1927, quando o Fortaleza aplicou 8 a 0 no Ceará; já o maior tabu pertence ao Ceará, uma vez que manteve a invencibilidade por 17 partidas entre os anos de 1949 e 1953, com 13 vitórias e 4 empates.

Presentemente, ainda há disputa pelos títulos estaduais; pelas melhores colocações nos torneios nacionais; e, especialmente, pelos melhores resultados em dias de clássico. Entretanto, outros elementos foram acrescentados nesta competição entre os dois clubes cearenses, como: qual clube possui a maior torcida e qual torcida realiza a melhor performance nos estádios. O Entrevistado 1 – João acredita que “[...] a rivalidade não está só

²³⁹ FONTE: CARVALHO, Beatriz; JORGE, Thaís. Clássico-Rei chega aos 100 anos entre rivalidade, paixão, polêmicas e grandes memórias: Ceará e Fortaleza se enfrentaram pela primeira vez em 17 de dezembro de 1918. Desde então, protagonizaram grandes histórias no futebol. **Globo Esporte Ceará**, Fortaleza, 17 dez. 2018. Futebol. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/ce/futebol/noticia/Clássico-Rei-chega-aos-100-anos-entre-rivalidade-paixao-polemicas-e-grandes-memorias.ghtml>. Acesso: 18 maio. 2020.

mais no campo, ela tá na arquibancada também [...]”, por isso, em dia de “[...] Clássico-Rei é certeza ter festa, sempre vai ter [...] (Entrevistado 1 – João. Fortaleza. 13/12/2019)”. Os demais torcedores que entrevistamos concordam com o Entrevistado 1 – João e ratificam que há uma disputa pela melhor festa na arquibancada.

Os torcedores nos contam que sempre há expectativa e ansiedade antes de um jogo do Ceará, no entanto, essas sensações ficam mais fortes quando o jogo em questão é um Clássico-Rei. Além disso, comentam que todos os elementos que compõem a performance torcedora passam a ser alvo da disputa. Assim, as Torcidas Organizadas e as Equipes de Festa se preocupam com quem vai se sair melhor “[...] nos cânticos; até nos toques da bateria; no bandeirão; no mosaico; na festa. Fica aquela ansiedade pra saber como vai ser a festa; se vai ter bandeirão; o quê que a outra torcida vai fazer, a gente não pode ficar atrás... é assim (Entrevistado 8 – Francisco. Fortaleza. 17/02/2020)”.

Diante disso, perguntamos aos torcedores e às torcedoras do Ceará que entrevistamos qual é a diferença entre realizar um espetáculo em dia de Clássico-Rei e em dia de jogos do Ceará contra qualquer outro clube. Os integrantes da Equipe Vai Rolar a Festa nos responderam que realizar festa nos clássicos é uma forma de mostrar a potência das torcidas cearenses e das torcidas nordestinas para o restante do país; e é interessante por ser possível ver a disputa pelos gritos e cânticos, sobretudo na hora do gol. Como mostram os comentários a seguir:

É, no nosso país em si, temos muitos clássicos... mas, depois que a gente entrou em jogo, junto com a Cearamor, sempre que tem Ceará e Fortaleza, o Brasil se volta pra gente. Então, é mais uma vez da gente mostrar nossa torcida do Nordeste, mostrar nossa torcida do Ceará, torcida do estado do Ceará, né? [...] (Entrevistado 2 – Marcos. Fortaleza. 09/01/2020).

Clássico-Rei é uma coisa que tá entranhado no torcedor. O clássico não existe... pode ser tipo Ceará e Flamengo, que é um clube gigante, o Flamengo é um clube gigante, mas nada se compara a um Ceará e Fortaleza. É a adrenalina, a rivalidade. Você ver o estádio, até então né, 50% de cada lado. Você grita e o outro lado responde e vice-versa. E o gol... quando é um gol a seu favor, o outro lado... você escuta o silêncio. Quando é o inverso, você se coloca na situação de menor, porque você escuta o estrondo. É sensacional. Não existe nenhum outro jogo igual ao clássico. (Entrevistada 3 – Sara. Fortaleza. 11/01/2020).

Além disso, perguntamos se há uma cobrança maior por parte da torcida alvinegra quando o projeto é executado em dia de Clássico-Rei, os torcedores nos responderam que:

Com certeza. Querendo ou não, a gente quando é rival, a gente sempre quer ser melhor que o rival. Então, a gente pode tá ali com o papel levantado e olhar ‘pro’ outro lado, pra pensar que o do rival vai dar errado. Mas, quando você pensa em torcida do Nordeste, é bom pensar também que o deles dê certo, para que os dois

nomes se engradeçam. Mas querer que a gente seja melhor, chame mais atenção, isso sempre pesa pra gente. (Entrevistado 2 – Marcos. Fortaleza. 09/01/2020).

[...] Clássico é clássico e ninguém quer perder; as torcidas não querem ficar uma atrás da outra, é diferenciado. Clássico é diferenciado. Isso todo mundo fala e que é verdade mesmo. É onde tá a torcida rival e a gente tá de frente a frente com ela. E uma faz uma coreografia e a outra que fazer melhor. É isso, a gente se prepara o ano todo pra quando chegar o clássico a gente não fazer feio. (Entrevistado 8 – Francisco. Fortaleza. 17/02/2020).

Destacamos que as Torcidas Organizadas e as Equipes de Festa fazem o possível para que a exibição do projeto não tenha falhas por três motivos: para agradar sua própria torcida; para serem consideradas melhores que as Torcidas e a Equipe do time rival; e para não serem alvo das chacotas e dos ataques nas redes sociais. Estes grupos não querem “fazer feio” no dia do Clássico-Rei porque sabem que os torcedores rivais sempre estarão à espreita de possíveis falhas e que estas falhas serão utilizadas como argumentos para questionar e diminuir o trabalho desenvolvido pelo grupo. Além disso, sabem que as falhas serão lembradas em outras ocasiões ou podem gerar motivos para novas chacotas e ataques. Para a Entrevistada 3 – Sara, “[...] o Clássico-Rei ele existe não só no jogo em si, ele é eterno, pra tudo, pra tudo. Eles esperam um erro pra printar e jogar nas redes sociais. A gente espera um erro pra zoar também com eles [...]” (Entrevistada 3 – Sara. Fortaleza. 11/01/2020)”.

Como exemplo de um projeto que não foi bem executado e que foi alvo de chacota da torcida rival temos o projeto exibido no jogo Ceará e Internacional, pela 33ª rodada do Campeonato Brasileiro Série A, no dia 11 de novembro de 2018. O projeto foi executado no Setor Superior Central e dizia “19-VO-VÔ-14”, o material estava nas cores preto, branco e dourado²⁴⁰. Destacamos que a opção pela cor dourada contribuiu para que a exibição do mosaico não fosse bem sucedida. Isto ocorreu porque o mosaico foi exposto na abertura do jogo, que iniciou às 16h. Contudo, às 16h o Setor Central ainda está exposto aos raios de sol que incidem sobre o estádio. Desta forma, a luz do sol, refletida no material na cor dourada, impediu que outros torcedores conseguissem ler o que estava sendo exposto na arquibancada. Relatamos o ocorrido em um de nossos diários de campo:

[...] A exibição do mosaico não foi bem sucedida e, por consequência disto, foi alvo de muitas críticas nas redes sociais. Momento da exibição: como de costume, as plaquinhas que estavam dispostas nas cadeiras para que os torcedores a utilizassem foram levantadas no momento em que os jogadores entraram em campo. Entretanto, o mosaico estava ilegível. Do setor em que eu estava (Setor

²⁴⁰ Destacamos que o projeto citado não foi organizado pela Equipe Vai Rolar a Festa, uma vez que o primeiro projeto da Equipe só foi exibido no jogo Ceará e Vasco, pela 38ª rodada do Campeonato Brasileiro Série A, no dia 02 de dezembro de 2018. De acordo com o perfil oficial da Torcida Cangaceiros Alvinegros, ele foi uma iniciativa de várias Torcidas Organizadas do Ceará. Contudo, os Cangaceiros não listaram os nomes dos outros grupos envolvidos na iniciativa.

Premium), só dava pra ver com clareza o número “14”, trecho correspondente ao final da frase e que estava já no final do setor superior central, quase chegando no setor superior sul, isto é, trecho do estádio que por voltas das dezesseis horas da tarde já estava na sombra. Os torcedores ainda passaram diversos minutos com as placas levantadas, mas ninguém que estava no mesmo setor que eu parecia entender o que estava escrito. [...] Depois de notar que o mosaico não tinha dado certo, torcedores de outros setores puxaram o grito: “Abaixa! (Seguido de três palmas)”. Os torcedores que ocupavam o setor superior central prontamente atenderam. Em um primeiro momento, avalei que esta atitude era negativa, porque desconsiderava todo o trabalho aplicado naquele projeto [...]. Em contrapartida, avalei que aquela ordem (sim, ordem, não parecia apenas um pedido) era uma forma de minimizar os danos, evitar que fotos e vídeos fossem realizados e que este material acabasse sendo utilizado pela torcida adversária para fazer chacota. De toda forma, as fotos e os vídeos foram usados pela torcida rival e foram fundamentais para reafirmar um xingamento há muito tempo utilizado pela torcida do Fortaleza, o “Come Ovo”. Isto porque fotos que foram batidas de um determinado ângulo, isto é, de um setor diferente do que o que eu estava, permitiam a leitura de mais uma parte do mosaico a “O – VO – 14²⁴¹”. [...] (Diário de Campo 11. Fortaleza. 11/11/2018).

Salientamos que, além das brincadeiras da torcida rival, os responsáveis por esse projeto tiveram que lidar com as intensas críticas da torcida alvinegra nas redes sociais. Ao observar os comentários realizados em post publicado horas antes do jogo (Que continha uma foto de um integrante da Torcida Cangaceiros Alvinegros participando da montagem do mosaico e uma legenda que convidava os torcedores a entrarem cedo e a participar da festa), foi possível perceber que os torcedores alvinegros estavam chateados com o contratempo com a exibição do mosaico e estavam preocupados com os comentários que estavam sendo feitos pela torcida rival. Entre as frases mencionadas nos comentários estava: “Vai aprender a fazer mosaico, pra não fazer nós passar vergonha”.

Ainda que a Equipe Vai Rolar a Festa não tenha participado do projeto mencionado acima e, portanto, não tenha sido alvo das críticas que citamos, ao acompanhar as redes sociais, é possível perceber que outras críticas são direcionadas a ela. Por isso, perguntamos aos integrantes da Equipe de que forma o grupo lida com as críticas nas redes sociais, os entrevistados nos responderam que:

A torcida ela é muito de momentos. Quando a gente acertou, quando acertamos no projeto do escudo do Ceará, que foi no aniversário, a torcida veio de braços abertos e a gente teve uma ótima arrecadação também. Então... e tivemos também momentos tristes, que foi um projeto que a gente fez e não deu muito certo, e que a torcida recuou totalmente. [...] Então, acabou sendo meio triste o projeto em si,

²⁴¹ Salientamos que desde 2003 os torcedores do Fortaleza se referem aos torcedores do Ceará por “OS COME OVO”. Este insulto começou a ser utilizado após o Jornal O Povo publicar uma notícia com denúncia de jogadores do Ceará sobre a qualidade e a variedade da alimentação que era oferecida pelo clube aos atletas. Assim, o insulto consiste em afirmar que o outro não possui boas condições financeiras, sobretudo para conseguir se alimentar, e, por isso, só possui dinheiro para comprar ovos para compor as refeições. FONTE: FORMIGA, Bruno. Relembre 10 momentos em que torcedores de Ceará ou Fortaleza chiaram após matérias do O Povo. **O Povo**, Fortaleza, 22 mar. 2012. Clássico-Rei. Disponível em: <https://www20.opovo.com.br/app/opovo/esportes/2012/03/22/noticiaesportesjornal,2806314/relembre-10-momentos-em-que-torcedores-de-ceara-ou-fortaleza-chiaram-apos-materias-do-o-povo.shtml>. Acesso: 19 maio. 2020.

aí a torcida já recuou. Ela ficou naquela “Eu doeí pra isso? Eu participei pra isso?”. [...] (Entrevistado 2 – Marcos. Fortaleza. 09/01/2020).

[...] O torcedor critica o time de futebol e não vai criticar a equipe que faz festa? O time que ele ama, ele esculhamba e briga. Então, com a gente não é diferente. Se a festa que a gente fizer não agradar o torcedor e... É basicamente o seguinte hoje ó: Se a torcida rival fizer algo que não der certo e a torcida do Ceará ver aquilo que não deu certo e começar a provocar aquilo, tipo, brincar com a cara deles, a própria torcida vai pra cima da equipe que organizou. “Ah! vocês fazem uma coisa e não dá certo, que vergonha e tal”, é o que acontece com a gente. Então, hoje, é basicamente isso, a gente sofre uma pressão. Digamos que a gente fica com uma pressão muito grande por a gente arrecadar e mexer com o dinheiro das pessoas, entendeu? Quando você dar um real a mais pra aquela pessoa pra algo, qualquer pessoa que seja. Então, é isso, sofreremos pressão tanto como o time de futebol. (Entrevistado 5 – José. Fortaleza. 25/01/2020).

Também perguntamos aos integrantes e às integrantes da Equipe Vai Rolar a Festa qual a sensação de receber elogios da torcida e da mídia esportiva após a exibição de um projeto. Para isso, citamos o Clássico-Rei realizado no dia 03 de agosto de 2019, válido pela 13ª rodada do Campeonato Brasileiro Série A 2019. Neste jogo, a Equipe apresentou um Mosaico de Papel que fazia referência a um dos biomas do Nordeste, o semiárido, e um mosaico 3D com o Luiz Gonzaga estampado, em homenagem aos 30 anos de morte do sanfoneiro (Ver Anexo E, Fotos 08, 09 e 10). Destacamos que o Ceará venceu este clássico por 2 a 1, por isso, também perguntamos à Equipe se eles ficam com a sensação de vencer duas vezes nos dias em que o time ganha em campo e a torcida é elogiada pela boa execução do projeto. Os torcedores e as torcedoras nos responderam que:

Com certeza, com certeza. Primeiro que a gente usa assim: a gente pensa... a gente quis homenagear um ícone, a nível Brasil. E a gente gosta... ah! tirar onda faz parte... e eles, eu recorde que eles usaram... subiram o Bart²⁴². E a gente ficou assim “Porra, a gente tá fazendo uma homenagem pra uma pessoa que ela é um símbolo do Brasil, um símbolo do Nordeste, e eles fizeram um cara do Simpsons, né. A gente já começa daí. A gente ter ganhado em campo, a gente ter... sem dúvidas, sem dúvidas a gente ganhou duas vezes. Pra gente, foi um dos mais difíceis pela quantidade de cores. Tinha muita cor parecida, tinha hora que... na hora de montar, a gente leva mais ou menos cinco pessoas, que muitas vezes a gente nunca nem viu – porque a gente abre uma listagem –, ... e, muitas vezes, os papéis se misturam, confunde a gente, é uma loucura. Eu acho que, sem dúvidas, foi o mais difícil até agora. O mais difícil, o mais complicado, mas também foi o que mais brilhou. A repercussão, o jogo. Porque, às vezes, é fato, quando a gente faz alguma coisa na arquibancada e o Ceará perde, pra gente, ... foi bom, mas não é a mesma coisa. Quando ganha, o negócio fica completo. Aquele jogo foi sensacional. (Entrevistada 3 – Sara. Fortaleza. 11/01/2020).

Ainda sobre a diferença de um Clássico-Rei para os jogos do Ceará contra qualquer outro clube, perguntamos à componente e aos componentes da Equipe de Bateria da Torcida Organizada Cearamor qual é a sensação de tocar em dia de Clássico-Rei. Ela e

²⁴² Bart é um personagem fictício da série de televisão de animação norte-americana Os Simpsons.

eles nos contaram que a empolgação é maior, assim como a cobrança para realizar uma boa apresentação. Destacamos que a preocupação em não cometer erros também aparece nas falas dos componentes da Bateria. Para estes torcedores, “[...] todo jogo a gente quer dar o gás, mas no Clássico a gente quer ser melhor do que o rival [...] (Entrevistada 7 – Vitória. Fortaleza. 14/02/2020)”. A Entrevistada 7 – Vitória também nos contou que a semana que antecede o clássico é uma semana intensa de trabalho e ensaios da Equipe de Bateria, pois, é preciso “[...] ajeitar instrumentos, afinar instrumentos. Corrigir muitos erros. Porque não pode errar, porque a gente pode ser taxado e zoadado pelo rival. [...] (Entrevistada 7 – Vitória. Fortaleza. 14/02/2020)”.

Conforme mencionamos anteriormente, a apresentação realizada durante o jogo pela Equipe de Bateria segue um roteiro predeterminado. Isto é, o repertório do jogo é escolhido previamente pelo Puxador, pela Direção de Bateria e pelos componentes da equipe durante os ensaios. Contudo, ele não é definitivo, visto que o Puxador, que atua na arquibancada como um maestro diante de uma orquestra, pode realizar alterações ao longo da partida, estas alterações são motivadas pela dinâmica do jogo em campo. Durante nossas observações, identificamos dez momentos do jogo que definem quais músicas serão tocadas ou que interferem e alteram a lista predefinida. As músicas que mencionamos anteriormente também são tocadas em dias de Clássico-Rei, entretanto, outras são acrescentadas, visto que a Torcida Organizada Cearamor possui uma série de músicas que foram elaboradas com o objetivo de mostrar a superioridade do Ceará frente ao Fortaleza; ressaltar a superioridade da TOC frente à TUF; e de potencializar a rivalidade.

Ao analisar 270 músicas da Torcida Organizada Cearamor, que estão distribuídas em 14 álbuns²⁴³, Sobreira Filho (2018) observou que há uma variação nos temas abordados nos álbuns ao longo dos anos, assim como uma mudança de conteúdo nas músicas. O autor faz as seguintes observações sobre os álbuns analisados: 1 – Volume 1: busca exaltar os feitos de cada Ala da Torcida. 2 – Volume 2: almeja enaltecer jogadores e feitos do clube; e passa a apresentar a Cearamor como um todo, aos invés de focar nas divisões interbairros. 3 – Volumes 3 ao 9: apresentam um aumento no discurso sobre a violência, este discurso se apresenta através da letra das músicas e dos recursos sonoros, como sons de tiro, bomba e luta de videogame; reforçam a concepção de que são melhores que o rival dentro e fora de campo; e apresentam um aumento das ofensas de teor homofóbico. 4 – Volumes 10 ao 12:

²⁴³ São 12 volumes de CDs da TOC; 1 CD Oficial das Alas; e 1 CD Especial, o Carroça Desembestada.

apesar de ainda conter músicas com tom intimidador e de autoafirmação, há um aumento nas músicas de incentivo ao clube.

De acordo com Sobreira Filho (2018), a mudança no conteúdo das músicas ocorreu porque os demais torcedores do clube, comuns e organizados, passaram a exigir da maior Organizadora do clube que as canções incentivassem o time. O autor destaca que, ainda que as músicas de incentivo sejam a maioria hoje, as músicas de autoafirmação e depreciação do rival ainda são cantadas nos estádios, sobretudo em partidas que a rivalidade está mais a florada, como em um Clássico-Rei. Dito isto, neste momento, narraremos algumas das observações realizadas por nós no clássico do dia 21 de abril de 2019, o segundo jogo da final do Campeonato Cearense 2019.

Citamos anteriormente que é no momento que o time entra em campo que a torcida canta músicas que exaltam a história do clube, que destacam o amor que a torcida sente pelo clube e que buscam reforçar a ideia de que ele é superior aos demais times de futebol. Desta forma, assim como em outros jogos, em dias de Clássico-Rei, a Equipe de Bateria da TOC inicia suas atividades tocando o Hino Oficial do Ceará Sporting Club e as músicas “Muito mais que um vício” e “Maior do Nordeste”.

Assim, como em outras partidas, logo após o momento de exaltação ao clube, a Torcida Organizadora Cearamor dedicou minutos para exaltar a si e tocou “A TOC é o poder” e “A TOC vai agitar”. Neste dia, acrescentaram ao repertório a canção “Se ganhar ou se perder”, que diz: *“Eu visto preto e branco desde o dia que nasci/E quando entras em campo, eu dou a vida por ti/Ceará é minha vida, eu quero te ver vencer/Estou sempre ao teu lado, se ganhar ou se perder/Olê olê olêê; olê olê olê/Olê olê olêê, se ganhar ou se perder”*.

Com exceção das músicas citadas acima, o repertório do jogo foi composto por músicas que ressaltam a rivalidade entre Ceará e Fortaleza. Salientamos que as músicas que reforçam a rivalidade entre os clubes da capital cearense também são cantadas em jogos contra outros clubes. Contudo, observamos que elas não recebem tanto destaque quando o rival do dia não é o Fortaleza. Isto é, apesar de estarem inclusas no repertório do dia, os torcedores presentes no estádio não as cantam com intensidade. Acreditamos que as músicas que reforçam a rivalidade são cantadas com mais vigor em dia de Clássico-Rei porque a torcida rival está presente no estádio. Ou seja, o torcedor alvinegro tem para quem cantar; o alvo da sua implicância e rivalidade está presente no estádio e está ouvindo. Posto isto, segue as músicas cantadas diretamente contra o rival.

A primeira delas foi a “Ah, ah, ah Patati e Patatá”. Na verdade, não se trata de um música extensa, é apenas uma frase curta, mas que não é gritada como uma palavra de

ordem, é entoada como uma música. Apesar de parecer inofensiva, por fazer referência a uma dupla de palhaços que por alguns anos produziu vídeos infantis, esta frase ofende a torcida do Fortaleza. Isto porque ela é uma tentativa de menosprezar a combinação das cores do time adversário e diminuir qualquer material produzido por eles. É como dizer que suas camisas e bandeiras são infantis e, por isso, devem ser motivo de piada.

Esta frase passou a ser entoada nos estádios em 2013, ano que o Fortaleza disputou a Série C do Campeonato Brasileiro e competiu diretamente com o Sampaio Corrêa por uma vaga na Série B do mesmo campeonato. A frase é utilizada porque as roupas dos palhaços Patati (azul, vermelha e branca) e Patatá (amarelo, verde e vermelho) são idênticas às cores dos dois times citados. Desta forma, sempre que a torcida do Fortaleza exhibe um mosaico ou estende um bandeirão, a torcida do Ceará responde com “*Ah, ah, ah, Patati e Patatá*”. Esta frase revela como elementos extra-campo são inseridas nas disputas pelas melhores performances torcedoras.

A segunda música cantada foi a “Cearamor proibidão – cadê o bandeirão?”. Esta música conta a história de uma reunião convocada por um indivíduo que ocupou o cargo de presidente da Torcida Organizada Cearamor com o objetivo de planejar o roubo e a destruição de um bandeirão da TUF. A letra desta música nos revela que nos anos anteriores as performances torcedoras não se limitavam àquilo que era exibido na arquibancada. Desta forma, há alguns anos, tomar o instrumento da torcida rival também era uma performance realizada pelas Torcidas. Logo, cantar esta música em dia de jogo é como lembrar um título ou uma grande conquista. Segue a letra:

Maurição ficou bolado e fez uma reunião/Quero todo mundo armado pra roubar o bandeirão/Escorando os vigias de oitão e de g3/É só entrar e ir buscar o bandeirão da TUFgay/Quando chega lá na sede não precisa nem pensar/É só pegar o isqueiro rasgar e depois queimar/Cearamor é preto e branco, todo mundo reconhece/Quem tomou teu bandeirão foi a maior do nordeste/Vô tomar, vô tomar, vô tomar mais uma vez/Se pegar mais um lencinho, vô tomar mais uma vez.

O terceiro canto entoado foi “Leão, Gay!”. Não é uma música. Na verdade, é só um grito de resposta a uma ação da torcida do Fortaleza. Os torcedores tricolores gritam “Leão”, batem palmas e levantam os braços rapidamente. O grito é forte o suficiente pra ser ouvido do outro lado da arquibancada. Assim, a torcida do Ceará responde com “Gay, gay, gay, gay, gay” acompanhado de palmas. Como o grito dos alvinegros acontece na sequência, ao ouvirmos as frases, temos a impressão de que todos os torcedores presentes estão gritando a mesma coisa e não gritos diferentes. Em conformidade com Sobreira Filho (2018), esta música revela que as torcidas costumam cantar em um sistema de “pergunta/resposta”. O

autor cita um segundo exemplo: “[...] Quando uma grita: “Leão, nós gostamos de você”, a outra manda na lata “Leão, vai morrer na série C” [...] (p. 26)”.

A quarta música foi “Leão foi pra terceira se fuder”²⁴⁴. De todas as músicas que reforçam a rivalidade entre os dois clubes, é possível que esta seja a preferida dos torcedores alvinegros, uma vez que observamos que a altura das vozes alcançam uma intensidade diferente e os torcedores demonstram empolgação no momento em que ela é cantada. A música começa da seguinte forma: “*Cai, cai, cai, cai, cai, cai, Leão!*”, cada vez que a palavra “cai” é pronunciada o torcedor bate palmas, o que torna o efeito sonoro muito forte; em seguida é gritado “*Gay, gay, gay*”, nesse momento os torcedores levantam os braços acima da cabeça e cada vez que a palavra *gay* é pronunciada os braços são lançados para frente; e, por fim, cantam “*pra terceira divisão/Arerê, leão foi pra terceira se fuder, êêê!*”. Ao chegar ao refrão, os torcedores estão completamente envolvidos com o ritmo da música e seus corpos param de seguir um movimento específico. Há quem pule, dance em ritmo de axé ou só remexa o corpo de um lado para o outro.

Esta música começou a ser cantada em 2009, ano em que tanto Ceará como Fortaleza disputavam a Série B do Campeonato Brasileiro, entretanto, os dois clubes estavam em situações diferentes. O Ceará estava entre os melhores colocados, indicando (o que se confirmou no final da temporada) que garantiria uma vaga na Série A 2010; já o Fortaleza estava entre os últimos, apontando (o que também foi confirmando no fim da temporada) que seria rebaixado para a Série C 2010. Por isso, os torcedores do Ceará criaram esta música para provocar o rival e lembrá-lo de que sua situação no torneio nacional era desagradável.

Naquele ano, as previsões indicavam que o Fortaleza seria rebaixado, contudo, por conta do histórico do clube em torneios nacionais, esperava-se que no ano seguinte ele retornasse à Série B. Entretanto, isto não aconteceu. O tricolor cearense passou oito anos disputando a terceira divisão do Campeonato Brasileiro. Desta forma, entre os anos de 2009 e 2017, “Leão foi pra terceira se fuder!” foi uma das músicas mais cantadas pela torcida do Ceará nos estádios cearenses. Apesar do Fortaleza ter conseguido ascender a divisões melhores do Campeonato Brasileiro e de ocupar um lugar diferente no cenário futebolístico nacional, a música continua a ser entoada pelos torcedores alvinegros, pois é uma forma de lembrar ao rival a difícil situação que enfrentou e por ressaltar a superioridade do Ceará no cenário futebolístico nacional.

²⁴⁴ A música “Leão foi pra terceira se fuder” é uma paródia da música “Arerê” que tem como intérprete Ivete Sangalo.

A quinta música foi “Liga pro zoológico”. A música diz: “*Liga pro zoológico, chama o camburão/E diz que a Cearamor ela matou um leão/Porque a Cearamor não dispensa que eu sei/Matador de leão e come cu de TUF Gay/ A TUF é gay, é gay, é gay!*”. Desse modo, ela faz referência ao mascote do rival, o leão; busca intimidar o adversário; e reforça a ideia de superioridade de um time e de uma torcida em relação a outra. Para isso, utiliza expressões que fazem referência à violência física e à homofobia. De acordo com Sobreira Filho (2018), os gritos de guerra com palavras ofensivas são utilizadas para afrontar a “[...] torcida adversária, na tentativa de colocá-la como algo menor, tomando a palavra gay como xingamento para atingir o outro [...] (p.18)”. Além disso, o autor destaca “[...] que ser homossexual no âmbito das interações de pesquisa é comumente colocado como algo pejorativo, visto com repulsa no que concerne ao jogo das torcidas (p.18)”.

Neste Clássico-Rei, o Ceará entrou em campo com desvantagem, pois havia perdido o primeiro jogo por 2 a 0. O Fortaleza abriu o placar ainda na primeira etapa do jogo, portanto, o Ceará estava perdendo por 3 a 0 no placar ampliado. Na medida que o fim da partida se aproximava, as chances de vencer e de conquistar o título diminuía. Contudo, a possibilidade da derrota não fez com que a torcida alvinegra diminuísse a intensidade com que cantava na arquibancada. Na verdade, as músicas deram lugar às palavras de ordem, assim, a torcida passou a gritar “*Ôôô, vai pra cima deles, Vovô!*”, “*Queremos raça, do time todo*” e “*Ôôô-ô-ôôô Eu acredito!*”. No momento que a torcida percebeu que o resultado positivo não viria, ela mudou de estratégia. Assim, deixou de exigir que os jogadores se esforçassem em campo e passou a declarar seu amor ao clube. Como mostra um trecho de nosso diário de campo:

O relógio marcava trinta minutos do segundo tempo. No placar agregado, o Ceará perdia de 3 x 0, ou seja, precisava de três gols para ser campeão. A torcida, apesar de ter chegado esperançosa, começava a entender que o título não viria naquele dia. [...] Lembro que pensei: “Daqui a pouco a torcida começa a deixar o estádio, afinal, ela tem feito isso em diversos jogos, tem ido embora cedo”. [...] Mas naquele dia eu fui surpreendida, a torcida ficou. Ficou e cantou como em nenhum outro momento ao longo do jogo. O “Alvinegro, sempre eu vou ser, estou contigo até eu morrer!” estava sendo cantado para si. Isto é, naquele momento, o torcedor parecia não estar mais cantando como quem realiza uma performance, performance no sentido de atuação, para ser notado e admirado pelo outro. Ele estava cantando para reafirmar o seu sentimento e seu comprometimento com o clube do seu coração. Ele estava renovando os votos com seu amado time. O “Ceará, sempre vou te amar, eu te prometo, nunca abandonar” não estava sendo cantado para os torcedores rivais como em “liga pro zoológico” ou cantado para os jogadores como em “queremos raça, do time todo”. Ele estava sendo cantado pro Ceará. O Ceará que não é o jogador, não é o técnico, não é a diretoria e não é a sede. O Ceará que é essa entidade que arregimenta multidões de apaixonados desde 1914, mas que ao mesmo tempo é difícil de materializar e personificar e que é carregado por todos que reivindicam as cores preto e branco pra si, mas que não é posse exclusiva de ninguém. Ao olhar em volta, vi torcedores tirarem o olhar do campo e direcioná-lo

para cima, bater no peito, pôr as mãos no rosto, cobrir o rosto com a camisa e se enrolar com a bandeira. [...] (Diário de Campo 17. Fortaleza. 21/04/2019).

Naquela hora, percebemos que, ainda que realize suas ações com o intuito de ser observada, admirada e elogiada, a razão de existir de uma torcida é seu clube. As torcidas são compostas por uma legião de apaixonados, isto é, por indivíduos que optaram por amar determinadas cores. O amor do torcedor pelo clube não é incondicional, pois ele exige uma contrapartida, ele exige gol, vitórias, títulos. Entretanto, o amor do torcedor não é substituível, ele permanece ainda que os gols, as vitórias e os títulos não cheguem, por isso, os torcedores do Ceará cantam *“Alvinegro sempre eu vou ser, estou contigo até eu morrer”*. O torcedor consegue declarar seu amor ainda que esteja decepcionado e de coração partido. Na verdade, é quando está de coração partido que o torcedor renova seus votos com o clube, é quando ele diz *“Ceará, sempre vou te amar, eu te prometo nunca abandonar”*.

Por fim, foi possível perceber que as Torcidas Organizadas, assim como as Equipes de Festa, são movidas pelo desejo de serem observadas e admiradas. Para isso, promovem espetáculos nas arquibancadas dos estádios, sobretudo em partidas contra clubes que possuem grande atenção da mídia esportiva nacional. As Torcidas e as Equipes realizam festas com o intuito de reafirmar seu amor e devoção ao clube; para exaltar o clube; para demonstrar a grandeza da torcida, tanto em números de indivíduos presentes com em capacidade para executar uma grande festa; e para projetar sua torcida e seu clube nacional e internacionalmente.

Além disso, a execução de festa passou a ser elemento de disputa entre as torcidas. Desta forma, em dias de Clássico-Rei, além da rivalidade em campo, há rivalidade na arquibancada. Assim, as Equipes de Festa se organizam para projetar o que será exibido durante o jogo, escolhem o personagem ou tema que será citado, seleciona o material e reúne os torcedores para a montagem. Na disputa pela melhor performance na arquibancada, vence a Torcida que canta durante os noventa minutos; a Equipe de Bateria que não erra os toques e que mais movimentava arquibancada; a Torcida que exhibe sem falhas os bandeirões e a Equipe de Festa que melhor executou os mosaicos e o show de pirotecnia.

4.5 Os efeitos sociais dos Megaeventos Esportivos e as transformações nas performances torcedoras

Sob o véu tecnicista, cujo discurso se oferece pretensamente desprovido de referências ideológicas e que se sustenta no desenvolvimento de novas tecnologias, da racionalização, da modernização, da garantia de segurança e outros elementos

correlatos, aceita-se uma profunda transformação na vida coletiva através das reformas e/ou edificações de novos estádios de futebol no Brasil e no mundo. (CAMPOS, 2014, p.350)

Conforme mencionamos anteriormente, os estádios erguidos ou reformados durante o terceiro ciclo de construção (que iniciou em 2010 após a definição de quais capitais brasileiras seriam sedes da Copa de 2014) tiveram suas estruturas moldadas de acordo com as exigências técnicas e interesses da entidade organizadora do megaevento Copa do Mundo, a FIFA. Assim, os equipamentos passaram a ser utilizados não só para receber partidas de futebol, mas outras modalidades esportivas e até mesmo outros tipos de eventos. Isto porque uma das exigências da FIFA era tornar os estádios uma Arena Multiuso.

Destacamos que as principais características de uma Arena Multiuso são: multifuncionalidade; condições para receber um grande volume de torcedores, no entanto, não precisa ter as mesmas dimensões que um *estádio de massas*; e incorporar técnicas e princípios de uma construção sustentável. Além disso, garantir uma boa experiência ao indivíduo que a use para acompanhar os espetáculos, como: boa visibilidade do campo; alimentação variada e de qualidade; conforto, sobretudo com a limitação dos espaços a serem ocupados individualmente através de assentos; e segurança, especialmente através do aumento do efetivo policial no recinto e a inclusão de câmeras de segurança e centro de controle.

Acreditamos que características como conforto e segurança devem ser garantidas em qualquer equipamento que se proponha a receber espetáculos esportivos e a todos os espectadores, sem distinção. No entanto, o que observamos é que, aos serem incluídas nos estádios brasileiros, tais características provocaram uma limitação no acesso à arquibancada. Isto ocorreu porque, ao reduzir a capacidade para receber torcedores, houve aumento nos valores dos ingressos; ao melhorar a qualidade dos bens oferecidos dentro do estádio, como bebidas e comidas, os preços destes ficaram inacessíveis a muitos torcedores; ao restringir o uso de objetos e adereços comumente utilizados por torcedores e por Torcidas Organizadas e ao acrescentar novos dispositivos de controle e vigilância, afastou-se das arquibancadas o público que historicamente as ocupavam.

Desta forma, consideramos que o termo Arena não representa apenas uma mudança na nomenclatura dos equipamentos esportivos, ele é um reflexo das novas formas de projetar estes equipamentos e para que público eles são pensados. Destacamos que a “arenização” dos nossos estádios têm contribuído para que a referência cultural desses

espaços seja extraída, já que eles estão sendo tomados pela visão capitalista de território, ou seja, sendo vistos apenas como fonte de recursos e obtenção de lucro.

Além disso, acreditamos que a Copa do Mundo de 2014 desencadeia o terceiro ciclo de construção de estádios no Brasil, isto é, o ciclo de *arenização* dos estádios brasileiros. Vale ressaltar que, dos doze estádios que sediaram jogos do Mundial de 2014, dois foram construídos e dez foram reformados. Ainda que a maioria tenha sido apenas reformado, consideramos importante contabilizá-los no ciclo de construção, pois alguns foram demolidos e remodelados por completo. O Estádio Castelão, estádio construído durante o segundo ciclo, foi um dos doze estádios reformados para a Copa de 2014, já que a cidade de Fortaleza foi escolhida como subsede do Megaevento.

Por isso, perguntamos aos nossos entrevistados e entrevistadas se eles e elas frequentavam o Estádio Castelão antes de 2011, período que antecedeu a reforma do equipamento para receber a Copa de 2014, e se notavam diferenças no equipamento por conta da reforma. As perguntas foram feitas com o intuito de entender se os torcedores e torcedoras percebiam alguma mudança no estádio após sua remodelação para Arena Multiuso. Dos oito torcedores e torcedoras que entrevistamos, duas não frequentaram o Castelão antes de 2011. Os seis torcedores que já frequentavam o Castelão antes da reforma notaram mudanças significativas no equipamento após a reinauguração. Ressaltamos que as respostas dadas a nós pontuaram, principalmente, as mudanças na estrutura física do equipamento, mas também revelaram como essas mudanças interferiram nas vivências dos torcedores no estádio.

Assim, para os torcedores e as torcedoras, o Estádio Castelão antes da reforma possuía as seguintes características: não contava com assentos instalados na arquibancada, a estrutura contava apenas com concreto e cimento; garantia aos vendedores ambulantes mais liberdade para vender seus produtos dentro do estádio; possuía uma variedade maior de produtos ofertados, sobretudo mais opções de bebidas alcoólicas; e os ingressos destinados para arquibancada inferior eram mais acessíveis. Já as características no período posterior à reforma são: a arquibancada está mais próxima do campo; o estádio está mais moderno; e há assentos instalados.

Os torcedores e as torcedoras também realizaram comentários classificando as mudanças no Estádio Castelão de forma positiva e negativa. As mudanças positivas mencionadas foram: a acessibilidade melhorou, sobretudo com a construção das rampas na esplanada do estádio; o estádio está mais agradável; o estádio está mais amigável; e a aproximação entre a arquibancada inferior e o campo foi uma boa decisão. Já as mudanças

negativas mencionadas foram: a saída do estádio piorou, já que há menos portões para evacuação do público; houve aumento no número de abordagens policiais na entrada do estádio, o que atrasa a chegada na arquibancada e causa aglomeração nos portões de acesso; há muitas proibições na Arena, sobretudo no que diz respeito ao consumo de bebidas alcoólicas; os preços dos produtos vendidos na Arena estão mais caros; e estádio está mais elitizado.

A partir dos relatos dos torcedores e das torcedoras, é possível inferir que, após a remodelação do Estádio Castelão para Arena e após a realização da Copa do Mundo de 2014, os mecanismos de vigilância e controle dos torcedores aumentaram, assim como as proibições, seja de gêneros alimentícios ou de instrumentos que compõem a performance torcedora. Para entender o assunto, analisamos dois documentos que versam sobre a proteção e a defesa dos direitos dos torcedores brasileiros e dois documentos que foram aplicados durante a realização dos Megaeventos Esportivos, respectivamente: a Lei 10.671 de 15 de maio de 2003, mais conhecida como Estatuto do Torcedor, e a Lei 12.299 de 27 de julho de 2010, que altera o Estatuto do Torcedor; e a Lei 12.663 de 05 de junho de 2012, mais conhecida como Lei Geral da Copa, e o Código de Conduta nos Estádios.

Durante a nossa participação em partidas de futebol na Arena Castelão, tanto como espectadora, quanto como pesquisadora, percebemos que parte das orientações que foram repassadas pela FIFA para serem aplicadas durante os megaeventos continuaram a ser utilizadas nos estádios brasileiros, mesmo após o Mundial. Portanto, acreditamos que a Copa do Mundo de 2014 causou impactos nas práticas torcedoras e alterou a dinâmica dos torcedores e das Torcidas brasileiras. Consideramos que esses impactos podem ser classificados em proibições e liberações. E que as proibições podem ser divididas entre as que estão expressas em lei e as que não estão.

Quando mencionamos proibições que estão expressas em lei, estamos nos referindo às ações que foram censuradas pela Lei 12.299/10, que alterou o Estatuto do Torcedor e que antecipou as orientações da Lei 12.633/12, a Lei Geral da Copa. Desta forma, está proibido entrar nos estádios brasileiros portando objetos, como garrafas, copos, guarda-chuvas, pois acredita-se que eles possam ser arremessados ou utilizados como armas; o uso de fogos de artifício e sinalizadores; e a utilização de bandeiras, sobretudo com mastros de bambu.

Quando mencionamos proibições que não estão expressas em lei, mas que estão sendo aplicadas indevidamente pelos agentes de segurança pública, estamos nos referindo à proibição da exibição de mensagens políticas ou ideológicas, orientação apresentada a nós

no Código de Conduta no Estádio (FIFA, 2013). Por fim, quando mencionamos liberações que ocorreram após a realização da Copa do Mundo de 2014, estamos nos referindo à venda de bebidas alcoólicas nos estádios.

Conforme citamos anteriormente, o Estatuto do Torcedor, no Inciso II do Art. 13-A, sugere a não autorização do consumo e da venda de bebidas alcoólicas no estádios desde 2003. No entanto, a orientação não foi acatada por todos os estados e a venda foi mantida em diversas praças esportivas do país. Foi somente em 2008 que as vendas foram suspensas. Desta vez, a orientação foi dada pela CBF e deveria ser aplicada em todos os estádios que recebessem seus campeonatos. O objetivo da entidade era reduzir os casos de violência nos estádios.

Contudo, a experiência de consumo e venda de bebidas alcoólicas durante os megaeventos esportivos fez com que o debate acerca da liberação nos estádios brasileiros retornasse. Além disso, foi utilizada como argumento pelos autores dos projetos de lei para justificar a solicitação da liberação. Assim, o Projeto de Lei que versa sobre a regulamentação da venda e do consumo de bebidas alcoólicas nos estádios cearenses foi apresentado pelo Deputado Estadual Evandro Leitão (PDT) e votado e aprovado no dia 09 de maio de 2019, com 23 votos favoráveis, 14 contrários e nenhuma abstenção.

Dos oito torcedores e torcedoras que entrevistamos, quatro acreditam que os torcedores e as Torcidas foram impactadas com as alterações decorrentes da realização da Copa do Mundo de 2014, sobretudo com a reformulação do Estádio Castelão em Arena e dos acréscimos realizados no Estatuto do Torcedor. Destes quatro torcedores, três acreditam que esses impactos são sentidos individualmente pelos torcedores: intensificação das revistas policiais; aumento dos custos financeiros para acompanhar uma partida de futebol; proibição da entrada no estádio com bebidas ou alimentos, sobretudo bebidas alcoólicas; e a setorização da arquibancada. E um acredita que os impactos são sentidos coletivamente pelos torcedores, portanto, afetam a todas as Torcidas Organizadas e as Equipes de Festa: a proibição de materiais pirotécnicos na arquibancada.

Sobre a regulamentação da venda e do consumo de bebidas alcoólicas nos estádios cearenses, perguntamos aos torcedores que entrevistamos como eles avaliam a medida. Os oito torcedores e torcedoras avaliaram positivamente. Além disso, eles e elas acreditam que a liberação da venda contribuiu para que os torcedores passassem a entrar mais cedo no estádio e, por consequência disto, contribuiu para que os projetos organizados pela Equipe de Festa fossem bem sucedidos; a receita do clube aumentasse, já que parte dos

valores arrecadados com a venda de bebidas são destinados ao clube; e aumentasse a segurança do torcedor que quer beber dentro do estádio.

Desta forma, acreditamos que um dos efeitos sociais da realização dos megaeventos esportivos e da remodelação dos estádios para arenas foi a reconfiguração das festas realizadas pelos torcedores nas arquibancadas. Assim, uma alteração na estrutura física do estádio – o acréscimo de assentos – e uma proibição que foi pensada para os megaeventos, mas que continuou sendo aplicada nos torneios nacionais – a proibição de materiais pirotécnicos – contribuiu para a transformação de uma das seis características que compõe a *performance torcedora*: a festa. Por isso, acreditamos que não é a existência do assento que garante que projetos de festa com mosaicos ocorram. Os mosaicos passaram a ser uma alternativa de festa após a aplicação dos assentos nas arquibancadas, assim como o uso do papel como material principal da festa passou a ser uma alternativa após a proibição de outros materiais.

Diante disso, observamos que os torcedores e as Torcidas Organizadas, a fim de continuarem realizando um espetáculo nas arquibancadas, renovaram-se e passaram a promover outros modelos de festa. As festas desenvolvidas atualmente pelas torcidas cearenses mais se assemelham a grandes eventos, por mobilizarem várias pessoas; precisarem de valores significativos de dinheiro para a execução; e por atraírem grande atenção midiática. Acreditamos que o surgimento das Equipes de Festa é parte desse movimento de renovação das torcidas. Essas Equipes reúnem torcedores que, além do amor ao clube, compartilham o desejo e o comprometimento com a execução de grandes espetáculos; e conferem às festas uma característica profissional e técnica.

Assim, consideramos que a Equipe Vai Rolar a Festa é um dos resultados do processo de renovação da torcida do Ceará Sporting Club. O grupo foi fundado, em novembro de 2018, por três mulheres, com o objetivo de inovar e ampliar as festas realizadas nos estádios em dias de jogos do time alvinegro. Além da exigência por inovação e criatividade, as idealizadoras da Equipe Vai Rolar a Festa almejavam envolver outros torcedores e outros setores do estádio e atrair visibilidade para a torcida do Ceará. A Equipe conta, em média, com 30 integrantes, que estão distribuídos em seis comissões: Diretoria, Marketing e Comunicação, Financeiro, Arrecadação de doações, Elaboração e criação de projeto e Montagem dos projetos no estádio. Uma vez que não é uma Torcida Organizada, mas sim uma Equipe de Festa, a Vai Rolar a Festa possui em seus quadros indivíduos que estão inseridos em outros grupos de torcedores ou Torcidas Organizadas do Ceará. Os grupos

representados são: Camisa 14, Cangaceiros Alvinegros, Ceará Cana, Movimento Organizado Força Independente, Setor Alvinegro e Torcida Organizada Cearamor.

Para os cinco integrantes da Equipe que entrevistamos, o papel da Equipe Vai Rolar a Festa é chamar a torcida alvinegra de volta ao estádio; engrandecer o nome do Ceará através das festas; e mostrar a força da torcida do Ceará. Além disso, consideram que ela é importante para a torcida alvinegra porque os projetos ajudam o torcedor a recuperar a vontade de torcer e por ser uma forma de mostrar ao clube o quanto a sua torcida é apaixonada e dedicada. Os projetos executados pela Equipe envolvem a exibição de Mosaico de Papel, Mosaico com bandeirinhas, Mosaico em 3D, Mosaico Permanente e show pirotécnico, exibido fora da arquibancada e montado por uma empresa especializada.

Destacamos que a Equipe Vai Rolar a Festa não executa projetos em todos os jogos. Por isso, perguntamos aos seus integrantes quais os critérios utilizados para decidir em quais jogos acontecerão as festas. Ele nos responderam que escolhem os jogos que são comemorativos, como o aniversário do clube; os que serão disputados contra o rival, isto é, os Clássicos-Rei; os das etapas finais dos campeonatos; e os que serão disputados contra times que recebem grande atenção da mídia esportiva nacional, como Flamengo e Corinthians. Além disso, precisam observar os seguintes aspectos: expectativa de público, que precisa ser alta, já que é preciso ter um número significativo de torcedores para exibir o mosaico; e o calendário, pois, antes da exibição de um grande projeto, é necessário uma sequência de jogos para realizar a arrecadação de dinheiro.

Vale ressaltar que os recursos financeiros foram apontados como critério central no processo de decisão de quais jogos receberão festa, quais personagens serão homenageados e quais materiais serão utilizados. Por esse motivo, perguntamos aos integrantes da Equipe quais são as estratégias adotadas pelo grupo para arrecadar dinheiro e qual é o custo total do espetáculo em um único jogo. Sobre o gasto médio por jogo, os valores variam dependendo do material que é utilizado e do que é exibido na arquibancada. Desta forma, o valor de uma festa pode variar entre 8 mil e 40 mil reais.

Quanto às formas de arrecadação, eles nos responderam que vendem rifas no estádio e através do perfil oficial da Equipe nas redes sociais; distribuem urnas nos locais de venda dos ingressos e em vários setores do estádio para arrecadação de doações; disponibilizam opções virtuais para doações; e vendem materiais exclusivos da Equipe. Além das estratégias mencionadas acima, a Equipe Vai Rolar a Festa estabelece parcerias com empresas locais de pequeno e médio porte, portanto, conta com um grupo de patrocinadores. Também, gostaríamos de mencionar que, ao acompanhar as redes sociais da Equipe, foi

possível perceber a preocupação que o grupo tem com a transparência, pois frequentemente disponibiliza nas redes sociais a prestação de contas dos valores arrecadados a cada jogo e a cada projeto.

Os integrantes da Equipe Vai Rolar a Festa nos contaram que, em média, precisam de dois meses para arquitetar e apresentar uma proposta de projeto; duas semanas para preparar um dos espetáculos, este prazo inclui o tempo necessário para a aquisição e preparação do material que será exposto na arquibancada; já para a montagem, só precisam de um dia, por isso, ela ocorre apenas no dia do jogo ou um dia antes, dependendo do horário que a partida está marcada para acontecer. Por fim, destacamos que não é apenas financeiramente que os torcedores do Ceará contribuem para a elaboração e a exibição de festas nos estádios, comumente, eles são convidados a participar da confecção e da montagem da festa.

Salientamos que a Equipe Vai Rolar a Festa não é a única responsável pelo espetáculo nas arquibancadas em dias de jogos do Ceará Sporting Club, a TOC, fundada em 26 de outubro de 1982, ainda participa ativamente das festas nos estádios cearenses, sobretudo através da Equipe de Bateria. Presentemente, a Equipe de Bateria da TOC conta com 25 integrantes que movimentam as arquibancadas com os ritmos funk e axé. De acordo com três componentes da Bateria que entrevistamos, a principal função desta Equipe é não deixar o estádio morrer; não deixar o restante da torcida desmotivar; e ser o coração da torcida. Ao associar a Bateria a um órgão vital, os torcedores querem dizer que ela é um elemento essencial para as torcidas. Assim, para estes torcedores, os instrumentos musicais são os elementos mais relevantes da performance torcedora, uma vez que a ausência de faixas e bandeiras, por exemplo, causa interferência apenas visual, já a ausência da bateria causa interferência nas ações que serão realizadas pelo conjunto de torcedores presentes na partida.

Além disso, eles nos contaram que há três etapas no processo de preparação da Equipe. A primeira ocorre nas semanas ou nos dias que antecedem a uma partida de futebol, através das reuniões do grupo e dos ensaios. A segunda ocorre nas horas que antecedem a partida, quando alguns dos componentes se dirigem à sede da Torcida Organizada para separar o material que será utilizado no dia; para checar a lista de componentes que estarão presentes no jogo e que tocarão; e depositar os instrumentos musicais no caminhão fretado para transportá-los até o estádio. Por fim, a terceira etapa ocorre com a chegada dos componentes no estádio. Os integrantes da Equipe de Bateria realizam a seguinte rotina: procuram o Diretor da Equipe de Bateria para comunicar a chegada; caso precisem de ingresso ou o do cartão sócio-torcedor para entrar no estádio, procuram o Presidente da

Torcida; parte do grupo se dirige ao policiais do Batalhão de Policiamento de Eventos para submeter os materiais à revista, enquanto os demais integrantes aguardam a liberação; e, por fim, recolhem os materiais e os levam para a arquibancada.

Destacamos que a apresentação realizada durante o jogo pela Equipe de Bateria segue um roteiro predeterminado. Isto é, o repertório do jogo é escolhido previamente pelo Puxador, pela Direção de Bateria e pelos componentes da equipe durante os ensaios. Contudo, ele não é definitivo, visto que o Puxador, que atua na arquibancada como um maestro diante de uma orquestra, pode realizar alterações ao longo da partida, estas alterações são motivadas pela dinâmica do jogo em campo. Durante nossas observações, identificamos dez momentos do jogo que definem quais músicas serão tocadas ou que interferem e alteram a lista predefinida: quando o time entra em campo, os minutos iniciais da partida, quando o time mostra apatia em campo, quando o time abre o placar, quando o time adversário abre o placar, quando o time adversário amplia o placar, quando o time alcança o empate, quando o time conquista uma virada, após o término de uma partida, com o time vitorioso, e após o término de uma partida, com o time derrotado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio deste trabalho, buscamos compreender os efeitos sociais dos Megaeventos Esportivos Copa das Confederações 2013 e Copa do Mundo 2014, assim como as transformações realizadas no Estádio Castelão, e entender de que forma esses efeitos contribuíram para as alterações na dinâmica das torcidas que atuam na cidade de Fortaleza/CE, sobretudo as torcidas vinculadas ao Ceará Sporting Club. Inicialmente, elaboramos os seguintes objetivos específicos: quais normalizações pensadas para a Copa do Mundo 2014, sobretudo as que constam na Lei Geral da Copa e no Código de Conduta nos Estádios, continuaram sendo aplicadas nos estádios de futebol cearense mesmo após o término dos megaeventos esportivos; de que forma as novas normalizações aplicadas nos estádios de futebol cearense, sobretudo no Estádio Castelão, intervieram na performance das torcidas do Ceará Sporting Club; quais os elementos que compõe a performance das torcidas do Ceará Sporting Club atualmente?

Para isso, dialogamos com sujeitos que compartilham as seis características que compõem o que chamamos de a “*performance torcedora*”, elencadas no início deste trabalho. Estas características são: ser tomado por adrenalina em dias de jogos do seu clube, conseguir envolver no ambiente futebolístico aqueles que não possuem apreço pelo esporte, conseguir deixar de ser um indivíduo isolado para integrar um grupo, ser supersticioso, não se deixar ser enlaçado pelas provocações do adversário, e promover uma festa nas arquibancadas.

Além do fato de compartilharem a *performance torcedora*, estes sujeitos compartilham a simpatia pelo mesmo clube de futebol, ou seja, todos são torcedores e torcedoras do Ceará Sporting Club. Contudo, integram grupos de torcedores diferentes. Diante disso, entrevistamos oito torcedores e torcedoras. Destes, três são integrantes da Equipe de Bateria da Torcida Organizada Cearamor, maior e mais antiga Torcida Organizada do Ceará Sporting Club, e cinco são integrantes da Equipe Vai Rolar a Festa, equipe fundada com o objetivo de potencializar as festas realizadas nas arquibancadas em dias de jogos do alvinegro.

Quanto ao campo de pesquisa, destacamos que escolhemos o Estádio Castelão para realizar a pesquisa de campo não somente porque foi neste estádio que o Ceará Sporting Club comandou mais jogos durante os anos de 2018 e 2019, mas porque consideramos que, além de ser cenário de grandes eventos culturais e esportivos, ele é um local que condensa uma série de desigualdades e lutas sociais e simbólicas. Além disso, o Estádio Castelão foi escolhido como *locus* do projeto de modernização do futebol no Estado do Ceará, isto é, foi

um dos doze estádios brasileiros selecionados para sediar os Megaeventos Esportivos Copa das Confederações 2013 e Copa do Mundo 2014. Portanto, foi um dos equipamentos esportivos submetidos a profundas transformações estruturais e que, por isso, ganhou o título de Arena.

Contudo, também realizamos incursões no Estádio Presidente Vargas, nas ruas de acesso aos Estádios Castelão e PV horas antes das partidas, na sede do Ceará Sporting Club e nas redes sociais. Optamos por ampliar nosso contato com as torcidas e com os torcedores e acompanhá-los em espaços onde não há jogo por entendermos que o estádio de futebol não é o único espaço de atuação desses indivíduos. As performances torcedoras extrapolam o espaço da arquibancada e ocupam as ruas e os bares da cidade, sobretudo dos que ficam próximo aos estádios. Na verdade, a performance torcedora pode se manifestar até mesmo em espaços virtuais, como nas redes sociais.

Durante a pesquisa de campo, foi possível perceber que as redes sociais são utilizadas pelas Torcidas Organizadas e pelas Equipes de Festa para movimentar a torcida para a execução de espetáculos na arquibancada. Além disso, as redes sociais são palco das disputas de narrativas entre torcedores de clubes rivais. Assim, a rivalidade que se materializa nas postagens em redes sociais diz respeito à qual Torcida Organizada ou à qual Equipe de Festa possui a melhor técnica de execução de espetáculo na arquibancada; qual Torcida ou Equipe executou mais projetos com êxito; e quais projetos ganharam mais repercussão na mídia esportiva local e nacional.

Tendo em vista que o nosso objetivo geral era compreender quais os efeitos sociais dos Megaeventos Esportivos Copa das Confederações 2013 e Copa do Mundo 2014, assim como as transformações realizadas no Estádio Castelão, e entender de que forma esses efeitos sociais contribuíram para as alterações na dinâmica das torcidas que atuam na cidade de Fortaleza/CE, iniciamos o diálogo com os torcedores e as torcedoras que entrevistamos perguntando o que o estádio representa para eles. Estes torcedores e torcedoras nos responderam que consideram o estádio como sendo parte da sua vida; sua segunda casa; como um espaço de diversão; como um local de trabalho, uma vez que a organização de festas na arquibancada demanda tempo, planejamento e responsabilidade; um espaço em que podem suspender seu cotidiano; um espaço que passa emoção; um local de encontro, sobretudo para rever os amigos; o local em que podem extravasar suas energias; e um local de comemoração e tristeza, simultaneamente.

Salientamos que os entrevistados e as entrevistadas nos deram mais de uma resposta, o que demonstra que a arquibancada pode assumir diversos significados para estes

indivíduos. Além disto, consideramos relevante destacar que algumas respostas se repetiram nas falas dos demais, acreditamos que isto ocorreu porque alguns desses significados são compartilhados por diversos indivíduos que possuem uma estima pelo futebol. Também, os comentários dos entrevistados e das entrevistadas nos revelam que eles e elas possuem uma relação afetiva com o local que ocupam, uma vez que se sentem à vontade para “extravasar suas energias” e o consideram “sua segunda casa”.

Por meio da pesquisa bibliográfica, foi possível perceber que os estádios brasileiros foram submetidos a intensas transformações ao longo do anos e que estas transformações causaram refrações para os torcedores e para as torcidas. Desta forma, neste trabalho debatemos sobre os três ciclos de construção de estádios no país. O primeiro deles ocorreu nas décadas de 1930 e 1940, sobretudo após a decretação do Estado Novo. Ainda que o futebol já estivesse consolidado como um espetáculo de massas nestas décadas, ele ainda possuía características amadoras e não contava com grandes contribuições financeiras do poder público. É durante a gestão de Getúlio Vargas que o Estado Brasileiro começa a construir grandes estádios de futebol. Além de construir equipamentos esportivos em diversas cidades brasileiras, Vargas buscou obter o controle sobre as organizações esportivas do país, isto é, as federações esportivas, com o objetivo de obter benefícios políticos, sobretudo para fortalecer a imagem do regime.

As principais características dos estádios construídos durante o primeiro ciclo são: estão localizados em áreas centrais de suas cidades; possuem capacidade para receber, em média, 20 mil torcedores; a distância entre a arquibancada e o campo é curta; não há dois lances de divisão na arquibancada, como uma ala superior e outra inferior; e não há cadeiras retráteis. Fortaleza foi uma das cidades que ganhou um estádio durante o primeiro ciclo construtivo, este estádio é o Presidente Vargas, o PV.

O segundo ciclo de construção de estádios ocorreu na década de 1970, sobretudo durante a gestão de Emílio Garrastazu Médici (1969-1974) e Ernesto Geisel (1974-1979). Assim como na ditadura Vargas, a ditadura militar (1964-1985) utilizou os esportes, especialmente o futebol, para controlar as atividades coletivas e forjar uma imagem positiva do regime. Para isso, realizaram reformas nos antigos estádios e construíram novos; criaram os campeonatos nacionais; aumentaram o número de partidas disputadas em um único ano; e, em especial, utilizaram os próprios jogadores da Seleção Brasileira nas propagandas governamentais.

Mascarenhas (2015) se refere ao segundo ciclo de construção como a “geração estatal de grandes estádios” e se refere aos equipamentos esportivos construídos nessa década

como *estádio das massas*. As principais características dos estádios construídos durante o segundo ciclo são: capacidade para receber um volume significativo de espectadores; estruturas rústicas e simplificadas; e ausência de conforto. Isto porque a arquibancada era feita apenas de cimento e concreto; não possuía assentos, portanto, não havia nada que demarcasse o espaço a ser ocupado individualmente; e contava com poucas estruturas divisórias entre os setores.

O *estádios das massas* recebiam um público com menor poder aquisitivo; por conta da ausência de barreiras físicas, permitiam ao torcedor o fenômeno de carnavalização e a expressão coletiva de movimentos e coreografias; fomentaram a articulação coletiva entre os torcedores, uma vez que precisavam cantar juntos para serem ouvidos do campo, o que culminou no surgimento das Torcidas Organizadas. Fortaleza também ganhou um estádio durante o segundo ciclo construtivo, este estádio é o Plácido de Aderaldo Castelo, o Castelão.

Tendo em vista que os dois estádios citados ainda estão em funcionamento e recebem jogos oficiais, perguntamos aos torcedores e às torcedoras que entrevistamos se eles e elas observam diferenças entre o Estádio Presidente Vargas e o Estádio Castelão. Os oito torcedores e torcedoras visualizam diferenças entre os estádios, sobretudo na estrutura. No entanto, suas respostas não se limitaram a pontuar os aspectos físicos dos equipamentos, mas revelaram como as diferenças na estrutura interferem nas suas vivências no estádio e como essas diferenças afetam as práticas torcedoras.

Para caracterizar o Estádio Presidente Vargas, os torcedores e as torcedoras mencionaram sete aspectos positivos e oito aspectos negativos: 1) *Aspectos positivos*: o PV é um caldeirão, por permitir que os torcedores fiquem mais próximos do campo; os jogadores conseguem escutar os gritos de incentivo ou de reclamações da torcida; é um espaço mais acolhedor; é mais “raiz”; a energia que emana da torcida para os jogadores é maior por conta da proximidade, tanto entre um torcedor e outro quanto entre os torcedores e os jogadores; a visibilidade é melhor; e o som do canto da torcida se propaga melhor no estádio. 2) *Aspectos negativos*: o PV está defasado; está muito antigo; o entorno é complicado para estacionar; o deslocamento até o estádio é ruim; há poucos portões de acesso para a arquibancada; é difícil sair do estádio e do bairro ao fim do jogo; o estádio está localizado em um bairro residencial e é próximo a uma praça e a bares que reúnem pessoas que não estão envolvidas com o jogo; e há poucas linhas de ônibus que dão acesso ao estádio.

Já para caracterizar o Estádio Castelão, os torcedores e as torcedoras mencionaram oito aspectos positivos e três aspectos negativos: 1) *Aspectos positivos*: o Castelão é um estádio maior; possui uma estrutura melhor; há muitos portões de acesso para

a arquibancada; o espaço acomoda uma quantidade maior de pessoas; há mais opções de estacionamento; é mais moderno; o deslocamento até ele é mais acessível; e é mais confortável. 2) Aspectos negativos: a arquibancada fica longe do campo; o estádio é elitizado; e o estádio é um campo neutro. Destacamos que todos os torcedores e as torcedoras apontaram aspectos positivos e negativos nos dois estádios, mas apenas dois afirmaram preferir um deles.

O terceiro ciclo de construção de estádios iniciou em 2010, ano em que foi definido quais capitais brasileiras seriam subsedes da Copa de 2014. Os estádios erguidos ou reformados neste período tiveram suas estruturas moldadas de acordo com as exigências técnicas e interesses da entidade organizadora do megaevento, a FIFA. Assim, os equipamentos passaram a ser utilizados não só para receber partidas de futebol, mas outras modalidades esportivas e até mesmo outros tipos de eventos. Isto porque uma das exigências da FIFA era tornar os estádios em Arenas Multiusos.

As principais características dos estádios construídos durante o terceiro ciclo são: multifuncionalidade; condições para receber um grande volume de torcedores, no entanto, não precisa ter as mesmas dimensões que um *estádio de massas*; e incorporar técnicas e princípios de uma construção sustentável. Além disso, garantir uma boa experiência ao indivíduo que a use para acompanhar os espetáculos, como: boa visibilidade do campo; alimentação variada e de qualidade; conforto, sobretudo com a limitação dos espaços a serem ocupados individualmente através de assentos; e segurança, especialmente através do aumento do efetivo policial no recinto e a inclusão de câmeras de segurança e centro de controle.

O Estádio Castelão, estádio construído durante o segundo ciclo, foi um dos doze estádios reformados para a Copa de 2014, já que a cidade de Fortaleza foi escolhida como subsele do Megaevento. A partir dos relatos do torcedores, inferimos que, após a remodelação do Estádio Castelão para Arena, os mecanismos de vigilância e controle dos torcedores aumentaram, assim como as proibições, seja de gêneros alimentícios ou de instrumentos que compõem a performance torcedora. Por isso, nossos dois primeiros objetivos específicos eram: quais normalizações pensadas para a Copa do Mundo 2014, sobretudo as que constam na Lei Geral da Copa e no Código de Conduta nos Estádios, continuaram sendo aplicadas nos estádios de futebol cearense mesmo após o término dos megaeventos esportivos; e de que forma as novas normalizações aplicadas nos estádios de futebol cearense, sobretudo no Estádio Castelão, intervieram na performance das torcidas do Ceará Sporting Club.

Dos oito torcedores e torcedoras que entrevistamos, quatro acreditam que os torcedores e as Torcidas foram impactadas com as alterações decorrentes da realização da Copa do Mundo de 2014, sobretudo com a reformulação do Estádio Castelão em Arena e dos acréscimos realizados no Estatuto do Torcedor. Destes quatro torcedores e torcedoras, três acreditam que esses impactos são sentidos individualmente pelos torcedores: intensificação das revistas policiais; aumento dos custos financeiros para acompanhar uma partida de futebol; proibição da entrada no estádio com bebidas ou alimentos, sobretudo bebidas alcoólicas; e a setorização da arquibancada. E um acredita que os impactos são sentidos coletivamente pelos torcedores, portanto, afetam a todas as Torcidas Organizadas e as Equipes de Festa: a proibição de materiais pirotécnicos na arquibancada.

Sobre a regulamentação da venda e do consumo de bebidas alcoólicas nos estádios cearenses, perguntamos aos torcedores e às torcedoras que entrevistamos como eles e elas avaliam a medida. Os oito torcedores e torcedoras avaliaram positivamente. Além disso, acreditam que a liberação da venda contribuiu para que os torcedores passassem a entrar mais cedo no estádio e, por consequência disto, contribuiu para que os projetos organizados pela Equipe de Festa fossem bem sucedidos; a receita do clube aumentou, já que parte dos valores arrecadados com a venda de bebidas são destinados ao clube; e que é mais seguro para o torcedor beber dentro do estádio.

Por fim, nosso terceiro e último objetivo específico era: quais os elementos que compõe a performance das torcidas do Ceará Sporting Club atualmente. Para isso, dialogamos com torcedores e torcedoras do Ceará que integram a Equipe de Bateria da Torcida Organizada Cearamor. A TOC foi fundada em 26 de outubro de 1982 por um grupo de amigos que costumavam ir aos jogos do Ceará Sporting Club juntos e possuíam o hábito de levar fogos de artifício, bandeiras e instrumentos para os estádios e elaborar gritos de guerra. O surgimento desta Torcida e, por consequência, o uso de materiais e a elaboração de gritos de guerra simbolizou uma alteração no comportamento do torcedor nas arquibancadas cearenses.

Presentemente, a TOC possui uma Equipe de Bateria que conta com 25 integrantes e que movimenta as arquibancadas em dias de jogos do Ceará com os ritmos funk e axé. De acordo com três componentes da Bateria que entrevistamos, a principal função desta Equipe é não deixar o estádio morrer; não deixar o restante da torcida desmotivar; e ser o coração da torcida. Ao associar a Bateria a um órgão vital, os torcedores querem dizer que ela é um elemento essencial para as torcidas. Assim, para estes torcedores, os instrumentos musicais são os elementos mais relevantes da performance torcedora, uma vez que a ausência

de faixas e bandeiras, por exemplo, causa interferência apenas visual, já a ausência da bateria causa interferência nas ações que serão realizadas pelo conjunto de torcedores presentes na partida.

Também, dialogamos com a Equipe Vai Rolar a Festa, grupo fundado em novembro de 2018, por três mulheres, com o objetivo de inovar e ampliar as festas realizadas nos estádios em dias de jogos do Ceará Sporting Club. Além da exigência por inovação e criatividade, as idealizadoras da Equipe Vai Rolar a Festa almejavam envolver outros torcedores e outros setores do estádio e atrair visibilidade para a torcida do Ceará. A Equipe Vai Rolar a Festa conta, em média, com 30 integrantes, que estão distribuídos em seis comissões: Diretoria, Marketing e Comunicação, Financeiro, Arrecadação de doações, Elaboração e criação de projeto e Montagem dos projetos no estádio. Uma vez que não é uma Torcida Organizada, mas sim uma Equipe de Festa, a Vai Rolar a Festa possui em seus quadros indivíduos que estão inseridos em outros grupos de torcedores ou Torcidas Organizadas do Ceará. Os grupos representados são: Camisa 14, Cangaceiros Alvinegros, Ceará Cana, Movimento Organizado Força Independente, Setor Alvinegro, Torcida Organizada Cearamor.

Para os cinco integrantes da Equipe que entrevistamos, o papel da Equipe Vai Rolar a Festa é chamar a torcida alvinegra de volta ao estádio; engrandecer o nome do Ceará através das festas; e mostrar a força da torcida do Ceará. Além disso, consideram que ela é importante para a torcida alvinegra porque os projetos ajudam o torcedor a recuperar a vontade de torcer e por ser uma forma de mostrar ao clube o quanto a sua torcida é apaixonada e dedicada. Os projetos executados pela Equipe envolvem a exibição de Mosaico de Papel, Mosaico com bandeirinhas, Mosaico em 3D, Mosaico Permanente, e show pirotécnico, exibido fora da arquibancada e montado por uma empresa especializada.

Outro dado importante foi como as performances realizadas pelas Torcidas Organizadas e pelas Equipes de Festa tornaram-se elemento de disputa, sobretudo em dias de Clássico-Rei. Isto é, a rivalidade não está presente somente no campo de jogo, mas também está na arquibancada. Diante disso, perguntamos aos torcedores e às torcedoras do Ceará que entrevistamos qual é a diferença entre realizar um espetáculo em dia de Clássico-Rei e em dia de jogos do Ceará contra qualquer outro clube. Os integrantes da Equipe Vai Rolar a Festa nos responderam que realizar festa nos clássicos é uma forma de mostrar a potência das torcidas cearenses e das torcidas nordestinas para o restante do país; e é interessante por ser possível ver a disputa pelos gritos e cânticos, sobretudo na hora do gol.

Além disso, acrescentaram que há uma cobrança maior por parte do restante da torcida quando o projeto é executado em dia de Clássico-Rei, assim como há a sensação de ter vencido duas vezes quando o time ganha em campo e quando a torcida apresenta o projeto na arquibancada com êxito. Desta forma, é possível perceber que as Torcidas Organizadas e as Equipes de Festa fazem o possível para que a exibição do projeto não tenha falhas por três motivos: para agradar sua própria torcida; para serem consideradas melhores que as Torcidas e a Equipe do time rival; e para não serem alvo das chacotas e dos ataques nas redes sociais.

Ainda sobre a diferença de um Clássico-Rei para os jogos do Ceará contra qualquer outro clube, perguntamos aos componentes da Equipe de Bateria da Torcida Organizada Cearamor qual é a sensação de tocar em dia de Clássico-Rei. Eles nos contaram que a empolgação é maior, assim como a cobrança para realizar uma boa apresentação. As músicas que são tocadas em dias de Clássico-Rei são as mesmas que são cantadas em dias de jogos contra outros clube, como aquelas que tem o objetivo de exaltar o clube, exaltar a torcida, pedir um melhora no desempenho do time ou comemorar gols e títulos. Entretanto, outras são acrescentadas, visto que a Torcida Organizada Cearamor possui uma série de músicas que foram elaboradas com o objetivo de mostrar a superioridade do Ceará frente ao Fortaleza, ressaltar a superioridade da TOC frente à TUF e de potencializar a rivalidade.

Acreditamos que este acréscimo de músicas no repertório da Equipe de Bateria acontece porque a torcida rival está presente no estádio, ou seja, o torcedor alvinegro tem para quem cantar; o alvo da sua implicância e rivalidade está presente no estádio e está ouvindo. Assim, as músicas que são cantadas em dias de confronto contra o maior rival possuem o seguinte teor: tentam menosprezar a combinação das cores do time adversário e diminuir qualquer material produzido por eles; relembrar performances realizadas por sua torcida dentro do estádio (como cantar mais alto e fazer a melhor festa) e fora do estádio (tomar e destruir o material do rival); relembrar os desempenhos ruins e as más fases em campeonatos do rival; e tentar ofender e diminuir a torcida rival com frases e músicas com teor homofóbico ou associação à características consideradas femininas.

Por fim, foi possível perceber que as Torcidas Organizadas, assim como as Equipes de Festa, são movidas pelo desejo de serem observadas e admiradas. Para isso, promovem espetáculos nas arquibancadas dos estádios, sobretudo em partidas contra clubes que possuem grande atenção da mídia esportiva nacional. Os espetáculos ganham outros contornos quando são realizados em dias de Clássico-Rei, isto porque o próprio espetáculo se torna elemento de disputa. Assim, as Torcidas Organizadas e as Equipes de Festa dedicam dias de preparação para garantir a vitória nas arquibancadas e torcem para que o seu time

vença em campo. Na disputa pela melhor performance na arquibancada, vence a Torcida que canta durante os noventa minutos; a Equipe de Bateria que não erra os toques e que mais movimentava arquibancada; a Torcida que exhibe sem falhas os bandeirões e a Equipe de Festa que melhor executa os mosaicos e o show de pirotecnia.

REFERÊNCIAS

LIVROS, TESES, DISSERTAÇÕES E ARTIGOS

- ALMEIDA, Maria Izabel Mendes de; TRACY, Kátia Maria de Almeida. **Noites nômades: espaço e subjetividade nas culturas jovens contemporâneas**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.
- ARANTES, Otília Beatriz Fiori. Uma estratégia fatal: a cultura nas novas gestões urbanas. In: ARANTES, Otília; VAINER, Carlos; MARICATO, Ermínia. **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. Petrópolis: Ed. Vozes, 2000, cap. 1, p. 11-74.
- AUGÉ, Marc. **Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Tradução Maria Lúcia Pereira, Campinas, SP: Papirus, 1994. Coleção Travessia do século.
- BARROS, Ciro. As lições de 1950 para 2014: O que a Copa de 1950 tem a nos ensinar? Autores do livro “1950: o preço de uma Copa” respondem. **Apublica**, 16 out. 2012. Disponível em: <https://apublica.org/2012/10/licoes-copa-1950-copa-do-mundo-2014-megaeventos/>. Acesso: 27 maio. 2019.
- BARROSO, Hayeska Costa. **“Prepare seu coração pras coisas que eu vou contar”**: o ensaio sobre a dinâmica das quadrilhas juninas no Ceará. 2013. 107f. Dissertação. (Mestrado Acadêmico em Políticas Públicas e Sociedade) – Programa de Pós-Graduação em Políticas Públicas e Sociedade – Centro de Estudos Sociais e Aplicados, Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2013.
- BEAUD, Stéphane; WEBER, Florence. **Guia para a pesquisa de campo: produzir e analisar dados etnográficos**. Tradução Sérgio Joaquim de Almeida. Revisão da tradução Henrique Caetano Nardi. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.
- BELMAR, Thiago Hinojosa. **Grupos de interesse e processo de modernização do futebol brasileiro: da redemocratização ao Bom Sento Futebol Clube**. 2016. 146 f. Dissertação. (Mestrado em Ciência Política) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.
- BENTO, Giovana Rosa. **A corporação multinacional e o estado: o crescente papel das grandes companhias multinacionais na espera político-econômica de uma nação**. 2006. 117 f. Monografia. (Graduação em Ciências Econômicas) – Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.
- BIENESTEIN, Glauco; SÁNCHEZ, Fernanda; Mascarenhas, Gilmar; OLIVERIA, Alberto. Megaeventos e metrópoles: insumos do Pan-2007 e perspectivas para as Olimpíadas de 2016. In: MASCARENHAS, Gilmar; BIENENSTEIN, Glauco; SÁNCHEZ, Fernanda. **O jogo Continua: Megaeventos esportivos e cidades**. Rio de Janeiro: EdUERJ. 2011b, cap. 6, p. 123-161.
- BORAFINA, Idinéia Perez. Tratados internacionais e sua incorporação no ordenamento jurídico. **Jus.com.br**, jul. 2015. Artigos. Disponível em:

<https://jus.com.br/artigos/41152/tratados-internacionais-e-sua-incorporacao-no-ordenamento-juridico>. Acesso: 12 jul. 2019.

BORGES, Fernando. O papel da FIFA Fan Fest™ na Copa do Mundo da África do Sul. **Horizontes antropológicos**, n 40, p. 201-230/p. 01-18, 2013. Disponível em: <http://journals.openedition.org/horizontes/192>.

BRAGA, Suely. Fatos e imagens: Estado Novo. **Fundação Getúlio Vargas – FGV**, Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil – CPDOC, Rio de Janeiro, 20--. Fatos e imagens: artigos ilustrado de fatos e conjunturas do Brasil. Disponível em: <https://cpdoc.fgv.br/producao/dossies/FatosImagens/EstadoNovo>. Acesso: 26 mar. 2020.

BRASIL. Congresso Nacional. Câmara dos Deputados. Comissão de Fiscalização Financeira e Controle. Subcomissão Permanente para Acompanhamento, Fiscalização e Controle dos Recursos Públicos destinados à Copa de 2014 e às Olimpíadas de 2016. **Copa 2014: desafios e responsabilidades**. Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2010.

BUFORD, Bill. **Entre os vândalos: a multidão e a sedução da violência**. Tradução Júlio Fischer. São Paulo: Companhia das letras, 2010.

CAMPOS, Flávio de. A arquitetura da exclusão: apontamentos para a inquietação com o conforto. In: CAMPOS, Flávio de; ALFONSI, Daniela. **Futebol Objeto: das Ciências Humanas**. São Paulo: Leya, 2014. Cap. 16, p. 348-363.

CAMPOS, Flávio de; ALFONSI, Daniela. **Futebol Objeto: das Ciências Humanas**. São Paulo: Leya, 2014.

CARDIA, Wesley. **Marketing esportivo e administração de Arenas**. São Paulo: Altas, 2014.

CEARÁ. GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ. SECRETARIA DE ESPORTES DO CEARÁ. **Edital de concorrência pública internacional reformulado nº 20090004**. Parceria Público-Privada para a reforma, ampliação, adequação, operação e manutenção do Estádio Plácido Aderaldo Castelo (Castelão) na Cidade de Fortaleza, Estado do Ceará, para recebimento de partidas da Copa do Mundo de 2014, conforme determinações da FIFA, bem como para a construção, operação e manutenção de edifício de estacionamento de veículos, conforme recomendações da FIFA e a construção e manutenção do edifício-sede da Secretaria do Esporte do Estado do Ceará. Fortaleza, 28 jan. 2010. Disponível em: http://licita.seplag.ce.gov.br/pub/127651/Edital%20Reformulado%2020090004-sesporte_Castel%C3%A3o.pdf. Acesso. 23 mar. 2020.

_____. TRIBUNAL DE CONTAS DO ESTADO DO CEARÁ. COMISSÃO ESPECIAL DE AUDITORIA DAS OBRAS DA COPA. **Relatório de inspeção n 0003/2011**: Relatório de inspeção da reforma, ampliação, operação e manutenção do estádio de futebol Plácido Aderaldo Castelo em Fortaleza/CE, obra componente da Matriz de Responsabilidades da Copa do Mundo de 2014. Processo nº 00828/2011-1. Fortaleza, 2011. Disponível em:

https://www.tce.ce.gov.br/downloads/SECEX/Grandes_Obras/Castelao/Fiscalizacao/relatorio_de_inspecao_n_0003-2011.pdf. Acesso: 24 mar. 2020.

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL – CBF. **Cadastro nacional de estádios de futebol**. Rio de Janeiro: CBF, 2009a. Disponível em: <file:///C:/Users/ingme/Google%20Drive/TEXTOS%20COMPLEMENTARES/ESTÁDIOS/Cadastro%20Nacional%20de%20Estádio%20-%20CBF%20-%202009.pdf>. Acesso: 06 fev. 2020.

_____. **Código Brasileiro de Justiça Desportiva**. Rio de Janeiro: CBF, 2009b. Disponível em: https://conteudo.cbf.com.br/cdn/201507/20150709151309_0.pdf. Acesso: 10 abr. 2020.

_____. Diretoria de Competições. **Regulamento Geral das Competições**. Rio de Janeiro: CBF, 2019. Disponível em: https://conteudo.cbf.com.br/cdn/201812/20181211073907_874.pdf. Acesso: 13 mar. 2020.

_____. **Regras de Futebol 2019/2020**. Rio de Janeiro: CBF, 2019. Disponível em: <https://www.cbf.com.br/a-cbf/arbitragem/aplicacao-regra-diretrizes-fifa/livro-de-regras-2019-2020-portugues>. Acesso: 08 maio. 2020

CELSO NETO, João. A hierarquia das normas e sua inobservância. **Jus.com.br**, jan. 2019. Artigos. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/73280/a-hierarquia-das-normas-e-sua-inobservancia>. Acesso: 12 jul. 2019.

CHALHOUB, Sidney. **Trabalho, lar e botequim: o cotidiano dos trabalhadores no Rio de Janeiro da Belle Époque**. São Paulo: Editora Brasiliense. 1986.

COMITÊ DE CANDIDATURA RIO 2016. Dossiê de candidatura do Rio de Janeiro a sede dos Jogos Olímpicos e paraolímpicos de 2016. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em: https://www.rio2016.com/transparencia/sites/default/files/dossie_de_candidatura_v1_0.pdf.

COMITÊ POPULAR DA COPA E OLÍMPIADAS DO RIO DE JANEIRO. Dossiê megaeventos e violações dos Direitos Humanos no Rio de Janeiro: Olimpíada Rio 2016, os jogos da exclusão. Rio de Janeiro, 2015.

COSTA, Giuliana. Sedar megaeventos esportivos vale a pena? **Revista O Social em questão: grande eventos e seus impactos sociais**. Ano 16, n.29, 1-2013, p. 159-178.

CUNHA, Aurineida Maria; SILVA, Ingrid Melyna Dantas da; SILVA, Thatiane Nunes. Megaeventos Esportivos no Brasil: de prática esportiva amadora a catalisadores de transformações nas cidades. **Anais da VII Jornada Internacional de Políticas Públicas da Universidade Federal do Maranhão – UFMA: Para além da crise global: experiências e antecipações concretas**, Eixo 11 – Questão Urbana e Gestão das Cidades, São Luís, 2015. Disponível em: <http://www.joinpp.ufma.br/jornadas/joinpp2015/pdfs/eixo11/megaeventos-esportivos-no-brasil-de-pratica-amadora-esportiva-a-catalisadores-de-transformacoes-na-sociedade.pdf>. Acesso: 05 jun. 2019.

DACOSTA, Lamartine; MIRAGAYA, Ana. Estado da arte e do conhecimento sobre legados de Megaeventos Esportivos no exterior e no Brasil: introdução aos temas e autores

deste livro. In: RODRIGUES, Rejane Penna; et al. (Orgs.). **Legados de Megaeventos Esportivos**. Brasília: Ministério do Esporte, 2008, cap. 4, p. 33-46.

DAMASCENO, Alberto. **Futebol cearense: a história**. Fortaleza: Efgraf Gráfica e Editora: 2011.

DAMO, Arlei Sander. O desejo, o direito e o dever: A trama que trouxe a Copa ao Brasil. **Revista Movimento**, Porto Alegre, v. 18, n. 02, p. 41-81, abr./jun. de 2012.

DAOLIO, Jocimar. A superstição no futebol brasileiro. In: DAOLIO, Jocimar (Org.). **Futebol, cultura e sociedade**. Campinas, SP: Autores Associados, 2005. Cap. 01. P. 01-19.

EDITORA MANOLE. **Leis do esporte e Estatuto do Torcedor**. Barueri/SP: Editora Manole, 2003.

FARIAS, Airton. **Ceará: Uma história de paixão e glória**. Fortaleza: Armazém da cultura, 2014a. Coleção Onzena.

_____. **Uma história das Copas do Mundo**. Futebol e sociedade, volume 1. Fortaleza: Armazém da cultura, 2014b.

_____. **Uma história das Copas do Mundo**. Futebol e sociedade, volume 2. Fortaleza: Armazém da cultura, 2014c.

FAVERO, Paulo Miranda. **Os donos do campo e os donos da bola: alguns aspectos da globalização do futebol**. 2009. 118 f. Dissertação. (Mestrado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

FIFA – FEDERATION INTERNARIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION. **Estádios de futebol: recomendações e requisitos técnicos**. 5 ed. Zurique: FIFA, 2011. Disponível em:
https://www.fifa.com/mm/document/tournament/competition/01/37/17/76/p_sb2010_stadiumbook_ganz.pdf. Acesso: 03 fev. 2020.

_____. **Copa das Confederações da FIFA Brasil 2013. Guia de Ingressos – Nacional**. Rio de Janeiro: FIFA, 2013. Disponível em:
https://www.fifa.com/mm/document/tournament/ticketing/02/09/75/01/fcc2013-ticketguide-por_portuguese.pdf. Acesso: 24 jul. 2019.

_____. **Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014. Guia do torcedor para compra de ingressos**. Rio de Janeiro: FIFA, 2014. Disponível em:
<https://pt.slideshare.net/cassiozipa/guia-oficial-deingressosparaacopadomundo2014>. Acesso: 25 jul. 2019.

FREITAS, Armando; BARRETO, Marcelo. **Almanaque Olímpico SPORTV**. 2 ed. Rio de Janeiro: Casa da Palavra: COB Cultural, 2012.

GALEANO, Eduardo. **Futebol ao sol e à sombra**. Tradução Eric Nepomuceno e Maria do Carmo Brito. Porto Alegre: L&PM, 2013. Coleção L&PM POCKET, v. 383.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. Tradução Raul Fiker. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

_____. **Modernidade e identidade**. Tradução Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

HARVEY, David. **Cidades rebeldes: do direito à cidade à revolução urbana**. Tradução Jeferson Camargo. São Paulo: Martins fontes, 2014.

HOLLANDA, Bernardo Borges Buarque de. **O clube como vontade e representação: o jornalismo esportivo e a formação das torcidas organizadas de futebol do Rio de Janeiro (1967- 1988)**. 2008. 771 f. Tese. (Doutorado em História) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

INSTITUTO PRO BONO. **Manual do terceiro setor**. São Paulo: Instituto Pro Bono, 2018.

LACERDA, Leandro Sader; MELLO, João Carlos Correia Baptista Soares; GOMES JÚNIOR, Sílvio Figueiredo. Um estudo multicritério para a escolha das cidades-sede para a Copa do Mundo FIFA 2014. **Revista Eletrônica Pesquisa Operacional para o Desenvolvimento**, Rio de Janeiro, RJ, v.5, n.1, p. 100-112, jan./abr. 2013. Disponível em: < <https://www.podesenvolvimento.org.br/podesenvolvimento/article/view/224/208>>. Acesso: 01 ago. 2019.

LACERDA, Ricardo. A liberdade e a igualdade na teoria democrática de Hans Kelsen. **Jus.com.br**, jan. 2019. Artigos. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/71155/a-liberdade-e-a-igualdade-na-teoria-democratica-de-hans-kelsen>. Acesso: 12 jul. 2019.

LALANDA, Piedade. Sobre a metodologia qualitativa na pesquisa sociológica. **Análise social**, v. 23, n. 4, p. 871-883. Disponível em: <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1224154176E1jDU8rb4Nc15SI4.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2018.

LIGIÉRO, Zeca (Org.). **Performance e antropologia de Richard Schechner**. Tradução de Augusto Rodrigues da Silva Júnior. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.

LOPES, Francisco Williams Ribeiro; BARREIRA, Irllys Alencar Firmo. Tempo, usos e rituais: intervenções patrimoniais em um “centro histórico”. **Revista de Ciências Sociais**, Fortaleza, v. 46, n.1, jan./jun., 2015, p. 93-118.

MARCHI JÚNIOR, Wanderley; BOLSMANN, Chris; ALMEIDA, Bárbara Schausteck; SOUZA, Juliano. A copa do mundo Fifa na África do Sul/2010 – como foi a experiência e o que podemos aprender com ela? **Revista Movimento**, Porto Alegre, v. 20, n. 2, p.711-733, abr./jun. 2014.

MARICATO, Ermínia. **Para entender a crise urbana**. São Paulo: Expressão Popular, 2015.

MARIO FILHO. **O negro no futebol brasileiro**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003, 5 ed., 2010.

MASCARENHAS, Gilmar. O ideário urbanístico em torno do olimpismo: Barcelona (1992) e Rio de Janeiro (2007). In: MASCARENHAS, Gilmar; BIENENSTEIN, Glauco; SÁNCHEZ, Fernanda. **O jogo Continua: Megaeventos esportivos e cidades**. Rio de Janeiro: EdUERJ. 2011a, cap. 2, p. 41-56.

_____. Inventando a “cidade esportiva” (futura cidade olímpica): grandes eventos e modernidade no Rio de Janeiro. In: MASCARENHAS, Gilmar; BIENENSTEIN, Glauco; SÁNCHEZ, Fernanda. **O jogo Continua: Megaeventos esportivos e cidades**. Rio de Janeiro: EdUERJ. 2011b, cap. 3, p. 59-82.

_____. Os Jogos Pan-Americanos de 1963. In: MASCARENHAS, Gilmar; BIENENSTEIN, Glauco; SÁNCHEZ, Fernanda. **O jogo Continua: Megaeventos esportivos e cidades**. Rio de Janeiro: EdUERJ. 2011c, cap. 4, p. 83-98.

_____. **Entradas e bandeiras: a conquista do Brasil pelo futebol**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2014.

_____. O direito ao Estádio. **Puntero Izquierdo – Midium: causos de canchas**, Brasil: 1 abr, 2015. p. 1-18. Disponível em: <https://medium.com/punteroizquierdo/odireitoaoest%C3%A1dioae73eb43848f>. Acesso: 21 mai. 2017.

MASCARENHAS, Gilmar; BIENENSTEIN, Glauco; SÁNCHEZ, Fernanda. **O jogo Continua: Megaeventos esportivos e cidades**. Rio de Janeiro: EdUERJ. 2011.

MATARUMA, Leonardo. Percepção dos jogos Pan-Americanos Rio 2007 por especialistas internacionais em estudos olímpicos. In: RODRIGUES, Rejane Penna; et al. (Orgs.). **Legados de Megaeventos Esportivos**. Brasília: Ministério do Esporte, 2008, cap. 36, p. 337-342.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. O desafio da pesquisa social. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.) *et al.* **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 26. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. Cap. 01, p. 9-29.

_____. Trabalho de campo: contexto de observação, interação e descoberta. In: MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.) *et al.* **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 26. Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. Cap. 03, p. 61-77.

MORATO, Márcio Pereira. A dinâmica da rivalidade entre ponte pretanos e bugrinos. In: DAOLIO, Jocimar (Org.). **Futebol, cultura e sociedade**. Campinas, SP: Autores Associados, 2005. Cap. 04. P. 73-104.

MOURA, Haroldo. **Ceará: alegria do povo**. Fortaleza: Plácido Publicidades e Representações, 1996.

MURAD, Maurício. **A violência no futebol**. São Paulo: Saraiva, 2012. Coleção Para Entender.

_____. Práticas de violência e mortes de torcedores no futebol brasileiro. **Dossiê Futebol**, Revista USP, São Paulo, n. 99, p. 139-152, set./out./nov., 2013.

NEGREIROS, Plínio José Labriola de Campos. Futebol nos anos 1930 e 1940: construindo a identidade nacional. **História: questões e debates**. Editora UFPR: Curitiba, n. 39, 2003, p. 121-151.

NEPOMUCENO, Thyago Celso C.; MOURA, Jadielson Alves de; SILVA, Lúcio Câmara e; COSTA, Ana Paula Cabral Seixas. Alcohol and violent behavior among football spectators: An empirical assessment of Brazilian's criminalization. **International Journal of Law, Crime and Justice**, n. 51, p. 34-44, 2017. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S175606161630204X>.

O DIA do galo. Direção: Cris Azzi, Luiz Felipe Fernandes. Elenco: Carlos Paulino, Célio Dutra, François Khoury. Brasil, 2015. 1 DVD (60 min), som, colorido. Áudio e legendas em português do Brasil.

OBSERVATÓRIO DA DISCRIMINAÇÃO RACIAL NO FUTEBOL. **Relatório anual da discriminação racial no futebol 2018**. Porto Alegre: Museu da UFRGS, 2019. 5º Relatório da Discriminação Racial no Futebol.

OLLER, Tadeo Sánchez. **A Arena Corinthians: a nossa casa**. São Paulo: Versal, 2014.

PENNA, Adriana. Megaeventos esportivos no Brasil: raias abertas para a corrida do capital. **Revista O Social em questão: grandes eventos e seus impactos sociais**. Ano 16, n. 29, 1-2013, p. 209-234.

PIMENTA, Carlos Alberto Máximo. **Torcidas organizadas de futebol: violência e autoafirmação, aspectos da construção das novas relações sociais**. Taubaté: Vogal Editora, 1997.

PINHEIRO, Rener Henrique. **Naming rights: o histórico e os desafios no Brasil**. 62f. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Comunicação Social/Jornalismo) – Escola de Comunicação, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

PLURI CONSULTORIA. **O impacto das novas arenas sobre o público e a renda do Campeonato Brasileiro: novas arenas elevam média de público do Brasileirão em 29%. Renda sobre 85%**. PLURI Consultoria: São Paulo, 2014. Disponível em: <https://www.pluriconsultoria.com.br/wp-content/uploads/2014/09/pluri-ESPECIAL-aumento-de-publico-novas-arenas-2014.pdf>. Acesso: 25 ago. 2020.

PRATES, Raphael Vieira da Cunha. **Organizações internacionais: a FIFA e a atuação do Comitê de Disciplina**. 2016. 58 f. Monografia. (Curso de Relações Internacionais) – Departamento de Ciências Econômicas e Relações Internacionais, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

RIBEIRO, Fernando Telles. Legado de Megaeventos Esportivos Sustentáveis: A importância das instalações esportivas. In: RODRIGUES, Rejane Penna; et al. (Orgs.). **Legados de Megaeventos Esportivos**. Brasília: Ministério do Esporte, 2008, cap. 13, p. 107-116.

RIBEIRO, Mariângela; REIS, Nadson Santana; MATIAS, Wagner Barbosa; ATAHYDE, Pedro; HÚNGARO, Edson Marcelo; MASCARENHAS, Fernando. A agenda do futebol no governo Lula: ações rumo à Copa do Mundo FIFA 2014. **Revista Motrivivência**, v, 28, n.50, p.90-103, maio. 2017.

RIBEIRO JR., Amaury; CIPOLONI, Leandro; AZENHA, Luiz Carlos; CHASTINET, Tony. **O lado sujo do futebol**: a trama, as propinas, negociatas e traições que abalou o esporte mais popular do mundo. São Paulo: Planeta, 2014.

RODRIGUES, Mariana Ramalho. **O poder institucional da FIFA como um ator não estatal na política internacional**. 2015. 106 f. Dissertação. (Mestrado em Relações Internacionais) – Faculdade de Economia Política, Universidade de Coimbra, Coimbra, 2015.

RODRIGUES, Rejane Penna; et al. (Orgs.). **Legados de Megaeventos Esportivos**. Brasília: Ministério do Esporte, 2008.

RUBINO, Silvana. Enobrecimento urbano. In: FORTUNA, Carlos; LEITE, Rogério Proença (Orgs.). **Plural de cidades**: léxicos e culturas urbanas. Coimbra: Edições Almedinas. 2009 cap. 2, p. 25-40.

SÁNCHEZ, Fernanda. **A reinvenção das cidades para um mercado mundial**. Chapecó: Argos, 2003.

SÁNCHEZ, Fernanda; et al. Jogos Pan-Americanos Rio 2007: um balanço multidimensional. In: MASCARENHAS, Gilmar; BIENENSTEIN, Glauco; SÁNCHEZ, Fernanda. **O jogo Continua**: Megaeventos esportivos e cidades. Rio de Janeiro: EdUERJ. 2011, cap. 5, p. 99-122.

SANTOS, Arnaldo; GÓIS, Francisco. **Histórias da Copa do Mundo**: 1930 a 2014. Fortaleza: Premium, 2014.

SANTOS, Tarcyanie Cajueiro. **Dos espetáculos de massa às torcidas organizadas**: paixão, rito e magia no futebol. São Paulo: Annablume, 2004.

SCHECHNER, Richard. O que é performance? In: _____. **Performance Studies: na introducción**. New York e London: Routledge, 2006, cap. 2, p. 28-51/p. 1-25. PDF.

SEIXAS, João. Os megaeventos na cidade: imagética social, política econômica e governança urbana. **E-Metropolis: Revista Eletrônica de Estudos Urbanos e Regionais**, vol. 2, ano 1, p. 1-6, set. 2010. Disponível em: <http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/11297/1/ICS_JSeixas_Mega_ARI.pdf>. Acesso: 18 ago. 2017.

SERRANO, Daniel Portillo. Patrocinadores, parceiros e apoiadores da Copa do Mundo FIFA. **Portal do Marketing**, 15 jan. 2014. Disponível em: <http://www.portaldomarketing.net.br/patrocinadores-parceiros-e-apoiadores-da-copa-do-mundo-fifa/>. Acesso: 25 jul. 2019.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. ver. e atual. São Paulo: Cortez, 2007. Cap. 03, p. 100-126.

SILVA, Dirce Maria Corrêa; RIZZUTI, Elaine. Tendências atuais do conhecimento sobre gestão e economia de megaeventos e legados esportivos segundo Holger Preuss da Universidade de Mainz, Alemanha. Tradução consecutiva e participação em debates: Neyse Abreu e Ana Maria Miragaya. In: RODRIGUES, Rejane Penna; et al. (Orgs.). **Legados de Megaeventos Esportivos**. Brasília: Ministério do Esporte, 2008, cap. 11, p. 91-105.

SILVA, Ingrid Melyna Dantas da. **As configurações socioespaciais das arquibancadas do Estádio Castelão em Fortaleza/CE em dias de jogos do Ceará Sporting Club: uma análise sobre a performance das Torcidas Organizadas alvinegras**. 2017. 218f. Monografia. (Graduação em Serviço Social) – Centro de Estudos Sociais Aplicados, Universidade Estadual do Ceará, 2017.

_____. Das praças da cidade à arena multiuso: um percurso pelos espaços que sediaram os jogos de futebol oficiais da cidade de Fortaleza/CE. **Revista Eletrônica História em Reflexão**, Dourados/MS, v. 12, n. 24, p. 165-187 jul./dez. 2018. Disponível em: <http://ojs.ufgd.edu.br/index.php/historiaemreflexao/article/view/8662>.

_____. As representações do espaço da arquibancada do Estádio Castelão em Fortaleza/CE para os Torcedores Organizados do Ceará Sporting Club. **Anais do 3º Simpósio Internacional de Estudos sobre Futebol**, São Paulo/SP, v. 3, p. 01-15, set. 2018. Disponível em: http://www.simposiofutebol.museudofutebol.org.br/conteudo/view?ID_CONTEUDO=433.

SILVA, Lucas Vieira de Lima. **Relações de sociabilidade entre torcedores do Ceará Sporting Club**. 2002. 118 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2002.

SIMÕES, Irlan. **Clientes versus Rebeldes: novas culturas torcedoras nas arenas do futebol moderno**. Rio de Janeiro: Editora Multifoco, 2017.

SINDICATO DA ARQUITETURA E DA ENGENHARIA – SINAECO. **Vitrine ou vidraça: desafios do Brasil para a Copa de 2014**. 2009.

SOBREIRA FILHO, Joaquim. **O jogo da homofobia? Táticas e xingamentos das Torcidas Organizadas do Ceará Sporting Club**. 2018. 160f. Dissertação. (Mestrado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Centro de Humanidades, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2018.

SOUSA, Matheus Filgueiras. **Planejamento estratégico na administração pública: análise das concessões com enfoque na Arena Castelão 2016**. 51f. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Administração de Empresas) – Faculdade de Economia, Administração, Atuária, Contabilidade e Secretariado Executivo, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2016.

SOUZA, Bruno Jeuken; ANTÔNIO, Victor Sá Ramalho. Brasil na arquibancada: tradições, identidades e sociabilidade. **Revista do Núcleo de Antropologia Urbana da USP – Ponto Urbe**, São Paulo, v. 14, p.1-18, 2014.

SOUZA, Pablo Eduardo da Rocha. **O campo e o jogo: uma história do Estádio Castelão (1963-1991)**. 2012. 121f. Dissertação. (Mestrado em História) – Programa de Pós-graduação em História, Centro de Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2012.

TOLEDO, Luiz Henrique de. **Torcidas organizadas de futebol**. Campinas, SP: Autores Associados/Anpocs, 1996. Coleção educação física e esportes.

_____. A cidade das torcidas: representações do espaço urbano entre torcedores e torcidas de futebol na cidade de São Paulo. In: MAGNANI, José Guilherme Cantor; TORRES, Lilian de Lucca (Orgs.). **Na metrópole: textos de antropologia urbana**. São Paulo: Fapesp, 2008. p. 124-155.

TOMÉ, Vivian Tostes. **Parcerias público-privadas nos estádios da Copa do Mundo de 2014**. 2014. 70f. Monografia. (Especialização em Gestão Pública) – Programa de Pós-graduação em Lato Sensu em Gestão Pública, Instituto A Vez do Mestre, Universidade Cândido Mende, Rio de Janeiro, 2014.

VAINER, Carlos. Pátria, empresa e mercadoria: notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano. In: ARANTES, Otilia; VAINER, Carlos; MARICATO, Erminia. **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. Petrópolis: Ed. Vozes, 2000, cap. 2, p. 75-82.

VAROTTI, Felipe de Pilla. **Estratégia de Megaevento Esportivo: impactos e legados do GP Brasil de Fórmula 1 para a cidade de São Paulo**. 2016. 122f. Dissertação. (Mestrado em Administração) – Programa de Mestrado Profissional Administração – Gestão do Esporte, Universidade Nove de Julho, São Paulo, 2016.

VILLANO, Bernardo; *et al.* Seminário “Gestão de legados de megaeventos esportivos”: pontos de convergência. In: RODRIGUES, Rejane Penna; *et al.* (Orgs.). **Legados de Megaeventos Esportivos**. Brasília: Ministério do Esporte, 2008, cap. 05, p. 47-50.

LEGISLAÇÕES

BRASIL. **Código Civil**. Lei No 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm. Acesso: 03 jul. 2019.

_____. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso: 24 jul. 2019.

_____. **Decreto de 01º de Novembro de 2006**. Institui Grupo de Trabalho Interministerial para elaboração de projeto de políticas públicas de competência do Governo Federal, visando à candidatura do Brasil como sede da Copa do Mundo de Futebol de 2014. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Dnn/Dnn11042.htm. Acesso: 17 jul. 2019.

_____. **Lei nº 8.078 de 11 de setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18078.htm. Acesso: 07 abr. 2020.

_____. **Lei nº 8.666 de 21 de junho de 1993**. Regulamenta o art. 37, inciso XXI, da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18666cons.htm. Acesso: 23 mar. 2020.

_____. **Lei nº 8.987 de 13 de fevereiro de 1995**. Dispõe sobre o regime de concessão e permissão da prestação de serviços públicos previsto no art. 175 da Constituição Federal, e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18987cons.htm. Acesso: Acesso: 11 mar. 2020.

_____. **Lei nº 10.671 de 15 de maio de 2003**. Dispõe sobre o Estatuto do Torcedor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.671.htm. Acesso: 01 ago. 2019.

_____. **Lei nº 11.079 de 30 de dezembro de 2004**. Institui normas gerais para licitação e contratação de parceria público-privada no âmbito da administração pública. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2004/Lei/L11079.htm. Acesso: 11 mar. 2020.

_____. **Lei nº 12.299 de 27 de julho de 2010**. Dispõe sobre medidas de prevenção e repressão aos fenômenos de violência por ocasião de competições esportivas; altera a Lei nº 10.671, de 15 de maio de 2003; e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/L12299.htm. Acesso: 01 ago. 2019.

_____. **Lei nº 12.663 de 5 de Junho de 2012**. Dispõe sobre as medidas relativas à Copa das Confederações FIFA 2013, à Copa do Mundo FIFA 2014 e à Jornada Mundial da Juventude – 2013, que serão realizadas no Brasil; altera as Leis nºs 6.815, de 19 de agosto de 1980, e 10.671, de 15 de maio de 2003; e estabelece concessão de prêmio e de auxílio especial mensal aos jogadores das seleções campeãs do mundo em 1958, 1962 e 1970.

Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/112663.htm. Acesso: 12 jul. 2019.

PERNAMBUCO. GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO. ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE PERNAMBUCO. **Lei nº 13.748 de 15 de Abril de 2009**. Fica proibido a comercialização e o consumo de bebidas alcoólicas, nos estádios de futebol e ginásios esportivos, durante a realização dos eventos esportivos profissionais. (Vigência suspensa pelo art. 4º da Lei nº 14.848, de 22 de novembro de 2012. Período: Copa das Confederações FIFA 2013 e Copa do Mundo FIFA 2014.) (Revogada pelo art. 4º da Lei nº 15.709, de 5 de janeiro de 2016.) Disponível em: <https://legis.alepe.pe.gov.br/texto.aspx?tiponorma=1&numero=13748&complemento=0&ano=2009&tipo=&url=>. Acesso: 03 set. 2020.

PUBLICAÇÕES EM SITES

360 ambulantes serão cadastrados para trabalhar na área externa da Fan Fest em Fortaleza.

Portal da Copa, 14 maio. 2014. Exibição Pública. Disponível em:

<http://www.copa2014.gov.br/pt-br/noticia/360-ambulantes-serao-cadastrados-para-trabalhar-na-area-externa-da-fan-fest-em-fortaleza>. Acesso: 18 jul. 2019.

ABC estuda acordo para jogar na Arena das Dunas a partir de 2014. **UOL**, Rio de Janeiro, 10 jul. 2013. Esporte. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2013/07/10/abc-estuda-acordo-para-jogar-na-arena-das-dunas-a-partir-de-2014.htm>. Acesso: 14 fev. 2020.

ALTO custo e falta de contrato afastam Ceará e Fortaleza do Castelão. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 25 jan. 2013. Diário na Copa. Disponível em:

<http://blogs.diariodonordeste.com.br/diarionacopa/arena-castelao/alto-custo-e-falta-de-contrato-afastam-ceara-e-fortaleza-do-castelao/>. Acesso: 18 mar. 2020.

ASSUMPCÃO, João Carlos. Empresa decolou graças a Havelange. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 22 out. 2000. Esporte. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/esporte/fk2210200005.htm>. Acesso: 26 jun. 2019.

BARIFOUSE, Rafael. STF aprova a criminalização da homofobia. **BBC Brasil**, São Paulo, 13 jun. 2019. Brasil. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-47206924>. Acesso: 09 abr. 2020.

BARROS, Ciro. As lições de 1950 para 2014: O que a Copa de 1950 tem a nos ensinar? Autores do livro “1950: o preço de uma Copa” respondem. **Apublica**, 16 out. 2012. Disponível em: <https://apublica.org/2012/10/licoes-copa-1950-copa-do-mundo-2014-megaeventos/>. Acesso: 27 maio. 2019.

BARREIRA, Gabriel. Witzel sanciona lei contra censura em estádios esportivos. Em dezembro, faixa ‘Botafogo Antifascismo’ foi recolhida pela PM do Estádio Nilton Santos. Agente poderá ser multado em mais de R\$ 1 mil caso descumpra a regra. **G1**, Rio de Janeiro, 22 jan. 2020. Rio de Janeiro. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2020/01/22/witzel-sanciona-lei-contras-censura-em-estadios-esportivos.ghtml>. Acesso: 15 abr. 2020.

BEHS Leandro. Conheça a história do Frasqueirão, o estádio do ABC, que receberá o Inter pela primeira vez neste sábado: Estádio Maria Lamas Faraches foi inaugurado há 10 anos e tem capacidade para 18 mil torcedores. **Gauchazh**, Porto Alegre, 15 ago. 2017. Colorado. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/esportes/inter/noticia/2017/08/conheca-a-historia-do-frasqueirao-o-estadio-do-abc-que-recebera-o-inter-pela-primeira-vez-neste-sabado-9870365.html>. Acesso: 14 fev. 2020.

BLATTER encontra Lula e diz que Brasil deve se superar para ter a Copa. **UOL Esportes**, São Paulo, 28 set. 2006. Esportes. Disponível em:

<https://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas/2006/09/28/ult59u104957.jhtm>. Acesso: 04 jul. 2019.

BRASIL apresenta oficialmente à Fifa candidatura para sediar a Copa de 2014. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 31 jul. 2007. Esportes. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/brasil-apresenta-oficialmente-a-fifa-candidatura-para-sediar-a-copa-de-2014-akvsaab7m0kc3rxqcix3vclla/>. Acesso: 26 jun. 2019.

BRASIL conhece as 12 cidades que receberão partidas da Copa de 2014: São escolhidas Rio de Janeiro, São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Brasília, Curitiba, Salvador, Recife, Natal, Fortaleza, Manaus e Cuiabá. **Globo Esporte.com**, Nassau, Bahamas, 31 mai. 2009. Esportes. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/Esportes/Noticias/Futebol/0,,MUL1177312-9825,00-BRASIL+CONHECE+AS+CIDADES+QUE+RECEBERAO+PARTIDAS+DA+COPA+D+E.html>. Acesso: 13 fev. 2020.

BRASIL contra-ataca na disputa com a Colômbia para ser a sede da Copa de 2014. **O Globo**, Rio de Janeiro, 20 dez. 2006. Atualizado em 10 abr. 2012. Esportes. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/brasil-contrataca-na-disputa-com-colombia-para-ser-sede-da-copa-de-2014-4537515>. Acesso: 15 jul. 2019.

CAMILO Santana sanciona lei que autoriza comércio de bebidas nos estádios do Ceará: a matéria foi aprovada na Assembleia Legislativa na última quinta-feira (9). **G1 Ceará**, Fortaleza, 10 maio. 2019. Ceará. Disponível em: <https://g1.globo.com/ce/ceara/noticia/2019/05/10/camilo-santana-sanciona-lei-que-autoriza-comercio-de-bebidas-nos-estadios-do-ceara.ghtml>. Acesso: 18 abr. 2020.

CAMPOS, Ingrid. ANTIFA: Ultras Resistência Coral. **Medium**, Fortaleza, 06 dec. 2018. Paixão e resistência. Disponível em: <https://medium.com/antifa-paix%C3%A3o-e-resist%C3%Aancia/ultras-resist%C3%Aancia-coral-823d40afec44>. Acesso: 10 abr. 2020.

CANÔNICO, Leandro. Fifa acaba com o rodízio de continentes para sede das Copas. **UOL Esporte**, São Paulo, 29 out. 2007. Esportes. Disponível em: <https://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas/2007/10/29/ult59u135111.jhtm>. Acesso: 15 jul. 2019.

CAPELO, Rodrigo. Castelão, o exagerado: com 63.903 lugares, é o quarto maior estádio do país. Não consegue ocupar mais do que 30% da capacidade mesmo com o ingresso mais barato do futebol brasileiro. **Época**, 03 ago. 2016. Atualizado 31 out. 2016. Esporte. Época Esporte Clube. Disponível em: <https://epoca.globo.com/vida/esporte/noticia/2016/08/castelao-o-exagerado.html>. Acesso: 11 mar. 2020.

CARVALHO, Beatriz; JORGE, Thaís. Clássico-Rei chega aos 100 anos entre rivalidade, paixão, polêmicas e grandes memória: Ceará e Fortaleza se enfrentaram pela primeira vez em 17 de dezembro de 1918. Desde então, protagonizaram grandes história no futebol. **Globo Esporte Ceará**, Fortaleza, 17 dez. 2018. Futebol. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/ce/futebol/noticia/Clássico-Rei-chega-aos-100-anos-entre-rivalidade-paixao-polemicas-e-grandes-memorias.ghtml>. Acesso: 18 maio. 2020.

CARVALHO, Julia. Conheça a empresa francesa que vai administrar o Castelão: Lagardère Unlimited administrou 9 dos 12 estádios da Copa da Alemanha em 2006 e já tem em suas

mãos sete arenas da Eurocopa de 2016. **Exame.com**, São Paulo, 05 jun. 2014. Negócios. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/negocios/conheca-a-empresa-francesa-que-vai-administrar-o-castelao/>. Acesso: 11 mar. 2020.

CASTELÃO pode ter setores sem cadeiras. **O Povo**, Fortaleza, 23 jun. 2016. Esportes. Disponível em: <https://www20.opovo.com.br/app/opovo/esportes/2016/06/23/noticiaesportesjornal,3627456/castelao-pode-ter-setores-sem-cadeiras.shtml>. Acesso: 20 abr. 2020.

CBF proíbe venda de álcool em estádios para reduzir a violência. **UOL Esporte**, São Paulo, 25 abr. 2008. Esportes. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas/2008/04/25/ult59u154672.jhtm?action=print>. Acesso: 15 abr. 2020.

CEARÁ. ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO CEARÁ. CCJR aprova projeto que disciplina venda de bebidas alcoólicas em estádio. **Assembleia Legislativa do Estado do Ceará**, Fortaleza, 20 mar. 2019. Últimas notícias. Disponível em: <https://www.al.ce.gov.br/index.php/ultimas-noticias/item/80297-20032019ccjr>. Acesso: 17 abr. 2020.

CEARÁ. GOVERNO DO ESTADO DO CEARÁ. Obras do Castelão seguem modelo de construção sustentável. **Governo do Estado do Ceará**, Fortaleza, 01 abr. 2011. Disponível em: <https://www.ceara.gov.br/2011/04/01/obras-do-castelao-seguem-modelo-de-construcao-sustentavel/>. Acesso: 04 abr. 2020.

CEARÁ. A ‘mística’ da camisa roxa e do caldeirão chamado PV: para a reação na Série B, Ceará teve como aliados seu terceiro uniforme e a pressão da torcida no Presidente Vargas. Mistério é se esses elementos se repetirão na rodada que fecha a disputa. **O Povo**, Fortaleza, 15 nov. 2015. Esportes.dom. Disponível em: <https://www20.opovo.com.br/app/opovo/dom/2015/11/14/noticiasjornaldom,3533972/ceara-a-mistica-da-camisa-roxa-e-do-caldeirao-chamado-pv.shtml>. Acesso: 19 mar. 2020.

CEARÁ analisa a transferência do controle acionário da concessionária da PPP do Castelão. **Observatório das Parceiras Público-Privadas**, 24 abr. 2014. Disponível em: www.pppbrasil.com.br/portal/content/ceara-analisa-transferencia-do-controle-acionario-da-concessionaria-da-ppp-do-castelao. Acesso: 11 mar. 2020.

CEARÁ assina contrato de exclusividade com Arena Castelão: parceria dura até 2018 e trouxe um adiantamento de R\$ 500 mil ao Vovô. Secretário disse que Arena ainda está aberta a negociar com o Fortaleza. **Globo Esporte**, Fortaleza, 06 jun. 2013. Ceará. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/ce/futebol/times/ceara/noticia/2013/06/ceara-assina-contrato-de-exclusividade-com-arena-castelao.html>. Acesso: 18 mar. 2020.

CEARÁ e Fortaleza se acertam com Governo por gestão da Arena Castelão. **UOL Esporte**, Santos, 15 mar. 2019. Jogada. Disponível em: <https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2019/03/15/ceara-e-fortaleza-se-acertam-com-governo-por-gestao-da-arena-castelao.htm>. Acesso: 21 mar. 2020.

CEARÁ e Fortaleza se unem por gestão compartilhada do Castelão: presidentes dos clubes realizaram um encontro com o Sesporte e FCF para conversas sobre compartilhamento da

praça esportiva. **Globo Esporte**, Fortaleza, 23 out. 2018. Jogada. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/ce/futebol/noticia/em-reuniao-ceara-e-fortaleza-se-unem-por-gestao-compartilhada-da-arena-castelao.ghtml>. Acesso: 21 mar. 2020.

CEARÁ e Fortaleza têm dificuldade para lucrar com gestão própria do Castelão: levantamento do O Povo mostra que apenas quatro partidas no estádio neste ano geraram superávit. **O Povo**, Fortaleza, 05 abr. 2019. Jogada. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/jornal/esportes/2019/04/04/ceara-e-fortaleza-tem-dificuldade-para-lucrar-com-gestao-propria-do-castelao.html>. Acesso: 21 mar. 2020.

CEARÁ eu vou te visitar (legendado Inglês). **Youtube**, Portal do Ceará, 18 jan. 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=r15v506ybmI>. Acesso: 04 jun. 2019.

CEARÁ SPORTING CLUB. Sócio Vozão: Novo programa divulga comparativo de valores em relação ao anterior: torcedores poderão aderir planos mais baratos com redução de até quase 30% do valor antigo. **Ceará Sporting Club**, Fortaleza, 27 jan. 2020. Atualizado em: 31 mar. 2020. Sócio Vozão. Disponível em: <https://www.cearasc.com//socio-vozao/noticia/socio-vozao-novo-programa-divulga-comparativo-de-v>. Acesso: 20 abr. 2020.

_____. SÓCIO VOZÃO. Seja Sócio – Sócio Vozão: o melhor e mais democrático programa de sócio-torcedor do Brasil. **Ceará Sporting Club**, Fortaleza. Planos. Disponível em: <https://sociovozao.com/Planos>. Acesso: 20 abr. 2020.

COLÔMBIA desiste de tentar sediar a Copa de 2014: País admite dificuldade em competir com o Brasil, que passa a ser candidato único. **Gazeta do Povo**, Curitiba, 11 abr. 2007. Esportes. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/esportes/colombia-desiste-de-tentar-sediar-a-copa-de-2014-aft4otsb2qrcy6ctznlj3w2fi/>. Acesso: 15 jul. 2019.

COLÔMBIA retira candidatura a sede da Copa de 2014. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 11 abr. 2007. Esportes. Disponível em: <https://diarionordeste.verdesmares.com.br/editorias/jogada/online/colombia-retira-candidatura-a-sede-da-copa-de-2014-1.963779>. Acesso: 15 jul. 2019.

COM público recorde, Fan Fest em Fortaleza recebe telão extra: espaço destinado a Fan Fest tem capacidade de 35 mil pessoas. Michel Teló foi grande atração da noite. **G1**, Fortaleza, 17 jun. 2014. Ceará. Disponível em: <http://g1.globo.com/ceara/noticia/2014/06/com-publico-recorde-fan-fest-em-fortaleza-recebe-telao-extra.html>. Acesso: 08 abr. 2020.

CONHEÇA a origem do clássico ‘Domingo, eu vou ao Maracanã’. **Globo Esporte**, Rio de Janeiro, 28 maio. 2013. Globo Play. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/2600420/>. Acesso: 26 ago. 2019.

COPA 2014: Estudo aponta falhas no Olímpico e no Beira-Rio: Estádios estão longe do padrão Fifa. NSC Total, 09 out. 2008. Notícias. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/copa-2014-estudo-aponta-falhas-no-olimpico-e-no-beira-rio>. Acesso: 11 fev. 2020.

COPA do Mundo 2018: conheça todos os estádios que serão usados no Mundial: Custo, capacidade, jogos... veja todos os dados sobre as 12 arenas da competição. **Globo Esporte.com**, Moscou, Rússia, 04 jun. 2018. Copa 2018. Disponível em: <https://sportv.globo.com/site/programas/copa-2018/noticia/copa-do-mundo-2018-conheca-todos-os-estadios-que-serao-usados-no-mundial.ghtml>. Acesso: 11 fev. 2020.

COSTA, Felipe; CANÔNICO, Leandro. Fifa anuncia preços dos ingressos da Copa de 2014: de R\$ 30 a R\$ 1.980: Valor mais barato é de meia-entrada, na categoria 4, para os jogos da fase de grupo (sem abertura). Primeira fase de venda começa em 20 de agosto. **Globo Esporte**, São Paulo, 19 jul. 2013. Futebol. Copa do Mundo. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2013/07/fifa-anuncia-precos-dos-ingressos-para-copa-do-mundo-de-2014.html>. Acesso: 24 jul. 2019.

DATAFOLHA aponta Grêmio com maior torcida do que o Inter Em nível nacional, Flamengo é o clube do coração de um a cada cinco torcedores. *Correio do Povo*, 17 set. 2019. Disponível em: <https://www.correiodopovo.com.br/esportes/datafolha-aponta-grêmio-com-maior-torcida-do-que-o-inter-1.366209>. Acesso: 11 fev. 2020.

ENTENDA o que é a Jornada Mundial da Juventude. **Canção Nova**, Cachoeira Paulista/SP, 18 de abr. 2018. Atualizado em: 24 jul. 2017. Notícias. Disponível em: <https://noticias.cancaonova.com/especiais/jmj/cracovia-2016/entenda-o-que-e-a-jornada-mundial-da-juventude/>. Acesso: 29 maio. 2019.

ESQUEMA de trânsito para a Copa contará com 7 bolsões e 19 linhas especiais de ônibus. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 03 jun. 2014. Diário na Copa. Mobilidade Urbana. Disponível em: <http://blogs.diariodonordeste.com.br/diarionacopa/mobilidade-urbana/esquema-de-transito-para-a-copa-contara-com-7-bolsoes-e-19-linhas-especiais-de-ônibus/>. Acesso: 18 jul. 2019.

ESTÁDIOS da Copa de 1950 seguem ativos e são utilizados nas Séries A e B do Brasileirão. **R7**, São Paulo, 06 ago. 2013. Esportes. Disponível em: <http://www.virgula.com.br/esporte/estadios-da-copa-de-1950-seguem-ativos-e-sao-utilizados-nas-serie-e-b-do-brasileirao/>. Acesso: 27 maio. 2019.

FEDERAÇÃO CEARENSE DE FUTEBOL. Campeonato Cearense Série A 2017. **Federação Cearense de Futebol**, 24 jan. 2018. Disponível em: <http://www.futebolcearense.com.br/2011/rendapublico.asp?idcamp=177>. Acesso: 10 mar. 2020.

FIFA anuncia África do Sul como sede da Copa de 2010. **UOL Esportes**, São Paulo, 15 maio. 2004. Futebol. Disponível em: <https://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas/2004/05/15/ult59u83722.jhtm>. Acesso: 25 jun. 2019.

FIFA divulga preços de comidas e bebidas nos estádios do Mundial: produtos estarão mais caros do que há um ano na Copa das Confederações. **Globo Esporte**, Rio de Janeiro, 26 maio. 2014. Copa do Mundo 2014. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/futebol/copa-do-mundo/noticia/2014/05/fifa-divulga-preco-de-comidas-e-bebidas-nos-estadios-do-mundial.html>. Acesso: 25 ago. 2020.

FLUMINENSE Football Club. **Estádio das Laranjeiras**. Disponível em: <http://www.fluminense.com.br/sobre/estadio-das-laranjeiras>. Acesso: 23 maio. 2019.

FONSECA, Maurício. Ricardo Teixeira renuncia à presidência da CBF e do COL: José Maria Marin leu a carta de renúncia do dirigente, que ficou no cargo por 23 anos. **O Globo**, Rio de Janeiro, 12 mar. 2012. Esportes. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/esportes/ricardo-teixeira-renuncia-presidencia-da-cbf-do-col-4287813>. Acesso: 17 jul. 2019.

FORMIGA, Bruno. Relembre 10 momentos em que torcedores de Ceará ou Fortaleza chiaram após matérias do O Povo. **O Povo**, Fortaleza, 22 mar. 2012. Clássico-Rei. Disponível em: <https://www20.opovo.com.br/app/opovo/esportes/2012/03/22/noticiaesportesjornal,2806314/relembre-10-momentos-em-que-torcedores-de-ceara-ou-fortaleza-chiaram-apos-materias-do-o-povo.shtml>. Acesso: 19 maio. 2020.

FORTALEZA assina contrato de parceria com arena castelão. **Diário do nordeste**, fortaleza, 11 set. 2014. Jogada. Disponível em: <https://diarionordeste.verdesmares.com.br/editorias/jogada/online/fortaleza-assina-contrato-de-parceria-com-arena-castelao-1.1099224>. Acesso: 18 mar. 2020.

FORTALEZA desiste das negociações com castelão e busca arrendar PV: diretoria tricolor diz que acordo com arena castelão não compensaria. Clube tenta arrendar PV, como o Botafogo fez com o Engenhão. **Globo esporte**, fortaleza, 28 maio. 2013. Fortaleza. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/ce/futebol/times/fortaleza/noticia/2013/05/fortaleza-desiste-das-negociacoes-com-castelao-e-busca-arrendar-pv.html>. Acesso: 19 mar. 2020.

FORTALEZA tem acordo com castelão; Ceará pode ficar sem contrato: enquanto alvinegro pode perder contrato de exclusividade com arena castelão, leão do Pici se adianta e deve assinar contrato de parceria na próxima semana. **Globo esporte**, Fortaleza, 18 jul. 2014. Ceará. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/ce/noticia/2014/07/fortaleza-tem-acordo-com-castelao-ceara-pode-ficar-sem-contrato.html>. Acesso: 18 mar. 2020.

GALLINDO, André. Pesquisa põe Sport como clube do nordeste mais popular, seguido pelo Bahia: tricolor baiano, porém, fica em primeiro quando considerado o "segundo time" dos torcedores em pesquisa realizada pelo Ibope Repucom e divulgada pela revista Época. **Globo esporte**, rio de janeiro, 09 maio. 2018. Futebol. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/noticia/sport-e-o-clube-mais-popular-do-nordeste-seguido-de-perto-pelo-bahia.ghtml>. Acesso: 13 fev. 2020.

GARCIA, Sérgio. A vida glamorosa da família Guinle: Bem-sucedida no mundo dos negócios, a família que ergueu o Copacabana Palace entrou para a história como sinônimo de glamour. **Época**, Rio de Janeiro, 19 jun. 2015. Vida. Disponível em: <https://epoca.globo.com/vida/noticia/2015/06/vida-glamorosa-da-familia-guinle.html>. Acesso: 24 maio. 2019.

GOVERNADOR sanciona lei que libera venda de bebidas em estádios na BA: documento que regulamente venda saiu no Diário Oficial do fim de semana. Jaques Wagner assinou sanção e projeto de lei na sexta-feira (14). **G1**, Salvador, 15 fev. 2014. Bahia. Disponível

em: <http://g1.globo.com/bahia/noticia/2014/02/governador-sanciona-liberacao-de-venda-de-bebidas-em-estadios-na-ba.html>. Acesso: 15 abr. 2020.

GOVERNO do RN publica lei que libera bebida alcoólica em estádios: venda de bebida só será feita em copos plásticos de até 500 mililitros. Lei assinada pela governadora já está em vigor e prevê sanções a quem descumprir as regras. **Globo Esporte**, Natal, 12 abr. 2014. Rio Grande do Norte. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/rn/noticia/2014/04/governo-do-rn-publica-lei-que-libera-bebida-alcoolica-em-estadios.html>. Acesso: 15 abr. 2020.

GRAZIANI, Fernando. Castelão custa R\$ 9 milhões por ano; entenda porque jogos de Ceará e Fortaleza não bastam para conta ser paga. **O Povo**, Fortaleza, 24 set. 2019. Futebol do Povo. Disponível em: <https://blogs.opovo.com.br/futeboldopovo/2019/09/24/castelao-custa-r-9-milhoes-por-ano-entenda-porque-jogos-de-ceara-e-fortaleza-nao-bastam-para-conta-ser-paga/>. Acesso: 26 ago. 2020.

GRUPO PETRÓPOLIS. Grupo Petrópolis: gerando prosperidade para o Brasil. **Grupo Petrópolis**. Empresa. História. Disponível em: <https://www.grupopetropolis.com.br/empresa/historia/>. Acesso: 21 fev. 2020.

HISTÓRIA da Copa: Copa 1950 – Brasil. **UOL Copa**, São Paulo. Disponível em: <https://copadomundo.uol.com.br/historia-da-copa/1950-brasil/numeros/>. Acesso: 28 maio. 2019.

INGRESSOS caros e novas arenas rendem bilheteria recorde no Brasileirão: Dos 30 maiores públicos na competição, 29 foram registrados nos estádios modernos. Arrecadação total ultrapassou 2015 milhões de reais. **Veja**, 10 dez. 2014. Esporte. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/esporte/ingressos-caros-e-novas-arenas-rendem-bilheteria-recorde-no-brasileirao/>. Acesso: 13 ago. 2020.

INTER lança vídeo enaltecendo Beira-Rio e alfineta Grêmio por demolir o estádio Olímpico. **UOL Copa**, São Paulo, 07 dez. 2012. Disponível em: <https://copadomundo.uol.com.br/noticias/redacao/2012/12/07/inter-rs-lanca-video-enaltecendo-beira-rio-e-alfineta-gremio-por-demolir-o-estadio-olimpico.htm?mobile>. Acesso: 29 maio. 2020.

KIRSCHBAUM, Erik. Batalha familiar entre Adidas e Puma renasce em novo livro. **UOL**, São Paulo, 08 maio. 2005. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultnot/2005/11/08/ult29u44014.jhtm>. Acesso: 27 jun. 2019.

LEITE, Roberto. PV levou três anos e três meses e seis atrasos para ser reaberto: Interditado em 18 de fevereiro de 2008, o Estádio Presidente Vargas só foi reaberto em 8 de maio de 2011. Já a reinauguração será nesta quarta-feira. **Globo Esporte**, Fortaleza, 14 set. 2010. Ceará. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/ce/noticia/2011/09/pv-levou-dois-anos-e-tres-meses-e-seis-atrasos-para-ser-reaberto.html>. Acesso: 10 mar. 2020.

_____. Obras de visibilidade do Estádio Castelão estão concluídas: todo o campo já está rebaixado em 4 metros. O anel inferior está a apenas 10 metros do campo. Cadeiras devem ser colocadas a partir de maio. **Globo Esporte**, Fortaleza, 31 jan. 2012. Ceará. Disponível

em: <http://globoesporte.globo.com/ce/noticia/2012/01/obras-de-visibilidade-do-estadio-castelao-estao-concluidas.html>. Acesso: 03 abr. 2020.

LEMOS, Carlos; *et al.* O público nos estádios do Brasil: em 2015. **Globo esporte**, 31 dez. 2015. Disponível em: <http://app.globoesporte.globo.com/futebol/publico-no-brasil/2015/index.html>. Acesso: 19 fev. 2020.

LEMOS, Davi. Regra da FIFA ameaça venda de acarajé em jogos da Copa 2014. **A Tarde**, Salvador, 03 out. 2012. Bahia. Disponível em: <https://atarde.uol.com.br/bahia/salvador/noticias/1457744-regra-da-fifa-ameaca-venda-de-acaraje-em-jogos-da-copa-2014>. Acesso: 25 jul. 2019.

LOBO, Felipe. Revelações da FIFA sobre escolha das sedes mostram que problema da Copa é quem a organiza. **Trivela**, 26 maio. 2014. Atualizado em 26 maio. 2015. Disponível em: <https://trivela.com.br/revelacoes-da-fifa-sobre-escolha-das-sedes-mostram-que-o-problema-da-copa-e-quem-organiza/>. Acesso: 01 ago. 2019.

LOLLAPALOOZA Brasil, Experiência. Disponível em: <https://www.lollapaloozabr.com/experiencia-2018/>. Acesso: 06 jun. 2019.

MAGRI, Diogo. Torcidas Antifascistas se multiplicam nas arquibancadas do futebol brasileiro: desde que o presidente Jair Bolsonaro ganhou espaço na política, vários coletivos foram criados por torcedores de futebol com o objetivo de barrar o fascismo fora de dentro dos estádios. **El País**, São Paulo, 25 dez. 2019. Esportes. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/esportes/2019-12-25/torcidas-antifascistas-se-multiplicam-nas-arquibancadas-do-futebol-brasileiro.html>. Acesso: 10 abr. 2020.

MAIS de 100 anos de história. **Club Athletico Paranaense**, Curitiba. Arena. <https://www.athletico.com.br/arena/>. Acesso: 01 abr. 2020.

MÉDIA de público do Campeonato Potiguar de 2019 é a maior dos últimos 12 anos. **Federação Norte-rio-grandense de Futebol**, Natal. Notícias. Disponível em: <https://www.fnf.org.br/media-de-publico-do-campeonato-potiguar-de-2019-e-a-maior-dos-ultimos-12-anos>. Acesso: 19 fev. 2020.

MENEZES, Irailton. Estado volta a gerir Arena Castelão nesta e quer repassar administração aos clubes: contrato com a LuArenas, atua administradora do equipamento, se encerra nesta quinta-feira (13). **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 12 dez. 2018. Jogada. Disponível em: <https://diariodonordeste.verdesmares.com.br/editorias/jogada/online/estado-volta-a-gerir-arena-castelao-nesta-quinta-e-quer-repassar-administracao-aos-clubes-1.2036940>. Acesso: 18 mar. 2020.

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DO CEARÁ. MPCE discorda de possível liberação de bebidas alcoólicas em estádios de futebol. **Ministério Público do Estado do Ceará**, Fortaleza, 21 mar. 2019. Disponível em: <http://www.mpce.mp.br/2019/03/21/mpce-discorda-de-possivel-liberacao-de-bebidas-alcoolicas-em-estadios-de-futebol/> Acesso: 22 abr. 2020.

_____. MPCE espera veto do governador para projeto que libera bebidas nos estádios. **Ministério Público do Estado do Ceará**, Fortaleza, 10 maio. 2019. Disponível em:

<http://www.mpce.mp.br/2019/05/10/mpce-espera-veto-do-governador-para-projeto-que-libera-bebidas-nos-estadios/>. Acesso: 22 abr. 2020.

MOREIRA, Gabriela. Torcedor do Flamengo com camisa antifascista precisou de autorização da PM para entrar no Maracanã: rubro-negro teve que esperar sargento da Polícia Militar ser consultado para poder entrar no estádio para assistir ao Fla-Flu do último sábado. **Globo Esporte**, Rio de Janeiro, 07 abr. 2019. Flamengo. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/times/flamengo/noticia/torcedor-do-flamengo-com-camisa-antifascista-precisou-de-autorizacao-da-pm-para-entrar-no-maracana.ghtml>. Acesso: 10 abr. 2020.

NAVES, Guilherme de Ávila. Estádio Castelão (Ceará). **Radar PPP**, 26 nov. 2010. Disponível em: <https://www.radarppp.com/resumo-de-contratos-de-ppps/estadio-castelao-ceara/>. Acesso: 11 mar. 2020.

NEGOCIAÇÕES entre Fortaleza e Arena Castelão seguem indefinidas: novela para a assinatura do contrato de exclusividade com a Arena Castelão já dura quase dois meses. Leão propôs mudanças no documento. **Globo Esporte**, Fortaleza, 25 maio. 2013. Fortaleza. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/ce/futebol/times/fortaleza/noticia/2013/05/negociacoes-entre-fortaleza-e-arena-castelao-seguem-indefinidas.html>. Acesso: 18 mar. 2020.

OLIVEIRA, José Carlos. Estatuto do Torcedor enfrentou resistência de dirigentes de federações esportivas. **Câmara dos Deputados**, Brasília, 15 maio. 2013. Educação, cultura e esportes. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/noticias/404006-ESTATUTO-DO-TORCEDOR-ENFRENTOU-RESISTENCIAS-DE-DIRIGENTES-DE-FEDERACOES-ESPORTIVAS>. Acesso: 07 abr. 2020.

PEREIRA, Thiago. Por R\$100 milhões, Fonte Nova fecha com cervejaria e ganha novo nome: Consórcio responsável pela administração da arena fecha contrato com a Itaipava até 2023. Acordo prevê pagamento de R\$ 10 milhões por ano. **Globo Esporte**, Salvador, 01 abr. 2013. Bahia. Notícias. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/ba/noticia/2013/04/por-r100-milhoes-fonte-nova-fecha-com-cervejaria-e-ganha-novo-nome.html>. Acesso: 20 fev. 2020.

PIRES, Breiller. Com homofobia não tem jogo: pela primeira vez, uma partida de futebol foi paralisada no Brasil por causa de cânticos homofóbicos. Vasco se desculpa pela atitude de torcedores diante do São Paulo. **El País**, São Paulo, 27 ago. 2019. Esportes. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2019/08/26/deportes/1566852465_773027.html. Acesso: 08 maio. 2020.

PREFEITURA de Fortaleza cadastra vendedores ambulantes para a Copa das Confederações: apenas produtos dos patrocinadores poderão ser vendidos no entorno da Arena Castelão. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 29 maio. 2013. Editoriais. Disponível em: <https://diarionordeste.verdesmares.com.br/editorias/metro/online/prefeitura-de-fortaleza-cadastra-vendedores-ambulantes-para-a-copa-das-confederacoes-1.826857>. Acesso: 18 jul. 2019.

PREFEITURA de Fortaleza inicia cadastro de veículo de moradores do Castelão: Credenciamento deve ser feito de 5 a 30 de maio. Moradores devem ir à sede da Secretaria

Municipal de Infraestrutura. **G1 Ceará**, Fortaleza, 05 maio. 2014. Ceará. Notícia. Disponível em: <http://g1.globo.com/ceara/noticia/2014/05/prefeitura-de-fortaleza-inicia-cadastro-de-veiculos-de-moradores-do-castelao.html>. Acesso: 18 jul. 2019.

QUEIROZ, Bruno. Arena fonte nova pagou R\$ 18 milhões ao tricolor, que pode ficar sem Pituacu: o Bahia quer a manutenção dos R\$ 9 milhões por ano. **Correio 24 horas**, 31 mar. 2015. Notícia. Disponível em: <https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/arena-fonte-nova-pagou-r-18-milhoes-ao-tricolor-que-pode-ficar-sem-pituacu/>. Acesso: 20 fev. 2020.

QUEREMOS baianas e acarajés na Copa de 2014, #baianasnacopa. **Charge.com**. Disponível em: <https://www.change.org/p/queremos-baianas-e-acarajés-na-copa-de-2014-baianasnacopa>. Acesso: 25 jul. 2019.

RAMOS, Raphael. Ceará e Fortaleza se unem por gestão compartilhada do Castelão: Arena em Fortaleza pode ser primeiro estádio público da Copa do Mundo de 2014 administrado por clubes. **Terra**, Fortaleza, 26 jan. 2019. Jogada. Disponível em: <https://www.terra.com.br/esportes/futebol/ceara-e-fortaleza-se-unem-por-gestao-compartilhada-do-castelao,ee2c68606429ecda0a0e1e3093d22bc0e9wyw9qk.html>. Acesso: 21 mar. 2020.

RANGEL, Sérgio. Arena das Dunas é evitada por clubes e pode dar prejuízo de R\$ 452 milhões. **Folha de São Paulo**, Natal, 08 out. 2016. Atualizado em: 12 out. 2016. Esporte. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2016/10/1821032-lotada-em-jogada-selecao-arena-das-dunas-pode-dar-prejuizo-de-r-452-mi.shtml>. Acesso: 19 fev. 2020.

_____. Eterna candidata: Após 3 tentativas frustradas, Brasil usa Pan do Rio para tentar emplacar Olimpíada de 2016. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 23 jun. 2007. Especial. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/especial/fj2306200707.htm>. Acesso: 21 ago. 2019.

REFORMA do Estádio Castelão é a mais adiantada do país, diz secretaria: Mais de 35% da reforma foi concluída, segundo Secretaria da Copa no CE. Obras de mobilidade urbana em Fortaleza ainda nem começaram. **G1 Ceará**, Fortaleza, 15 set. 2011. Disponível em: <http://g1.globo.com/ceara/noticia/2011/09/reforma-do-estadio-castelao-e-mais-adiantada-do-pais-diz-secretaria.html>. Acesso: 09 mar. 2020.

REGO, Hieros Vasconcelos. Veto ao acarajé na Copa 2014 repercute no país e exterior. **A Tarde**, Salvador, 28 nov. 2012. Bahia. Disponível em: <https://atarde.uol.com.br/bahia/noticias/1470013-veto-ao-acaraje-na-copa-2014-repercute-no-pais-e-exterior>. Acesso: 25 jul. 2019.

ROCHA, Lyvia. Presidente garante que Fortaleza não realizará mais jogos em seu próprio estádio: no amistoso entre Fortaleza e Maranguape, no último domingo (3), centenas de torcedores não conseguiram entrar no Alcides Santos por conta da superlotação. **Tribuna do Ceará**, Fortaleza, 04 jan. 2016. Esportes. Disponível em: <https://tribunadoceara.com.br/esportes/fortaleza/presidente-garante-que-fortaleza-nao-realizara-mais-jogos-em-seu-proprio-estadio/>. Acesso: 11 mar. 2020.

ROCK In Rio, História, Momentos Históricos 1985. Disponível em: rockinrio.com/rio/pt-BR/historia. Acesso: 11 jun. 2019.

RODRIGUES, Gabriel. Não é só pela cerveja! Entenda o imbróglio entre Bahia e Fonte Nova: Clube não aceitou o fim do desconto que os sócios tinham na compra de cerveja, nem o aumento no preço da bebida. Luta representa movimento contra elitização no estádio. **Lance!**, 28 set. 2019. Esportes. Disponível em: <https://www.terra.com.br/esportes/lance/nao-e-so-pela-cerveja-entenda-o-imbroglio-entre-bahia-e-fonte-nova,6ded0604c94a7e92e2f2695216d3f2a7n3fnquq2.html>. Acesso: 20 fev. 2020.

RODRIGUES, Luciano. Nova divisão deixa Ceará com 70% de ingresso no 1º Clássico-Rei; veja: Vovô é mandante na partida do próximo dia 3 de agosto contra o Fortaleza pela 13ª rodada da Série A. **Globo Esporte**, Fortaleza, 14 jul. 2019. Brasileirão Série A. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/ce/futebol/brasileirao-serie-a/noticia/nova-divisao-deixa-ceara-com-70percent-de-ingressos-no-1o-Clássico-Rei-veja.ghtml>. Acesso: 13 mar. 2020.

RODRIGUES, Rodolfo. Média de público da Copa 2018 é menor que a do Brasil em 2014: Copa da Rússia superou os 3 milhões de espectadores em 64 jogos, com média de 47.371 torcedores, abaixo da registrada no Brasil em 2014. **R7**, São Paulo, 16 jul. 2018. Futebol em Números. Disponível em: <https://esportes.r7.com/prisma/copa-2018/futebol-em-numeros/media-de-publico-da-copa-2018-e-menor-que-a-do-brasil-em-2014-16072018>. Acesso: 28 maio. 2019.

RUA de fogo Ceará 2 a 1 Bahia. **Youtube**, 15 maio 2015. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=P5LQ1Zwo208>. Acesso: 23 abr. 2020.

RUCHET, Marcella. Ceará e Fortaleza podem fechar contrato com a Arena Castelão: Ceará e Fortaleza podem fechar contrato de exclusividade para jogarem apenas na Arena Castelão. **Tribuna do Ceará**, Fortaleza, 14 dez. 2012. Esportes. Disponível em: <https://tribunadoceara.com.br/esportes/futebol/ceara-e-fortaleza-podem-fechar-contrato-com-a-arena-castelao/>. Acesso: 11 mar. 2020.

SENA, João Marcelo. Restante das cadeiras do Castelão estão empilhadas a céu aberto: cerca de 40 mil assentos da praça esportiva, antes da reforma, foram doados. Mas cerca de 800 deles estão em local à mercê de sol e chuva. **Globo Esporte**, Fortaleza, 26 set. 2013. Disponível em: <http://globoesporte.globo.com/ce/noticia/2013/09/restante-das-cadeiras-do-castelao-estao-empilhadas-ceu-aberto.html>. Acesso: 04 abr. 2020.

SETE empresas disputaram a Arena Castelão. **O Povo**, Fortaleza, 02 dez. 2018. Notícias. Disponível em: <https://www.opovo.com.br/jornal/colunas/raonesaraiva/2018/12/sete-empresas-disputam-a-arena-castelao.html>. Acesso: 21 mar. 2020.

SILVA, Sidney Barbosa. História do Futebol Cearense. **Campeões do Futebol.com.br**, 22 jan. 2009, Atualizado em: 08 ago. 2016. Ceará, História. Disponível em: https://www.campeoesdofutebol.com.br/ceara_historia.html. Acesso: 22 maio. 2019.

SIMONI, Matheus. Vitória quer jogar na Fonte Nova, mas esbarra em cláusula de contrato da Arena com o Bahia: Em crise financeira, Leão bate de frente com governo e Arena para tentar mandar seus jogos no estádio. **Metro 1**, 22 ago. 2019. Esportes. Disponível em: <https://www.metro1.com.br/noticias/esportes/78848,vitoria-quer-jogar-na-fonte-nova-mas-esbarra-em-clausula-de-contrato-da-arena-com-o-bahia>. Acesso em: 09 mar. 2020.

SIQUEIRA, Felipe. 100 anos do Estádio de Laranjeiras: Sede do Fluminense, primeira casa da Seleção e berço do futebol brasileiro. Inaugurado em 11 de maio de 1919, Laranjeiras completa seu centenário neste sábado. E o GloboEsporte.com relembra esta história através das fases do estádio. **Globo Esporte**, Rio de Janeiro, 08 maio. 2019. Fluminense.

Disponível em:

<http://interativos.globoesporte.globo.com/futebol/times/fluminense/especial/100-anos-do-estadio-de-laranjeiras/>. Acesso: 24 maio. 2019.

SOBRE a AMBEV: a construção de um sonho grande. **Cervejaria AMBEV**, São Paulo.

Disponível em: <https://www.ambev.com.br/sobre/>. Acesso: 02 ago. 2019.

STRINI, Antônio; VALENTE, Rafael. Havelange 100: O cartola que mudou e manchou o futebol. **ESPN Brasil**, São Paulo, 08 maio. 2016. Disponível em:

http://www.espn.com.br/noticia/596502_havelange-100-o-cartola-que-mudou-e-manchou-o-futebol. Acesso: 27 jun. 2019.

STEIN, Leandro. Ditadura: da criação do Brasileirão aos elefantes brancos, como o futebol entrou no Plano de Integração Nacional. **Trivela**, 02 abr. 2014. Atualizado em 31 mar.

2019. Disponível em: <https://trivela.com.br/da-criacao-brasileirao-aos-elefantes-brancos-como-o-futebol-entrou-plano-de-integracao-nacional/>. Acesso: 26 mar. 2020.

TELES, Luiz. Fonte Nova dará lucro ao Bahia; Vitória resiste a acordo. **A Tarde**, 24 dez.

2012. Esportes. Disponível em: <https://atarde.uol.com.br/esportes/noticias/1474792-fonte-nova-dara-lucro-ao-bahia-vitoria-resiste-a-acordo>. Acesso: 20 fev. 2020.

TIMÃO instala painel de LED em borda de arquibancada da arena: clube vai utilizar nova estrutura para divulgar informações de jogos e faturar com publicidade. Suporte de telões também estão sendo instalados. **Globo Esporte**, São Paulo, 19 mar. 2015. Corinthians.

Disponível em:

<http://globoesporte.globo.com/futebol/times/corinthians/noticia/2015/03/timao-instala-painel-de-led-em-borda-de-arquibancada-da-arena.html>. Acesso: 01 abr. 2020.

TÍTULOS. **ABC F.C**, Natal. História. Títulos. Disponível em:

<https://abcfc.com.br/historia/titulos/>. Acesso: 19 fev. 2020.

TORCEDORES denunciam que estão sendo barrados nos estádios cearenses por levarem material antifascista: representantes das três principais torcidas antifascistas do futebol cearense participaram do debate no programa “Revista O POVO” nesta terça-feira. **O Povo**, Fortaleza, 04 fev. 2020. Cearenses. Disponível em:

<https://www.opovo.com.br/esportes/futebol/times/cearenses/2020/02/04/membros-de-torcidas-cearenses-antifascistas-participam-de-debate-na-radio-o-povo-cbn.html>. Acesso: 10 abr. 2020.

TORCIDA Ceará 0 X 1 Santos Festa Mosaico Castelao HD Ceará 105 Anos Aniversário. **Youtube**, 02 jun. 2019. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=gShXhweMzOY>. Acesso: 23 abr. 2020.

UMA torcida gigante e apaixonada. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 05 jun. 2004. Jogada. Disponível em: <http://diariodonordeste.verdesmares.com.br/cadernos/jogada/uma-torcida-gigante-e-apaixonada-1.17621>. Acesso: 24 abr. 2020.

VASCONCELOS, Diana. Saiba o que é permitido ou não dentro do Castelão em dia de jogo: Por 2 km em volta da Arena, só circulam carros credenciados. Ações de marketing estão proibidas. Fiscais da FIFA vão estar espalhados. **G1 Ceará**, Fortaleza, 19 jun. 2013. Ceará. Notícia. Disponível em: g1.globo.com/ceara/noticia/2013/06/saiba-o-que-e-permitido-ou-nao-dentro-do-castelao-em-dia-de-jogo.html. Acesso: 18 jul. 2019.

VENDA de ingressos para a Copa do Mundo 2014 por ordem de compra começa nesta quarta-feira. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 11 mar. 2014. Diário na Copa. Disponível em: blogs.diariodonordeste.com.br/diarionacopa/copa-do-mundo-de-2014/venda-de-ingressos-para-a-copa-do-mundo-2014-por-ordem-de-compra-comeca-nesta-quarta-feira/. Acesso: 25 jul. 2019.

VILLAR, Vitor. Vitória desiste de jogar na Fonte Nova em 2020; entenda o caso: Leão não chegou a ter contrato definitivo: jogos em 2019 foram de teste. **Correio 24 horas**, Salvador, 12 dez. 2019. Vitória. Disponível em: <https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/vitoria-desiste-de-jogar-na-fonte-nova-em-2020-entenda-o-caso/>. Acesso em: 09 mar. 2020.

VITÓRIA anuncia acordo com Fonte Nova; primeiro jogo no estádio será sábado: Vitória enfrenta o Guarani no próximo sábado, às 16h30 (de Brasília), pela 22ª rodada da Série B. **Globo Esporte.com**, Salvador, 09 set. 2019. Vitória. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/ba/futebol/times/vitoria/noticia/presidente-do-vitoria-anuncia-acordo-com-fonte-nova-primeiro-jogo-no-estadio-sera-sabado.ghtml>. Acesso em: 09 mar. 2020.

WERLANG, Hector. STJD punirá com cantos homofóbicos após Copa América, e presidente avisa: “Futebol não é terra sem lei”. Paulo César Salomão Filho anuncia envio de ofício a clubes, federações e árbitros para alertar novidade. Em caso de condenação, pena pode ser multa ou até perda de pontos. **Globo Esporte**, Salvador, 19 jun. 2019. Ceará. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/rj/futebol/noticia/stjd-punira-cantos-homofobicos-apos-copa-america-e-presidente-avisa-futebol-nao-e-terra-sem-lei.ghtml>. Acesso: 09 abr. 2020.

ZIRPOLI, Cassio. O novo estádio do Nordeste, a Arena América. Por enquanto, com 1 módulo. **Cassio Zirpoli**, 18 set. 2019. Nacional. Nordeste. Disponível em: <https://cassiozirpoli.com.br/o-novo-estadio-do-nordeste-a-arena-america-por-enquanto-com-1-modulo/>. Acesso: 19 fev. 2020.

ZITO, Felipe. Estádio do Palmeiras começa a instalar painel de LED na arquibancada: expectativa é que novo sistema esteja funcionando até setembro. **Globo Esporte**, São Paulo, 29 maio. 2018. Palmeiras. Disponível em: <https://globoesporte.globo.com/futebol/times/palmeiras/noticia/estadio-do-palmeiras-comeca-a-instalar-painel-de-led-na-arquibancada.ghtml>. Acesso: 01 abr. 2020.

GLOSSÁRIO

- **50 por 50:** É uma das formas de distribuição das torcidas na arquibancada. Dizer que a arquibancada está dividida 50 por 50 significa que cada uma das torcidas dos clubes que estão disputando a partida naquele dia está ocupando metade da arquibancada.

A

- **Alambrado:** Este nome normalmente é utilizado para definir cerca de arame, material comumente utilizado em campos de futebol para separar o campo da arquibancada. Por isso, ainda que em alguns estádios este material não seja mais utilizado para demarcar essa separação, os torcedores ainda nomeiam o trecho que delimita até onde ele pode ocupar de alambrado.

- **Alemão:** “Gíria que vem da cultura do baile funk de corredor, principalmente carioca e é utilizada para designar o inimigo. Como geralmente as músicas das maiores torcidas organizadas locais são no ritmo funk, algumas expressões seguem a lógica dessa cultura (SOBREIRA FILHO, 2018, p. 159)”.

- **Árbitro:** De acordo com CBF (2019), o árbitro é aquele que possui autoridade para cumprir as regras do jogo. Para isso, conta com a colaboração do demais oficiais da equipe de arbitragem. Além disso, tem o dever de atuar como cronometrista; e, deve anotar todos os incidentes do jogo, para em seguida apresenta-los às autoridades competentes.

C

- **Cambista:** De acordo com o Dicionário Online de Português, Cambista é aquele que trabalha com câmbio, papéis de crédito e troca de moedas. No Brasil, são pessoas que vendem, fora das bilheterias de casas de espetáculos, ingresso com ágio. É muito comum encontrar cambistas nas ruas de acesso aos estádios, eles oferecem agilidade na compra do ingresso, barateiam o valor e facilitam a venda informal, sobretudo de “ingressos/meia”.

- **Charanga:** Toledo (1996) considera que as Charangas são as percussoras das torcidas organizadas. Também, comenta que este nome era empregado para designar pequenas bandas que utilizavam instrumentos percussivos, como baterias, e tocavam marchinhas de carnaval para animar os jogos do time. Esse tipo de agrupamento reunia torcedores de um mesmo clube que tinham a intenção de torcer e se divertir durante os jogos. Surgiu no Rio de Janeiro, por iniciativa de Jaime Rodrigues de Carvalho, torcedor do Flamengo.

- **Clássico-Rei:** Forma como é nomeada as partidas disputadas entre o Ceará Sporting Club e o Fortaleza Esporte Clube. De acordo com Farias (2014a), a expressão passou a ser utilizada na década de 1970, especificamente durante o campeonato cearense de 1971, uma vez que na final deste campeonato houve uma verdadeira batalha campal entre torcedores, jogadores, equipe técnica, arbitragem e policiais. Deste modo, o termo é utilizado com o intuito de nos lembrar o quanto uma partida disputada entre esses dois clubes envolve um clima de muita tensão, tanto por conta da expectativa pelo resultado quanto pelas ações que podem ser praticadas pelos atores sociais envolvidos.

E

- **Entrar no embalo:** Aproveitar uma intensa movimentação em um local pra conseguir adentrá-lo de forma indevida. Seguir o fluxo de pessoas.

- **Esquenta:** Para os torcedores, o Esquenta é o momento que antecede às partidas de futebol, são os minutos dedicados a encontrar os amigos torcedores, se organizar para entrar no estádio e consumir bebida alcoólica. Mas também pode significar algo maior, como as festas que acontecem em frente ao estádio horas antes do jogo iniciar a fim de proporcionar um momento de interação para os torcedores. Estas festas tanto podem ser promovidas pela diretoria do clube quanto agendadas pelos torcedores.

F

- **Feirantes:** Os feirantes são pessoas que compram um grande número de mercadorias (o mais comum sendo peças de vestuário, mas também podem ser bijuterias, eletrônicos e etc.), e as revendem por um preço maior daquele pelo qual adquiriram, obtendo assim lucro pelos itens vendidos. Além disso, os feirantes podem produzir sua própria mercadoria. Comumente, se inspiram em produtos de marcas conhecidas e criam peças com características similares aos produtos oficiais para ofertar a um preço menor.

G

- **Gigante da Boa Vista:** Um dos termos utilizados para se referir ao Estádio Castelão. O nome resgata a ideia das suas dimensões físicas e o nome do bairro no qual ele está inserido.

- **Gigantinho do Benfica:** Um dos termos utilizados para se referir ao Estádio Presidente Vargas. O nome resgata a ideia das suas dimensões físicas e o nome do bairro no qual ele está inserido.

- **Gol:** Ponto que se marca no futebol quando a bola, objeto de disputa deste esporte, ultrapassa o arco do quadro (ou trave, como é popularmente conhecido) do time adversário.

I

- **Impedimento:** De acordo com CBF (2019), um jogador estará em posição de impedimento quando: qualquer parte de sua cabeça, corpo ou pés estiver na metade do campo adversário (excluindo a linha de meio de campo); e se qualquer parte de sua cabeça, corpo ou pés estiver mais próximo da linha de meta adversária do que a bola e o penúltimo adversário. As mãos e os braços dos jogadores, inclusive dos goleiros, não são considerados. Um jogador não se encontrará em posição de impedimento quando estiver em linha com: o penúltimo adversário ou os dois últimos adversários.

M

- **Mando de campo:** Dizer que um clube possui mando de campo significa que ele é o anfitrião da partida, que detém o domínio sobre ela e, por isso, possui alguns privilégios. Esses privilégios podem se expressar da seguinte forma: em determinados campeonatos, ser critério de classificação para outras fases (Ex.: gol fora de casa tem um peso maior); escolher em que estádio realizará a partida; ficar com a maior porção da arrecadação da compra de ingressos; e, por fim, ter direito a uma porção maior da arquibancada garantindo que seus torcedores compareçam ao estádio em maior número do que a torcida adversária.

N

- **Nutella:** Termo empregado para caracterizar como pessoas são mais exigentes com aquilo que consomem e mais cautelosas com suas ações atualmente. A palavra é uma referência a uma marca de creme de avelã, cacau e leite, que é ofertado no mercado com valores pouco acessíveis. O termo é utilizado sempre em contraposição ao termo “raiz”.

P

- **Pênalti:** Penalidade máxima dada a um jogador, e à sua equipe, que comete falta grave, especialmente se ela tiver ocorrido dentro dos limites da grande área do campo. Consiste em interromper o jogo e conceder um tiro livre direto (ou seja, um chute direto em direção ao gol) à equipe que sofreu a falta.

R

- **Raiz:** Termo empregado para caracterizar como pessoas eram menos exigentes com aquilo que consumiam e menos cautelosas em como agiam antigamente. A palavra é utilizada sempre em contraposição ao termo “nutella”.

- **Rua de Fogo:** Atividade realizada por Torcidas do país inteiro, normalmente em dias de jogos de grande importância dos seus clubes, que tem como objetivo recepcionar a delegação do clube e mostrar apoio. Funciona da seguinte forma: um enorme número de torcedores, filiados ou não à Organizadas, se reúnem em uma rua específica do entorno do Estádio, geralmente a rua que desemboca no estacionamento, e montam uma espécie de cordão de isolamento nas laterais da rua e, na medida que o ônibus da delegação vai se aproximando, cantam o hino e demais gritos de guerra, tocam bateria, estendem as bandeiras e, por último, acendem fogos de artifício e sinalizadores.

T

- **Torcedor comum:** “[...] Torcedor Comum é aquele que frequenta os estádios de futebol para assistir a um jogo ou torcer para uma determinada agremiação, sem se vincular, associativamente, a um grupo de pessoas [...] (PIMENTA, 1997, p.67)”.

APÉNDICES

**APÊNDICE A – QUADRO COM AS SEIS CARACTERÍSTICAS DA
PERFORMANCE TORCEDORA**

Quadro 1 - As seis características da performance torcedora.

AS SETE CARACTERÍSTICAS DA PERFORMANCE TORCEDORA		
Nº	CARACTERÍSTICA	DESCRIÇÃO
1	Adrenalina em dias de jogos	- Cada torcedor possui um ritual diferente para lidar com a expectativa.
2	Envolver no ambiente futebolístico indivíduos que não possuem apreço pelo futebol	- O clube de futebol é uma presença constante na vida do torcedor. Isto é, ele faz parte do guarda-roupa, através dos materiais esportivos; da agenda, pois exige atenção e dedicação em determinados dias; e das conversas. O torcedor fala sobre o seu time com muita frequência, seja para elogiar ou reclamar, contudo, o clube passa a ser assunto mais frequente nos dias que antecedem uma partida importante. Isto significa que todos aqueles que convivem com um torcedor de futebol são envolvidos no ambiente futebolístico, ainda que não queiram. Além disso, mesmo aqueles que não acompanham futebol ou não convivem com um torcedor, têm suas vidas afetadas pelo esporte, seja por ter a programação dos canais de TV aberta alterada ou por ter que mudar o trajeto em dia de jogo para não cruzar com uma leva de torcedores a caminho do estádio.
3	O torcedor deixa de ser um indivíduo isolado e passa a integrar um grupo	- O torcedor, ainda que realize algumas atividades sozinho, como ir ao estádio sem companhia, faz parte de um grupo, a torcida. Por exemplo, o torcedor do Ceará Sporting Club é integrante da torcida do Ceará; da torcida alvinegra; ou, da Nação Alvinegra, como alguns jornalistas esportivos gostam de chamar. Portanto, ainda que não tenha passado por um processo de filiação ou associação formal, o torcedor faz parte um grupo. Tendo em vista as proporções numéricas que uma torcida pode alcançar, comumente, o

		<p>torcedor não conhece todos os integrantes de seu grupo ou sua torcida, porém, há elementos que podem contribuir para que ele identifique seus companheiros, como a camisa ou qualquer outro material que contenha o escudo do seu clube. Assim, ao encontrar alguém na rua vestido com a camisa do seu clube, o torcedor se sente à vontade para saudá-lo ou para conversar sobre futebol, uma vez que a camisa identificou aquele indivíduo como sendo um dos seus.</p>
4	<p>Superstição</p>	<p>- As práticas supersticiosas no futebol são frequentes e podem ser constatadas pela imprensa esportiva nas manifestações das torcidas nos estádios e no comportamento de jogadores, técnicos e dirigentes. Ainda que possuam religiões diferentes, alguns torcedores podem ser bastante supersticiosos. É possível que a superstição seja consequência da própria estrutura do esporte, pois o futebol não é disputado só na técnica. Por vezes, suas partidas são ganhas devido a uma combinação de situações favoráveis, ou, como muitos dizem, por pura sorte. O torcedor, conhecedor dessas situações, não se contenta em confiar apenas na técnica, por isso, utiliza estratégias próprias para convencer a sorte a soprar a seu favor, a favor do seu time.</p>
5	<p>Rivalidade</p>	<p>- A disputa entre torcedores de clubes diferentes por vezes se expressa através de brincadeiras que buscam provar qual clube é o melhor e o maior. Por isso, o torcedor deve estar preparado para lidar com as provocações do torcedor rival. Isto é, ele precisa conhecer todas as grandes conquistas do seu time, assim como precisa ter gravado na memória os detalhes dos jogos em que seu time foi superior ao rival. Caso contrário, este torcedor pode ser enlaçado pelas provocações do adversário.</p>

6	Festa	<p>- A festa é a recompensa por toda apreensão e expectativa pelo jogo vivenciada durante o dia e por ter dedicado tanto tempo realizando o ritual para atrair a sorte.</p> <p>- A festa é o momento que o cotidiano é suspenso. É durante a festa que o torcedor grita, chora, abraça o companheiro do lado, pula e agradece por não precisar se submeter às chacotas dos torcedores rivais. A festa é o momento em que a bandeira é estendida; que os sinalizadores são acionados; que os fogos de artifício estouram; e que o hino e outras músicas da torcida são cantadas.</p> <p>- Presentemente, as festas não se resumem às reações dos torcedores na arquibancada após um gol ou uma vitória, como demonstrações de afeto ou comemorações individuais, mas se assemelham a grandes espetáculos.</p> <p>- Para que o espetáculo nas arquibancadas ocorra é necessário um número significativo de pessoas envolvidas nas etapas de elaboração, arrecadação de recursos, aquisição e preparação de materiais e montagem; assim como é necessário boas quantias em dinheiro e tempo de preparação.</p> <p>- As festas são elaboradas com o intuito de chamar a torcida para lotar o estádio; para engrandecer e projetar nacionalmente o clube; para mostrar a força da torcida; e para mostrar ao clube o quanto a sua torcida é apaixonada e dedicada.</p>
---	-------	---

Quadro 1 – Elaborado pela autora. O quadro foi elaborado a partir de formulações feitas após a análise do documentário “O dia do Galo”, lançado em 2015, com duração de uma hora e dirigido por Cris Azzi, Célio Dutra e François Khoury. O documentário mostra a rotina de cinco torcedores do Atlético Mineiro no dia de uma das disputas mais importantes do clube, a final da Copa Libertadores da América de 2013. O título, além de fazer referência a um dia histórico para os torcedores atleticanos, remete ao mascote do clube que é um galo

**APÊNDICE B – ROTEIROS DE ENTREVISTA QUE FORAM APLICADOS COM
OS INTEGRANTES DA EQUIPE VAI ROLAR A FESTA E COM OS
COMPONENTES DA EQUIPE DE BATERIA DA TORCIDA ORGANIZADA
CEARAMOR**

**ROTEIRO DE ENTREVISTA 1 – COMPONENTES DA EQUIPE DE BATERIA DA
TORCIDA ORGANIZADA CEARAMOR**



**Universidade Federal do Ceará
Centro de Humanidades
Departamento de Ciências Sociais
Programa de Pós-graduação em Sociologia**

ALUNA: INGRYD MELLYNA DANTAS DA SILVA

NOME DO ENTREVISTADO: _____

DATA DA ENTREVISTA: ____/____/____ **Nº DA ENTREVISTA:** _____

COMO GOSTARIA DE SER IDENTIFICADO? _____		
INTEGRANTE DE QUAL TORCIDA ORGANIZADA? _____		
FUNÇÃO QUE DESEMPENHA NA TORCIDA? _____		
HÁ QUANTO TEMPO FAZ PARTE DA TORCIDA? _____		
sócio-torcedor? _____	RAÇA/ETNIA: _____	GÊNERO: _____
IDADE: _____	CIDADE: _____	BAIRRO: _____
ESTADO CIVIL: _____	ESCOLARIDADE: _____	
	PROFISSÃO: _____	

VIVÊNCIAS NAS ARQUIBANCADAS/ESTÁDIO

1. O que o estádio representa pra você?
2. Com que frequência você vai ao estádio?
3. Quanto costuma gastar para assistir a uma partida?
4. Como é o seu momento pré-jogo? Costuma participar dos “esquentas”?
5. Há diferenças entre assistir jogo no PV e no Castelão? Quais são?
6. Caso você frequente estádios de futebol desde antes de 2013, quais são as principais diferenças do Castelão hoje para o Castelão de antes da reforma para a Copa do Mundo?
7. Você acha que a nova estrutura do estádio e as novas regras de uso dele interferiam nas ações de sua Torcida? Se sim, como você avalia essa interferência?
8. Qual é a sensação de ir ao estádio/tocar em dia de Clássico-Rei?
9. Como você avalia a liberação da venda de bebidas alcoólicas nos estádios cearense?

PERFORMANCE DA EQUIPE DE BATERIA

10. Qual o papel da Equipe de Bateria na arquibancada? Qual a importância dela para os demais torcedores alvinegros e para o clube?
11. Qual a importância dos cânticos no momento do jogo?
12. O que vocês espera que os cânticos provoquem no estádio?
13. Como esses cânticos são elaborados?
14. Qual o conteúdo das músicas? O que dizem as letras?
15. Qual música é a sua preferida? Por quê?

**ROTEIRO DE ENTREVISTA 2 – INTEGRANTES DA EQUIPE VAI ROLAR A
FESTA**



**Universidade Federal do Ceará
Centro de Humanidades
Departamento de Ciências Sociais
Programa de Pós-graduação em Sociologia**

ALUNA: INGRYD MELLYNA DANTAS DA SILVA

NOME DO ENTREVISTADO: _____

DATA DA ENTREVISTA: ____/____/____ **Nº DA ENTREVISTA:** _____

COMO GOSTARIA DE SER IDENTIFICADO? _____

INTEGRANTE DE QUAL TORCIDA ORGANIZADA? _____

FUNÇÃO QUE DESEMPENHA NA TORCIDA? _____

HÁ QUANTO TEMPO FAZ PARTE DA TORCIDA? _____

sócio-torcedor? ____ RAÇA/ETNIA: _____ GÊNERO: _____

IDADE: _____ CIDADE: _____ BAIRRO: _____

ESTADO CIVIL: _____ ESCOLARIDADE: _____

PROFISSÃO: _____

VIVÊNCIAS NAS ARQUIBANCADAS/ESTÁDIO

1. O que o estádio representa pra você?
2. Com que frequência você vai ao estádio?
3. Quanto costuma gastar para assistir a uma partida?
4. Como é o seu momento pré-jogo? Costuma participar dos “esquentas”?
5. Há diferenças entre assistir jogo no PV e no Castelão? Quais são?

6. Caso você frequente estádios de futebol desde antes de 2013, quais são as principais diferenças do Castelão hoje para o Castelão de antes da reforma para a Copa do Mundo?
7. Você acha que a nova estrutura do estádio e as novas regras de uso dele interferiam nas ações de sua Torcida? Se sim, como você avalia essa interferência?
8. Qual é a sensação de ir ao estádio em dia de Clássico-Rei?
9. Como você avalia a liberação da venda de bebidas alcoólicas nos estádios cearense?

PERFORMANCE DA EQUIPE VAI ROLAR A FESTA

10. Qual o papel da Equipe Vai Rolar a Festa? Qual a importância dela para os demais torcedores alvinegros e para o clube?
11. Qual a importância de preparar uma festa em dias de jogos?
12. Quais são as estratégias utilizadas pela Equipe para se destacar na arquibancada do Estádio?
13. Quais são as características que os diferenciam de grupos que organizam a festa de outros clubes de futebol?

ATUAÇÃO DA EQUIPE VAI ROLAR A FESTA

14. Quando a Equipe foi criada? O que motivou a criação da Equipe?
15. Quantas pessoas compõem a equipe? Quantas Torcidas compõem a equipe?
16. Quais são as estratégias utilizadas por vocês para arrecadação de dinheiro para a realização da festa durante os jogos?
17. De que forma os demais torcedores do Ceará têm contribuído para a execução da festa?
18. Vocês se inspiram em alguma outra torcida ou equipe? Se sim, quais são?
19. Qual o critério para escolha dos jogos que receberão festas de maior porte?
20. Quanto tempo leva para preparar uma festa de grande porte? (Ex. Ceará x Santos e Ceará x Fortaleza). Incluindo planejamento e execução nos dias que antecedem ao jogo?
21. Qual a diferença entre preparar a festa para um Clássico-Rei e para jogos com outros clubes?

**APÊNDICE C – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO
APRESENTADO AOS INTEGRANTES DA EQUIPE VAI ROLAR A FESTA E
DA EQUIPE DE BATERIA DA TORCIDA ORGANIZADA CEARAMOR**



**Universidade Federal do Ceará
Centro de Humanidades
Departamento de Ciências Sociais
Programa de Pós-graduação em Sociologia**

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado a participar da pesquisa “E VAI ROLAR A FESTA, VAI ROLAR, O POVO ALVINEGRO MANDOU AVISAR: a atuação da Torcida Organizada Cearamor e da Equipe Vai Rolar a Festa nos estádios cearenses²⁴⁵”, realizada pela aluna INGRYD MELLYNA DANTAS DA SILVA, do Mestrado Acadêmico em Sociologia da Universidade Federal do Ceará (UFC), sob orientação do Prof. Dr. Luiz Fábio Silva Paiva. O objetivo deste estudo consiste em compreender como a realização dos Megaeventos Esportivos Copa das Confederações 2013 e Copa do Mundo 2014 contribuiu para a intensificação do processo de modernização do futebol na cidade de Fortaleza/Ceará e como interferiu na dinâmica das Torcidas Organizadas locais

Os dados serão coletados mediante realização de entrevistas semiestruturadas, serão registradas em gravador de voz e serão feitas anotações em blocos de notas a fim de que não haja perda do conteúdo. Sua participação é voluntária, não lhe causando nenhum dano à sua qualidade de vida. A qualquer momento, poderá desistir de participar do estudo sem qualquer prejuízo e todas as informações obtidas serão mantidas em sigilo assim como sua identidade. Comprometemo-nos a utilizar os dados coletados somente para a pesquisa e os resultados poderão ser veiculados através de artigos científicos, em revistas ou livros especializados e/ou encontros científicos, sem a identificação do entrevistado. Em caso de

²⁴⁵ Título provisório da dissertação.

dúvidas ou para outras informações, poderá entrar em contato com Ingryd Melyna, pelo telefone (85) 99715-XXXX²⁴⁶.

Este termo terá duas vias iguais, sendo uma para o sujeito participante da pesquisa ou para seu responsável legal e outro para o arquivo da pesquisadora.

Desse modo, tendo tomado conhecimento sobre o teor da pesquisa concordo em participar dela de forma livre e esclarecida.

Fortaleza, _____ de _____ de 2019.

Assinatura do convidado para a pesquisa

Assinatura da pesquisadora

²⁴⁶ O número da pesquisadora foi fornecido aos entrevistados. Contudo, optamos por omiti-lo neste trabalho a fim de garantir a privacidade.

**APÊNDICE D – QUADROS COM A CAPACIDADE DOS ESTÁDIOS E A
QUANTIDADE DE JOGOS REALIZADO DURANTE A COPA DAS
CONFEDERAÇÕES 2013 E A COPA DO MUNDO 2014**

Quadro 2 - Capacidade dos estádios que receberam partidas da Copa das Confederações 2013 e a quantidade de jogos realizados ao longo do evento.

ESTÁDIOS, CIDADES	QUANT. JOGOS	CAPACIDADE (APROX.)	TOTAL DE LUGARES
<i>Arena Fonte Nova, Salvador</i>	3x	54 mil	= 162 mil
<i>Arena Pernambuco, Recife</i>	3x	45 mil	= 135 mil
<i>Estádio Castelão, Fortaleza</i>	3x	64 mil	=192 mil
<i>Estádio Maracanã, Rio de Janeiro</i>	3x	78 mil	=234 mil
<i>Estádio Mineirão, Belo Horizonte</i>	3x	62 mil	= 186 mil
<i>Estádio Nacional, Brasília</i>	1x	72 mil	= 72 mil
<i>Copa das Confederações 2013</i>	<i>16 jogos</i>	<i>375 mil</i>	<i>981 mil</i>

Quadro 2 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta a capacidade aproximada dos estádios que receberam partidas da Copa das Confederações 2013 e a quantidade de jogos realizados ao longo do evento, o objetivo é apresentar o número total de lugares que foram disponibilizados por estádio ao longo de todo o torneio. FONTE: FIFA – FEDERATION INTERNARIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION. Copa das Confederações da FIFA Brasil 2013. Guia de Ingressos – Nacional. **FIFA**, Rio de Janeiro. 2013. Disponível em: https://www.fifa.com/mm/document/tournament/ticketing/02/09/75/01/fcc2013-ticketguide-por_portuguese.pdf. Acesso: 24 jul. 2019.

Quadro 3 - Capacidade dos estádios que receberam partidas da Copa do Mundo 2014 e a quantidade de jogos realizados ao longo do evento.

ESTÁDIOS, CIDADES	QUANT. JOGOS	CAPACIDADE (APROX.)	TOTAL DE LUGARES
<i>Arena da Amazônia, Manaus</i>	4x	44 mil	= 176 mil
<i>Arena da Baixada, Curitiba</i>	4x	42 mil	= 168 mil
<i>Arena das Dunas, Natal</i>	4x	32 mil	= 128 mil
<i>Arena de São Paulo, São Paulo</i>	6x	48 mil	= 288 mil
<i>Arena Fonte Nova, Salvador</i>	6x	48 mil	= 288 mil
<i>Arena Pantanal, Cuiabá</i>	4x	42 mil	= 168 mil
<i>Arena Pernambuco, Recife</i>	5x	46 mil	= 230 mil
<i>Estádio Beira-Rio, Porto Alegre</i>	5x	56 mil	= 280 mil
<i>Estádio Castelão, Fortaleza</i>	6x	63 mil	= 378 mil
<i>Estádio Maracanã, Rio de Janeiro</i>	7x	78 mil	= 546 mil
<i>Estádio Mineirão, Belo Horizonte</i>	6x	64mil	= 384 mil
<i>Estádio Nacional, Brasília</i>	7x	72 mil	= 504 mil

<i>Copa do Mundo 2014</i>	<i>64 jogos</i>	<i>635 mil</i>	<i>3.538.000 mil</i>
----------------------------------	------------------------	-----------------------	-----------------------------

Elaborado pela autora. Neste quadro consta a capacidade aproximada dos estádios que receberam partidas da Copa do Mundo 2014 e a quantidade de jogos realizados ao longo do evento, o objetivo é apresentar o número total de lugares que foram disponibilizados por estádio ao longo de todo o torneio. Destacamos que alguns dos valores da capacidade aproximada de cada estádio apresentado na tabela 2 podem divergir da tabela 1, pois utilizamos fontes diferentes. FONTE: SANTOS, Arnaldo; GÓIS, Francisco. **Histórias da Copa do Mundo: 1930 a 2014.** Fortaleza: Premius, 2014.

APÊNDICE E – FOTOS DA DISTRIBUIÇÃO DAS FAIXAS DAS TORCIDAS ORGANIZADAS DO CEARÁ SPORTING CLUB NA ARQUIBANCADA DO ESTÁDIO CASTELÃO

Foto 1 - Distribuição das faixas das Torcidas Organizadas do Ceará Sporting Club nos setores Premium, Inferior Norte e Superior Norte do Estádio Castelão.



Foto 1 – Elaborado pela autora. Foto da distribuição das faixas das Torcidas Organizadas do Ceará Sporting Club nos setores Premium, Inferior Norte e Superior Norte do Estádio Castelão. Estão expostas as faixas das torcidas Ceará Chopp, Amigos Alvinegros e Torcida Organizada Cearamor. Destacamos que não há faixas estendidas no setor Premium. Imagem registrada pela autora no dia 03 de maio de 2017, durante o segundo jogo da final do Campeonato Cearense de 2017, em uma partida disputada entre Ceará e Ferroviário.

Foto 2 - Distribuição das faixas das Torcidas Organizadas do Ceará Sporting Club nos setores Superior Norte e Superior Central do Estádio Castelão.



Foto 2 – Elaborado pela autora. Foto da distribuição das faixas das Torcidas Organizadas do Ceará Sporting Club nos setores Superior Norte e Superior Central do Estádio Castelão. Estão expostas as faixas das torcidas Fúria Jovem, Cangaceiros Alvinegros e Movimento Organizado Força Independente. Imagem registrada pela autora no dia 03 de maio de 2017, durante o segundo jogo da final do Campeonato Cearense de 2017, em uma partida disputada entre Ceará e Ferroviário.

Foto 3 - Distribuição das faixas das Torcidas Organizadas do Ceará Sporting Club no setor Superior Central do Estádio Castelão.



Foto 3 – Elaborado pela autora. Foto da distribuição das faixas das Torcidas Organizadas do Ceará Sporting Club nos setores Superior Central e Inferior Central do Estádio Castelão. Estão expostas as faixas das torcidas Ceará Surf, Torcida Jovens Alvinegros, Movimento Setor Alvinegro, Torcida Cearamigos e Cervejeiros Alvinegros. Imagem registrada pela autora no dia 03 de maio de 2017, durante o segundo jogo da final do Campeonato Cearense de 2017, em uma partida disputada entre Ceará e Ferroviário.

**APÊNDICE F – QUADROS COM A QUANTIDADE DE ESTÁDIOS PELO BRASIL
POR REGIÃO, POR ESTADO E POR CAPACIDADE**

Quadro 4 - Quantidade de estádios no Brasil por região.

QUANTIDADE DE ESTÁDIOS NO BRASIL (POR REGIÃO)	<i>Norte</i>	<i>Nordeste</i>	<i>Sudeste</i>	<i>Sul</i>	<i>Centro -Oeste</i>	<i>Total</i>
<i>Quantidade de Estádios</i>	40	201	195	96	102	634
<i>Quant. De Propriedade Pública</i>	29	165	105	45	91	435
<i>Quant. De Propriedade Particular</i>	11	36	90	51	11	199

Quadro 4 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta a quantidade de estádios por região, a quantidade de estádios por região de propriedade pública e a quantidade de estádios por região de propriedade particular. FONTE: CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL – CBF. **Cadastro nacional de estádios de futebol.** Rio de Janeiro: CBF, 2009. Disponível em: file:///C:/Users/ingme/Google%20Drive/TEXTOS%20COMPLEMENTARES/ESTÁDIOS/Cadastro%20Nacional%20de%20Estádio%20-%20CBF%20-%202009.pdf. Acesso: 06 fev. 2020.

Quadro 5 - Quantidade de estádios no Brasil, por região, com capacidade acima de 40 mil.

QUANTIDADE DE ESTÁDIOS DO BRASIL COM CAPACIDADE ACIMA DE 40MIL	<i>Norte</i>	<i>Nordeste</i>	<i>Sudeste</i>	<i>Sul</i>	<i>Centro -Oeste</i>	<i>Total</i>
<i>Com mais de 40mil</i>	1	4	6	2	3	16
<i>Com mais de 45 mil</i>	1	3	4	1	1	10
<i>Com mais de 50 mil</i>	-	3	3	1	1	8
<i>Com mais de 60 mil</i>	-	2	3	-	-	5
<i>Com mais de 80 mil</i>	-	-	1	-	-	1

Quadro 5 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta a quantidade de estádios por região com capacidade superior a 40, 45, 50, 60 e 80 mil, respectivamente. FONTE: CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL – CBF. **Cadastro nacional de estádios de futebol.** Rio de Janeiro: CBF, 2009. Disponível em: file:///C:/Users/ingme/Google%20Drive/TEXTOS%20COMPLEMENTARES/ESTÁDIOS/Cadastro%20Nacional%20de%20Estádio%20-%20CBF%20-%202009.pdf. Acesso: 06 fev. 2020.

Quadro 6 - Quantidade de estádios no Brasil, por região e estado, com capacidade superior a 40 mil.

		<i>Q. Total</i>	<i>Q. acima de 40 mil</i>	<i>Nomes dos estádios/Cidade</i>	<i>Proprie- dade</i>	<i>Cidade candidata a subsede?</i>
<i>N O R T E</i>	<i>Acre</i>	4	-			
	<i>Amapá</i>	2	-			
	<i>Amazona</i>	5	-			
	<i>Pará</i>	16	-			
	<i>Rondônia</i>	8	-			
	<i>Roraima</i>	5	-			
<i>N O R D E S T E</i>	<i>Alagoas</i>	17	-			
	<i>Bahia</i>	44	-			
	<i>Ceará</i>	33	1	Castelão/Fortaleza	E	Sim
	<i>Maranhão</i>	13	1	Castelão/São Luís	E	-
	<i>Paraíba</i>	11	-			
	<i>Pernambuco</i>	33	1	Arruda/Recife	P	Sim
	<i>Piauí</i>	10	-			
	<i>Rio Grande do Norte</i>	11	-			
<i>Sergipe</i>	29	-				
<i>S U D E S T E</i>	<i>Espírito Santo</i>	16	-			
	<i>Minas Gerais</i>	36	2	Parque do Sabiá/Uberlândia	M	-
				Mineirão/Belo Horizonte	E	Sim
<i>Rio de Janeiro</i>	27	2	Engenhão/Rio de Janeiro	M	-	
			Maracanã/Rio de Janeiro	E	Sim	

	<i>São Paulo</i>	116	2	Morumbi/São Paulo Farazão/Presid. Prudente	P M	Sim -
	<i>Paraná</i>	39	-			
<i>S U L</i>	<i>Rio Grande do Sul</i>	45	2	Beira-Rio/Porto Alegre Olímpico/Porto Alegre	P P	Sim Sim
	<i>Santa Catarina</i>	12	-			
<i>C E N T R O - O S T E</i>	<i>Distrito Federal</i>	12	1	Mané Garrincha/Brasília	M	Sim
	<i>Goiás</i>	36	1	Serra Dourada/Goiânia	E	Sim
	<i>Mato Grosso</i>	18	-			
	<i>Mato Grosso do Sul</i>	22	1	Moreirão/Campo Grande	F	Sim
	<i>Tocantins</i>	14	-			

Quadro 6 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta a quantidade de estádios, por região e por estado, com capacidade superior a 40 mil; o nome dos estádios e das cidades em que estão localizadas; o tipo de propriedade; e se concorreu à subsede da Copa do Mundo de 2014. FONTE: CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL – CBF. **Cadastro nacional de estádios de futebol**. Rio de Janeiro: CBF, 2009. Disponível em: file:///C:/Users/ingme/Google%20Drive/TEXTOS%20COMPLEMENTARES/ESTÁDIOS/Cadastro%20Nacional%20de%20Estádio%20-%20CBF%20-%202009.pdf. Acesso: 06 fev. 2020.

**APÊNDICE G – QUADROS COM AS ADAPTAÇÕES NECESSÁRIAS AOS
ESTÁDIOS BRASILEIROS NO PERÍODO PRÉ-COPA 2014**

Quadro 7 - Adaptações necessárias aos estádios localizados em capitais brasileiras que disputavam uma vaga de subsede da Copa do Mundo 2014 (Partes 1, 2 e 3).

PARTE 1 – ESTÁDIOS 01 AO 06	<i>Arena da Baixada (PR)</i>	<i>Arena Dunas (RN)</i>	<i>Arena da Floresta (AC)</i>	<i>Arena Pernam- buco (PE)</i>	<i>Beira Rio (RS)</i>	<i>Castelão (CE)</i>
<i>Acessibilidade ao estádio</i>				X		
<i>Arquibancada</i>						
<i>Assentos</i>	X					
<i>Aumento de capacidade</i>	X		X			
<i>Banheiros</i>						
<i>Camarotes</i>	X					
<i>Centro comercial</i>						
<i>Espaço adequado para a imprensa</i>	X					X
<i>Espaço exclusivo para membros da FIFA</i>	X					
<i>Estacionamento</i>	X					X
<i>Gramado</i>						
<i>Instalações elétricas</i>						
<i>Placar eletrônico</i>						
<i>Readaptar para outra modalidade esportiva</i>		X	X			
<i>Readaptar para receber outros tipos de evento</i>		X	X			X
<i>Requalificação urbana no entorno</i>				X		
<i>Segurança e informação</i>						
<i>Sustentação da arquibancada</i>						
<i>Visibilidade</i>						

Quadro 7 – Parte 1 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta uma lista das adaptações que precisavam ser feitas nos estádios localizados nas capitais brasileiras que pleiteavam uma vaga de subsede da Copa do Mundo de 2014. A avaliação foi realizada pelo Sindicato da Arquitetura e da Engenharia – SINAECO. FONTE: SINDICATO DA ARQUITETURA E DA ENGENHARIA – SINAECO. **Vitrine ou vidraça:** desafios do Brasil para a Copa de 2014. 2009.

PARTE 2 – ESTÁDIOS 07 AO 12	<i>Mané Garrincha (DF)</i>	<i>Fonte Nova (BA)</i>	<i>Mineirão (MG)</i>	<i>Mangueirão (PA)</i>	<i>Morenão (MS)</i>	<i>Maracanã (RJ)</i>
<i>Acessibilidade ao estádio</i>	X		X			X
<i>Arquibancada</i>	X					X
<i>Assentos</i>				X		
<i>Aumento de capacidade</i>	X					
<i>Banheiros</i>						X
<i>Camarote</i>						
<i>Centro comercial</i>	X			X		
<i>Espaço adequado para a imprensa</i>				X		
<i>Espaço exclusivo para membros da FIFA</i>						
<i>Estacionamento</i>						X
<i>Gramado</i>	X					
<i>Instalações elétricas</i>						
<i>Placar eletrônico</i>						
<i>Readaptar para outra modalidade esportiva</i>		X		X		
<i>Readaptar para receber outros tipos de evento</i>	X	X			X	
<i>Requalificação urbana no entorno</i>						X
<i>Segurança e informação</i>			X			
<i>Sustentação da arquibancada</i>						
<i>Visibilidade</i>						

Quadro 7 – Parte 2 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta uma lista das adaptações que precisavam ser feitas nos estádios localizados nas capitais brasileiras que pleiteavam uma vaga de subside da Copa do Mundo de 2014. A avaliação foi realizada pelo Sindicato da Arquitetura e da Engenharia – SINAECO. FONTE: SINDICATO DA ARQUITETURA E DA ENGENHARIA – SINAECO. **Vitrine ou vitraço:** desafios do Brasil para a Copa de 2014. 2009.

PARTE 3 – ESTÁDIOS 13 AO 18	<i>Morumbi</i> <i>(SP)</i>	<i>Olímpico</i> <i>(RS)</i>	<i>Orlando Scarpelli</i> <i>(SC)</i>	<i>Serra Dourada</i> <i>(GO)</i>	<i>Vivaldão</i> <i>(AM)</i>	<i>Verdão</i> <i>(MS)</i>
<i>Acessibilidade ao estádio</i>			X			
<i>Arquibancada</i>						
<i>Assentos</i>				X		
<i>Aumento de capacidade</i>						
<i>Banheiros</i>						
<i>Camarotes</i>						X
<i>Centro comercial</i>						
<i>Espaço adequado para a imprensa</i>				X		X
<i>Espaço exclusivo para membros da FIFA</i>						X
<i>Estacionamento</i>	X		X	X		
<i>Gramado</i>						
<i>Instalações elétricas</i>				X		
<i>Placar eletrônico</i>				X		
<i>Readaptar para outra modalidade esportiva</i>					X	X
<i>Readaptar para receber outros tipos de evento</i>				X	X	X
<i>Requalificação urbana no entorno</i>	X		X			
<i>Segurança e informação</i>				X		
<i>Sustentação da arquibancada</i>						
<i>Visibilidade</i>						

Quadro 7 – Parte 3 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta uma lista das adaptações que precisavam ser feitas nos estádios localizados nas capitais brasileiras que pleiteavam uma vaga de subsede da Copa do Mundo de 2014. A avaliação foi realizada pelo Sindicato da Arquitetura e da Engenharia – SINAECO. FONTE: SINDICATO DA ARQUITETURA E DA ENGENHARIA – SINAECO. **Vitrine ou vidraça:** desafios do Brasil para a Copa de 2014. 2009.

**APÊNDICE H – QUADROS COM AS ADAPTAÇÕES REALIZADAS NOS
ESTÁDIOS BRASILEIROS PARA RECEBER A COPA DE 2014**

Quadro 8 - Adaptações realizadas nos estádios localizados nas capitais brasileiras escolhidas como subsede da Copa do Mundo 2014 (Partes 1, 2 e 3).

PARTE 1 – ESTÁDIOS 01 AO 04		<i>Arena da Amazônia</i> (AM)	<i>Arena da Baixada</i> (PR)	<i>Arena Beira Rio</i> (RS)	<i>Arena Castelão</i> (CE)
FASE PRÉ-CONSTRUÇÃO	<i>Localização (Acessibilidade ao estádio)</i>				
	<i>Ângulo do campo (Visibilidade)</i>				
	<i>Construção sustentável (Ambiental)</i>				
	<i>Construção sustentável (Econômica)</i>				
	<i>Construção sustentável (Social)</i>				
	<i>Multifuncionalidade (Adaptar para outros esportes e eventos)</i>				
SEGURANÇA FÍSICA E PATRIMONIAL	<i>Separação no mínimo em quatro setores</i>				
	<i>Sinalização em corredores e escadas</i>				
	<i>Espaços de passagem desobstruídos</i>				
	<i>Instalação para atividades policiais</i>				
	<i>Centro de controle de emergência</i>				
	<i>Câmeras de emergência</i>				
	<i>Centro médico</i>				
	<i>Estacionamento</i>				
ÁREA DE JOGO	<i>Campo de Jogo: 105m C e 68m L</i>				
	<i>Área auxiliar de no mínimo 8,5m</i>				
	<i>Campo uniforme e nivelado</i>				
	<i>Banco de reservas à 5m do campo e com encosto</i>				
	<i>Ausência de barreira campo/espectadores</i>				
	<i>Fosso</i>				

PADRÕES DE CONFORTO	<i>Ampliação da arquibancada</i>				
	<i>Cobertura para espectadores</i>				
	<i>Assentos individuais</i>				
	<i>Identificação dos assentos</i>				
	<i>Instalações sanitárias</i>				
	<i>Instalações de alimentos e bebidas</i>				
ÁREA DE ESPECTADORES	<i>Barreiras entre setores</i>				
	<i>Sistema de autofalantes</i>				
	<i>Placares e telas de vídeo</i>				
	<i>Instalações adaptadas para pessoas com deficiência</i>				
	<i>Controle eletrônico de acesso</i>				
ITENS EXTRAS	<i>Camarotes</i>				
	<i>Centro comercial</i>				
	<i>Espaço adequado para a imprensa</i>				
	<i>Espaço exclusivo para membros da FIFA</i>				
	<i>Teto retrátil</i>				
	<i>Antenas de internet Wi-Fi</i>				

LEGENDA – QUADRO 8	
	Caso o item esteja em branco, significa que o item não foi incluído na obra. Portanto, qualquer uma das cores sinaliza uma alteração que foi efetuada no estádio.
	Sugestões apontadas documento <i>Estádios de futebol</i> (FIFA, 2011) e que foram cumpridas.
	Sugestões apontadas pelo documento <i>Vitrine ou vitraço</i> (SINAENCO, 2009) de forma específica para o estádio e foram cumpridas.
	Elementos que foram incluídos na obra independentemente de sugestões.

Quadro 8 – Parte 1 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta uma lista das adaptações que foram realizadas nos estádios localizados nas capitais brasileiras escolhidas como subsele da Copa do Mundo de 2014. Os dados foram obtidos na obra *Histórias da Copa do Mundo: 1930 a 2014* e nas páginas oficiais das respectivas arenas. Destacamos que, além das fontes citadas acima, ao preencher os dados referentes ao Castelão, incluímos informações adquiridas através da nossa pesquisa de campo e que não constam nos documentos analisados por nós. FONTE: SANTOS, Arnaldo; GÓIS, Francisco. **Histórias da Copa do Mundo: 1930 a 2014**. Fortaleza: Premium, 2014.

PARTE 2 – ESTÁDIOS 05 AO 08		Arena Dunas (RN)	Arena Fonte Nova (BA)	Arena Pantanal (MT)	Arena Pernambuco (PE)
FASE PRÉ-CONSTRUÇÃO	Localização (Acessibilidade ao estádio)				
	Ângulo do campo (Visibilidade)				
	Construção sustentável (Ambiental)				
	Construção sustentável (Econômica)				
	Construção sustentável (Social)				
	Multifuncionalidade (Adaptar para outros esportes e eventos)				
SEGURANÇA FÍSICA E PATRIMONIAL	Separação no mínimo em quatro setores				
	Sinalização em corredores e escadas				
	Espaços de passagem desobstruídos				
	Instalação para atividades policiais				
	Centro de controle de emergência				
	Câmeras de emergência				
	Centro médico				
Estacionamento					
ÁREA DE JOGO	Campo de Jogo: 105m C e 68m L				
	Área auxiliar de no mínimo 8,5m				
	Campo uniforme e nivelado				
	Banco de reservas à 5m do campo e com encosto				
	Ausência de barreira campo/espectadores				
	Fosso				
PADRÕES DE CONFORTO	Ampliação da arquibancada				
	Cobertura para espectadores				
	Assentos individuais				
	Identificação dos assentos				
	Instalações sanitárias				

	<i>Instalações de alimentos e bebidas</i>				
ÁREA DE ESPECTADORES	<i>Barreiras entre setores</i>				
	<i>Sistema de autofalantes</i>				
	<i>Placares e telas de vídeo</i>				
	<i>Instalações adaptadas para pessoas com deficiência</i>				
	<i>Controle eletrônico de acesso</i>				
ITENS EXTRAS	<i>Camarotes</i>				
	<i>Centro comercial</i>				
	<i>Espaço adequado para a imprensa</i>				
	<i>Espaço exclusivo para membros da FIFA</i>				
	<i>Teto retrátil</i>				
	<i>Antenas de internet Wi-Fi</i>				

LEGENDA – QUADRO 8	
	Caso o item esteja em branco, significa que o item não foi incluído na obra. Portanto, qualquer uma das cores sinaliza uma alteração que foi efetuada no estádio.
	Sugestões apontadas documento <i>Estádios de futebol</i> (FIFA, 2011) e que foram cumpridas.
	Sugestões apontadas pelo documento <i>Vitrine ou vidraça</i> (SINAENCO, 2009) de forma específica para o estádio e foram cumpridas.
	Elementos que foram incluídos na obra independentemente de sugestões.

Quadro 8 – Parte 2 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta uma lista das adaptações que foram realizadas nos estádios localizados nas capitais brasileiras escolhidas como subsede da Copa do Mundo de 2014. Os dados foram obtidos na obra *Histórias da Copa do Mundo: 1930 a 2014* e nas páginas oficiais das respectivas arenas. FONTE: SANTOS, Arnaldo; GÓIS, Francisco. **Histórias da Copa do Mundo: 1930 a 2014**. Fortaleza: Premius, 2014.

PARTE 3 – ESTÁDIOS 09 AO 12		<i>Arena São Paulo</i> ²⁴⁷ (SP)	<i>Estádio Mineirão</i> (MG)	<i>Estádio Nacional</i> (BSB)	<i>Maracanã</i> (RJ)
FASE PRÉ-CONSTRUÇÃO	<i>Localização (Acessibilidade ao estádio)</i>				
	<i>Ângulo do campo (Visibilidade)</i>				
	<i>Construção sustentável (Ambiental)</i>				
	<i>Construção sustentável (Econômica)</i>				
	<i>Construção sustentável (Social)</i>				
	<i>Multifuncionalidade (Adaptar para outros esportes e eventos)</i>				
SEGURANÇA FÍSICA E PATRIMONIAL	<i>Separação no mínimo em quatro setores</i>				
	<i>Sinalização em corredores e escadas</i>				
	<i>Espaços de passagem desobstruídos</i>				
	<i>Instalação para atividades policiais</i>				
	<i>Centro de controle de emergência</i>				
	<i>Câmeras de emergência</i>				
	<i>Centro médico</i>				
	<i>Estacionamento (sobretudo ampliação)</i>				
ÁREA DE JOGO	<i>Campo de Jogo: 105m C e 68m L</i>				
	<i>Área auxiliar de no mínimo 8,5m</i>				
	<i>Campo uniforme e nivelado</i>				
	<i>Banco de reservas à 5m do campo e com encosto</i>				
	<i>Ausência de barreira campo/espectadores</i>				
	<i>Fosso</i>				
PADRÕES DE CONFORTO	<i>Ampliação da arquibancada</i>				
	<i>Cobertura para espectadores</i>				
	<i>Assentos individuais</i>				
	<i>Identificação dos assentos</i>				

²⁴⁷ O Estádio foi chamado de Arena São Paulo somente durante o período da Copa do Mundo, pois desde o início das obras sabia-se que o estádio era de propriedade do Sport Club Corinthians Paulista. Logo, após o evento, o estádio passou a ser chamado de Arena Corinthians.

	<i>Instalações sanitárias</i>				
	<i>Instalações de alimentos e bebidas</i>				
ÁREA DE ESPECTADORES	<i>Barreiras entre setores</i>				
	<i>Sistema de autofalantes</i>				
	<i>Placares e telas de vídeo</i>				
	<i>Instalações adaptadas para pessoas com deficiência</i>				
	<i>Controle eletrônico de acesso</i>				
	<i>Camarotes</i>				
	<i>Centro comercial</i>				
ITENS EXTRAS	<i>Espaço adequado para a imprensa</i>				
	<i>Espaço exclusivo para membros da FIFA</i>				
	<i>Teto retrátil</i>				
	<i>Antenas de internet Wi-Fi</i>				

LEGENDA – QUADRO 8	
	Caso o item esteja em branco, significa que o item não foi incluído na obra. Portanto, qualquer uma das cores sinaliza uma alteração que foi efetuada no estádio.
	Sugestões apontadas documento <i>Estádios de futebol</i> (FIFA, 2011) e que foram cumpridas.
	Sugestões apontadas pelo documento <i>Vitrine ou vidraça</i> (SINAENCO, 2009) de forma específica para o estádio, sobretudo porque eram carências do estádio, e foram cumpridas.
	Elementos que foram incluídos na obra independentemente de sugestões.

Quadro 8 – Parte 3 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta uma lista das adaptações que foram realizadas nos estádios localizados nas capitais brasileiras escolhidas como subsede da Copa do Mundo de 2014. Os dados foram obtidos na obra *Histórias da Copa do Mundo: 1930 a 2014* e nas páginas oficiais das respectivas arenas. FONTE: SANTOS, Arnaldo; GÓIS, Francisco. **Histórias da Copa do Mundo: 1930 a 2014**. Fortaleza: Premius, 2014.

APÊNDICE I – DIVISÃO DE SETORES NA ARQUIBANCADA DO ESTÁDIO CASTELÃO

Figura 1 - Divisão dos setores da arquibancada do Estádio Castelão.

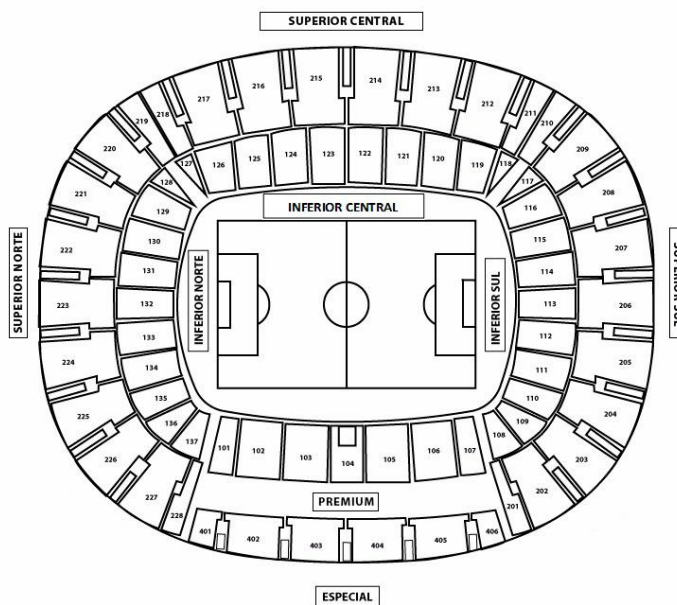


Figura 1 – Elaborado pela autora. Divisão dos setores da arquibancada do Estádio Castelão após a reforma para a Copa de 2014.

Figura 2 - Distribuição das torcidas do Ceará e Fortaleza em dias de Clássico-Rei – Divisão 50/50 – Mando de campo do Ceará.

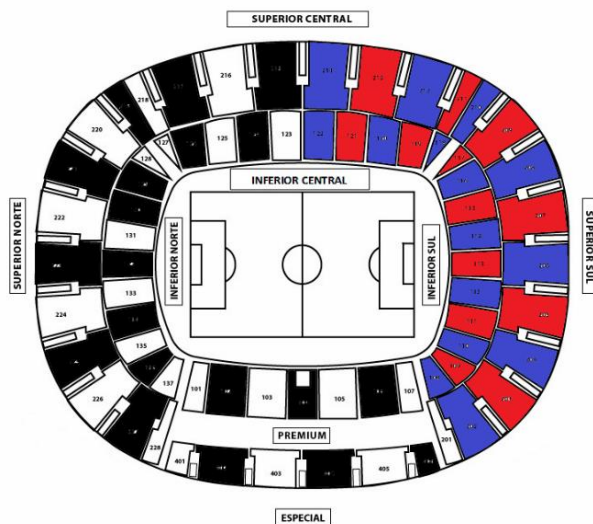


Figura 2 – Elaborado pela autora. Distribuição das torcidas do Ceará e Fortaleza em dias de Clássico-Rei – Divisão 50/50 – Mando de campo do Ceará.

Figura 3 - Distribuição das torcidas do Ceará e Fortaleza em dias de Clássico-Rei – Divisão 50/50 – Mando de campo do Fortaleza.

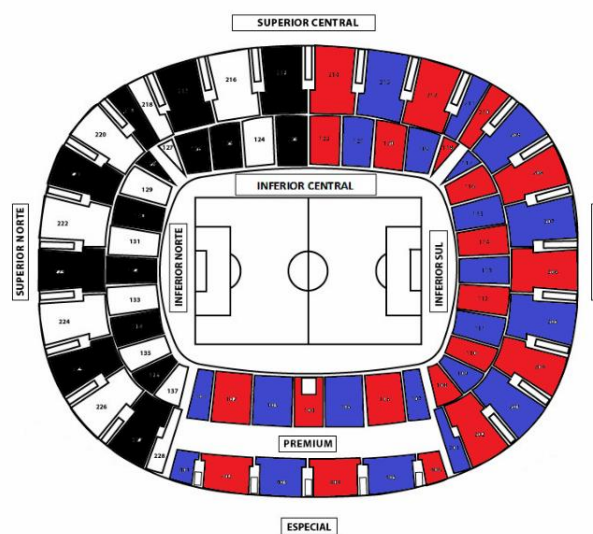


Figura 3 – Distribuição das torcidas do Ceará e Fortaleza em dias de Clássico-Rei – Divisão 50/50 – Mando de campo do Fortaleza.

Figura 4 - Distribuição das torcidas do Ceará e Fortaleza em dias de Clássico-Rei – Divisão 70/30 – Mando de campo do Ceará.

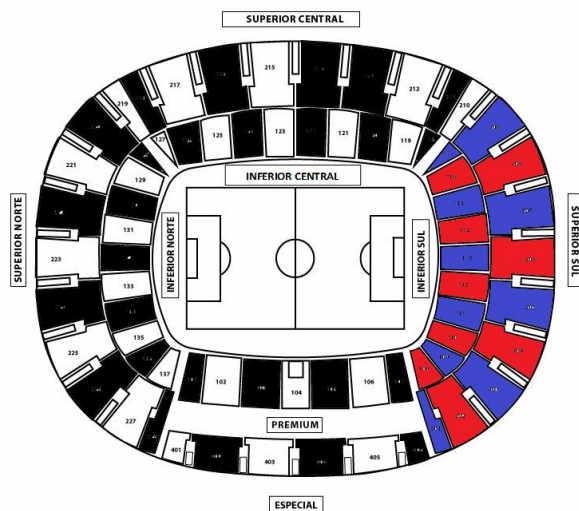


Figura 4 – Elaborado pela autora. Distribuição das torcidas do Ceará e Fortaleza em dias de Clássico-Rei – Divisão 70/30 – Mando de campo do Ceará.

Figura 5 - Distribuição das torcidas do Ceará e Fortaleza em dias de Clássico-Rei – Divisão 70/30 – Mando de campo do Fortaleza.

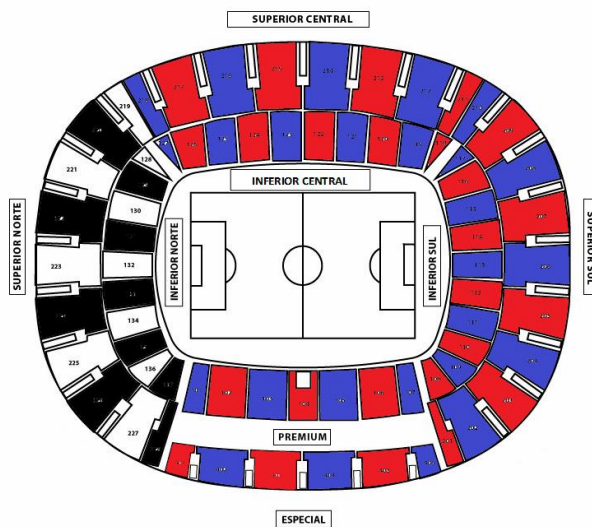


Figura 5 – Elaborado pela autora. Distribuição das torcidas do Ceará e Fortaleza em dias de Clássico-Rei – Divisão 70/30 – Mando de campo do Fortaleza.

**APÊNDICE J – QUADROS COM AS MÉDIAS DE OCUPAÇÃO DE ESTÁDIOS
BRASILEIROS – 2015 A 2019**

**Quadro 9 - Média de ocupação por estádios onde mandou jogos – ABC Futebol Clube
– 2015 a 2019.**

ABC FUTEBOL CLUBE		2015	2016	2017	2018	2019
MÉDIA DE OCUPAÇÃO	<i>Média de torcedores pagantes</i>	3.041	4.354	3.534	2.786	4.134
	<i>Total de ingressos vendidos</i>	82.123	1.706.780	120.180	58.526	86.820
	<i>Quantidade de partidas com mando de campo</i>	27	*	34	21	21
	<i>Média de Ocupação</i>	17%	27%	20%	18%	27%
	<i>Ticket médio</i>	R\$ 15	R\$ 15	R\$ 14	R\$ 12	R\$ 10
	<i>Colocação entre os clubes do país</i>	48°	*	39°	44°	36°

ESTÁDIOS ONDE MANDOU JOGOS	FRASQUEIRÃO	2015	2016	2017	2018	2019
	<i>Quantidade de jogos</i>	23	*	29	21	21
	<i>Média pagantes</i>	3.055	*	3.634	2.786	4.134
	<i>Ocupação</i>	20%	*	24%	18%	27%
	<i>Renda Bruta</i>	1.038.375	*	1,4 Milhão	736mil	920mil

ESTÁDIOS ONDE MANDOU JOGOS	ARENA DUNAS	2015	2016	2017	2018	2019
	<i>Quantidade de jogos</i>	4	*	5	-	-
	<i>Média pagantes</i>	2.963	*	2.956	-	-
	<i>Ocupação</i>	9%	*	9%	-	-
<i>Renda Bruta</i>	224.265	*	278mil	-	-	

Quadro 9 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta a média de ocupação do ABC Futebol Clube. Na primeira parte do quadro o leitor encontrará os dados referentes ao ano como um todo, reunindo todos os campeonatos nos quais o clube participou. Já na segunda e terceira parte, o leitor encontrará a ocupação média por estádio onde o ABC mandou jogos. FONTE: LEMOS, Carlos; *et al.* O público nos estádios do Brasil: em 2015. **Globo esporte**, 31 dez. 2015. Disponível em: <http://app.globoesporte.globo.com/futebol/publico-no-brasil/2015/index.html>. Acesso: 19 fev. 2020.

Quadro 10 - Média de ocupação por estádios onde mandou jogos – Esporte Clube Bahia – 2015 a 2019.

ESPORTE CLUBE BAHIA		2015	2016	2017	2018	2019
MÉDIA DE OCUPAÇÃO	<i>Média de torcedores pagantes</i>	15.295	14.793	18.657	16.857	24.958
	<i>Total de ingressos vendidos</i>	520.030	473.399	597.045	640.591	848.599
	<i>Quantidade de partidas com mando de campo</i>	34	32	32	38	34
	<i>Média de Ocupação</i>	31%	29%	39%	35%	50%
	<i>Ticket médio</i>	R\$ 24	R\$ 20	R\$ 26	R\$ 20	R\$20
	<i>Colocação entre os clubes do país</i>	11°	11°	7°	10°	6°

ESTÁDIOS ONDE MANDOU JOGOS	FONTE NOVA	2015	2016	2017	2018	2019
	<i>Quantidade de jogos</i>	-	31	27	33	31
	<i>Média pagantes</i>	15.652	14.886	20.892	16.920	24.993
	<i>Ocupação</i>	31%	29%	41%	33%	49%
	<i>Renda Bruta</i>	12,4 milhões	9,3 milhões	15 milhões	12 milhões	16 milhões

ESTÁDIOS ONDE MANDOU JOGOS	PITUAÇU	2015	2016	2017	2018	2019
	<i>Quantidade de jogos</i>	-	1	5	5	3
	<i>Média pagantes</i>	9.569	11.913	6.592	16.644	24.603
	<i>Ocupação</i>	29%	36%	20%	51%	76%
	<i>Renda Bruta</i>	244mil	173mil	394mil	831mil	929mil

Quadro 10 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta a média de ocupação do Esporte Clube Bahia. Na primeira parte do quadro o leitor encontrará os dados referentes ao ano como um todo, reunindo todos os campeonatos nos quais o clube participou. Já na segunda e terceira parte, o leitor encontrará a ocupação média por estádio onde o Bahia mandou jogos. FONTE: LEMOS, Carlos; *et al.* O público nos estádios do Brasil: em 2015. **Globo esporte**, 31 dez. 2015. Disponível em: <http://app.globoesporte.globo.com/futebol/publico-no-brasil/2015/time/bahia/index.html>. Acesso: 20 fev. 2020.

Quadro 11 - Média de ocupação por estádios onde mandou jogos – Esporte Clube Vitória – 2015 a 2019.

ESPORTE CLUBE VITÓRIA		2015	2016	2017	2018	2019
MÉDIA DE OCUPAÇÃO	<i>Média de torcedores pagantes</i>	9.235	12.036	10.023	8.780	5.875
	<i>Total de ingressos vendidos</i>	267.833	349.058	340.788	289.755	164.525
	<i>Quantidade de partidas com mando de campo</i>	29	29	34	33	28
	<i>Média de Ocupação</i>	25%	32%	27%	25%	17%
	<i>Ticket médio</i>	R\$ 19	R\$ 16	R\$ 14	R\$ 11	R\$ 13
	<i>Colocação entre os clubes do país</i>	24°	12°	20°	19°	26°

ESTÁDIOS ONDE MANDOU	BARRADÃO	2015	2016	2017	2018	2019
	<i>Quantidade de jogos</i>	-	23	32	33	25
	<i>Média pagantes</i>	8.032	12.686	9.895	8.780	5.336
	<i>Ocupação</i>	23%	36%	28%	25%	17%
	<i>Renda Bruta</i>	3,5 milhões	4,5 milhões	4,2 milhões	3,4 milhões	1,4 milhões

ESTÁDIOS ONDE MANDOU	FONTE NOVA	2015	2016	2017	2018	2019
	<i>Quantidade de jogos</i>	-	5	2	-	3
	<i>Média pagantes</i>	19.665	10.017	12.067	-	10.367
	<i>Ocupação</i>	39%	20%	24%	-	20%
	<i>Renda Bruta</i>	1,6 milhão	912mil	560 mil	-	663mil

ESTÁDIOS ONDE MANDOU	JOIA DA PRINCESA	2015	2016	2017	2018	2019
	<i>Quantidade de jogos</i>	-	1	-	-	-
	<i>Média pagantes</i>	-	7.182	-	-	-
	<i>Ocupação</i>	-	44%	-	-	-
	<i>Renda Bruta</i>	-	173mil	-	-	-

Quadro 11 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta a média de ocupação do Esporte Clube Bahia. Na primeira parte do quadro o leitor encontrará os dados referentes ao ano como um todo, reunindo todos os campeonatos nos quais o clube participou. Já na segunda e terceira parte, o leitor encontrará a ocupação média por estádio onde o Bahia mandou jogos. FONTE: LEMOS, Carlos; *et al.* O público nos estádios do Brasil: em 2015. **Globo esporte**, 31 dez. 2015. Disponível em: <http://app.globoesporte.globo.com/futebol/publico-no-brasil/2015/time/bahia/index.html>. Acesso: 20 fev. 2020.

**APÊNDICE L – QUADROS COM A OCUPAÇÃO DOS ESTÁDIOS CEARENSES
PELO CEARÁ SPORTING CLUB – 2007-2020**

Quadro 12 - Ocupação por estádios onde mandou jogos durante o Campeonato Cearense – Ceará Sporting Club – 2007-2011.

CEARÁ SPORTING CLUB CAMPEONATO CEARENSE		2007	2008	2009	2010	2011
MÉDIA DE OCUPAÇÃO	<i>Quantidade de partidas com mando de campo</i>	10	11	12	14	15
	<i>Quantidade de partidas sem mando de campo</i>	10	11	12	12	11
	<i>Renda média por jogo</i>	83 mil	70 mil	158 mil	146 mil	99 mil
	<i>Público Total</i>	122 mil	94 mil	154 mil	154 mil	140 mil
	<i>Público Médio</i>	9 mil	8 mil	12 mil	11 mil	9 mil
	<i>Quantidade de jogos exibidos na TV aberta (com mando de campo)</i>	0	1	3	4	5
	<i>Quantidade de jogos exibidos na TV aberta (sem mando de campo)</i>	7	8	8	10	6

QUANTIDADE DE JOGOS DO CEARÁ POR ESTÁDIO					
ESTÁDIOS	2007	2008	2009	2010	2011
<i>Estádio Castelão</i>	2	7	10	12	9
<i>Estádio Presidente Vargas</i>	8	4	0	0	1

<i>Estádio Antônio Cruz</i>	0	0	1	0	0
<i>Estádio Carlos de Alencar Pinto</i>	0	0	0	0	1
<i>Estádio Domingão</i>	0	0	1	2	4

Quadro 12 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta a média de ocupação do Ceará Sporting Club, durante o Campeonato Cearense e nos anos de 2007 a 2011. Na primeira parte do quadro o leitor encontrará os dados referentes ao torneio como um todo, reunindo quantidade de partidas, renda, público e exibição na TV. Já na segunda parte, o leitor encontrará a quantidade de jogos que o Ceará disputou por estádio. FONTE: FEDERAÇÃO CEARENSE DE FUTEBOL. Campeonato Cearense Série A. **Federação Cearense de Futebol**. Disponível em: <http://www.futebolcearense.com.br/2011/homepage.asp>. Acesso: 10 mar. 2020.

**Quadro 13 - Ocupação dos estádios onde mandou jogos e participação nos campeonatos
– Ceará Sporting Club – 2013-2016.**

CEARÁ SPORTING CLUB		2013	2014	2015	2016
MÉDIA DE OCUPAÇÃO	<i>Média de torcedores pagantes</i>	*	*	16 mil	9 mil
	<i>Total de ingressos vendidos</i>	*	*	629 mil	*
	<i>Quantidade de partidas com mando de campo</i>	35	36	38	33
	<i>Média de Ocupação</i>	*	*	36%	18%
	<i>Arrecadação com bilheteria</i>	*	*	10,5 milhões	3,9 milhões
	<i>Renda bruta média</i>	*	*	275 mil	*
	<i>Ticket médio</i>	*	*	R\$ 16	R\$ 11
	<i>Colocação entre os clubes do país</i>	*	*	10°	17°

DESEMPENHO EM COMPETIÇÕES					
Campeonato Cearense		2013	2014	2015	2016
<i>Quantidade de jogos</i>		9	7	9	7
<i>Total pagantes</i>		109 mil	94 mil	122 mil	44 mil
<i>Média pagantes</i>		12 mil	13 mil	13 mil	6 mil
<i>Ocupação média</i>		*	*	44%	*
<i>Renda bruta</i>		1,8 milhão	1,6 milhão	2,1 milhões	462 mil
<i>Renda média por jogo</i>		202 mil	236 mil	240 mil	66 mil
<i>Ticket médio</i>		*	*	R\$ 17	*
<i>Quantidade de jogos exibidos na TV aberta (com mando de campo)</i>		0	0	7	7
<i>Quantidade de jogos exibidos na TV aberta (sem mando de campo)</i>		5	4	8	7
Copa do Nordeste		2013	2014	2015	2016
<i>Quantidade de jogos</i>		5	6	6	4
<i>Média pagantes</i>		*	*	24 mil	*
<i>Ocupação média</i>		*	*	47%	*
<i>Renda média por jogo</i>		*	*	525 mil	*
<i>Ticket médio</i>		*	*	R\$ 21	*
Copa do Brasil		2013	2014	2015	2016
<i>Quantidade de jogos</i>		2	4	4	3
<i>Média pagantes</i>		*	*	13 mil	*
<i>Ocupação média</i>		*	*	42%	*
<i>Renda média por jogo</i>		*	*	342 mil	*
<i>Ticket médio</i>		*	*	R\$ 25	*
Brasileirão Série B		2013	2014	2015	2016
<i>Quantidade de jogos</i>		19	19	19	19
<i>Média pagantes</i>		*	*	16 mil	*
<i>Ocupação média</i>		*	*	30%	*
<i>Renda média por jogo</i>		*	*	199 mil	*
<i>Ticket médio</i>		*	*	R\$ 12	*

ESTÁDIOS ONDE MANDOU JOGOS				
ESTÁDIO CASTELÃO	2013	2014	2015	2016
<i>Quantidade de jogos</i>	25	28	20	23
<i>Média pagantes</i>	*	*	25 mil	*
<i>Ocupação média</i>	*	*	37%	*
<i>Renda bruta</i>	*	*	8 milhões	*
ESTÁDIO PRESIDENTE VARGAS	2013	2014	2015	2016
<i>Quantidade de jogos</i>	8	6	18	10
<i>Média pagantes</i>	*	*	7 mil	*
<i>Ocupação média</i>	*	*	35%	*
<i>Renda bruta</i>	*	*	1 milhão	*
ESTÁDIO DOMINGÃO	2013	2014	2015	2016
<i>Quantidade de jogos</i>	2	2	0	0
<i>Média pagantes</i>	*	*	-	-
<i>Ocupação média</i>	*	*	-	-
<i>Renda bruta</i>	*	*	-	-

Quadro 13 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta a ocupação do Ceará Sporting Club nos jogos em que foi mandante e em todos os campeonatos que participou. Na primeira parte do quadro o leitor encontrará os dados referentes ao ano como um todo, reunindo todos os campeonatos nos quais o clube participou. Na segunda parte, consta o desempenho do clube por campeonato; já na terceira parte, o leitor encontrará a ocupação média por estádio onde o Ceará mandou jogos. Os dados foram obtidos no documento *O público nos estádios do Brasil*, do Globo Esporte; na página oficial da Federação Cearense de Futebol; e na página oficial da Confederação Brasileira de Futebol.

FONTE 1: LEMOS, Carlos; *et al.* O público nos estádios do Brasil: em 2015. **Globo esporte**, 31 dez. 2015. Disponível em: <http://app.globoesporte.globo.com/futebol/publico-no-brasil/2015/time/bahia/index.html>. Acesso: 17 mar. 2020. FONTE 2: FEDERAÇÃO CEARENSE DE FUTEBOL. Campeonato Cearense Série A. **Federação Cearense de Futebol**. Disponível em: <http://www.futebolcearense.com.br/2011/homepage.asp>. Acesso: 17 mar. 2020. FONTE 3: CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL. Futebol Brasileiro: Competições. **Confederação Brasileira de Futebol**. Disponível em: <https://www.cbf.com.br/futebol-brasileiro>. Acesso: 17 mar. 2020.

**Quadro 14 - Ocupação dos estádios onde mandou jogos e participação nos campeonatos
– Ceará Sporting Club – 2017-2020.**

CEARÁ SPORTING CLUB		2017	2018	2019	2020
MÉDIA DE OCUPAÇÃO	<i>Média de torcedores pagantes</i>	17 mil	18 mil	*	8 mil
	<i>Total de ingressos vendidos</i>	463 mil	630 mil	*	44 mil
	<i>Quantidade de partidas com mando de campo</i>	28	34	30	6
	<i>Média de Ocupação</i>	27%	32%	*	18%
	<i>Arrecadação com bilheteria</i>	7,9 milhões	9,8 milhões	*	276 mil
	<i>Renda bruta média</i>	291 mil	290 mil	*	55 mil
	<i>Ticket médio</i>	R\$ 16	R\$ 15	*	R\$ 6
	<i>Colocação entre os clubes do país</i>	9º	9º	*	18º

DESEMPENHO EM COMPETIÇÕES					
Campeonato Cearense		2017	2018	2019	2020
<i>Quantidade de jogos</i>		8	9	5	3
<i>Total pagantes</i>		113 mil	45 mil	64 mil	21 mil
<i>Média pagantes</i>		8 mil	5 mil	12 mil	7 mil
<i>Ocupação média</i>		12%	8%	*	19%
<i>Renda bruta</i>		1,5 milhão	350 mil	1,1 milhão	121 mil
<i>Renda média por jogo</i>		100 mil	38 mil	225 mil	40 mil
<i>Ticket médio</i>		R\$ 12	R\$ 7	*	R\$ 5
<i>Quantidade de jogos exibidos na TV aberta (com mando de campo)</i>		8	9	0	1
<i>Quantidade de jogos exibidos na TV aberta (sem mando de campo)</i>		8	9	0	2
Copa do Nordeste		2017	2018	2019	2020
<i>Quantidade de jogos</i>		0	5	5	2
<i>Média pagantes</i>		*	7 mil	*	6 mil
<i>Ocupação média</i>		*	11%	*	17%
<i>Renda média por jogo</i>		*	32 mil	*	77 mil
<i>Ticket médio</i>		*	R\$ 4	*	R\$ 6
Copa do Brasil		2017	2018	2019	2020
<i>Quantidade de jogos</i>		0	1	1	1
<i>Média pagantes</i>		-	13 mil	*	*
<i>Ocupação média</i>		-	19%	*	*
<i>Renda média por jogo</i>		-	134 mil	*	*
<i>Ticket médio</i>		-	R\$ 10	*	*
Brasileirão Série A e B		2017 – B	2018 – A	2019 – A	2020
<i>Quantidade de jogos</i>		19	19	19	0
<i>Média pagantes</i>		20 mil	28 mil	25 mil	-
<i>Ocupação média</i>		34%	51%	*	-
<i>Renda média por jogo</i>		355 mil	486 mil	*	-
<i>Ticket médio</i>		R\$ 17	R\$ 17	R\$ 14	-
Primeira Liga		2017	2018	2019	2020

<i>Quantidade de jogos</i>	1	0	0	0
<i>Média pagantes</i>	16 mil	-	-	-
<i>Ocupação média</i>	24%	-	-	-
<i>Renda média por jogo</i>	100 mil	-	-	-
<i>Ticket médio</i>	R\$ 12	-	-	-

ESTÁDIOS ONDE MANDOU JOGOS				
ESTÁDIO CASTELÃO	2017	2018	2019	2020
<i>Quantidade de jogos</i>	25	27	30	4
<i>Média pagantes</i>	18 mil	20 mil	*	9 mil
<i>Ocupação média</i>	27%	30%	*	13%
<i>Renda bruta</i>	7,6 milhões	9,3 milhões	*	165 mil
ESTÁDIO PRESIDENTE VARGAS	2017	2018	2019	2020
<i>Quantidade de jogos</i>	3	7	0	2
<i>Média pagantes</i>	6 mil	10 mil	-	8 mil
<i>Ocupação média</i>	30%	53%	-	41%
<i>Renda bruta</i>	186 mil	557 mil	-	109 mil

Quadro 14 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta a ocupação do Ceará Sporting Club nos jogos em que foi mandante e em todos os campeonatos que participou. Na primeira parte do quadro o leitor encontrará os dados referentes ao ano como um todo, reunindo todos os campeonatos nos quais o clube participou. Na segunda parte, consta o desempenho do clube por campeonato; já na terceira parte, o leitor encontrará a ocupação média por estádio onde o Ceará mandou jogos. Os dados foram obtidos majoritariamente no documento *O público nos estádios do Brasil*, do Globo Esporte; na página oficial da Federação Cearense de Futebol; e na página oficial da Confederação Brasileira de Futebol.

FONTE 1: LEMOS, Carlos; *et al.* O público nos estádios do Brasil: em 2015. **Globo esporte**, 31 dez. 2015. Disponível em: <http://app.globoesporte.globo.com/futebol/publico-no-brasil/2015/time/bahia/index.html>. Acesso: 17 mar. 2020. FONTE 2: FEDERAÇÃO CEARENSE DE FUTEBOL. Campeonato Cearense Série A. **Federação Cearense de Futebol**. Disponível em: <http://www.futebolcearense.com.br/2011/homepage.asp>. Acesso: 17 mar. 2020. FONTE 3: CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL. Futebol Brasileiro: Competições. **Confederação Brasileira de Futebol**. Disponível em: <https://www.cbf.com.br/futebol-brasileiro>. Acesso: 17 mar. 2020. FONTE 4: ZANLORENSSI, Gabriel; GOMES, Lucas. O público dos estádios no Brasileirão de 2019: dos 20 times que disputaram o campeonato, Flamengo, Fortaleza e Corinthians foram os que mais levaram torcedores ao estádio. **Nexo Jornal**, 09 dez. 2019. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/grafico/2019/12/09/O-p%C3%BAblico-dos-est%C3%A1dios-no-Brasileir%C3%A3o-de-2019>. Acesso: 17 mar. 2020.

Gráfico 1 - Ocupação dos estádios onde mandou jogos – Ceará Sporting Club – 2013-2020.

OCUPAÇÃO DOS ESTÁDIOS CEARENSES PELO CEARÁ - 2013-2020

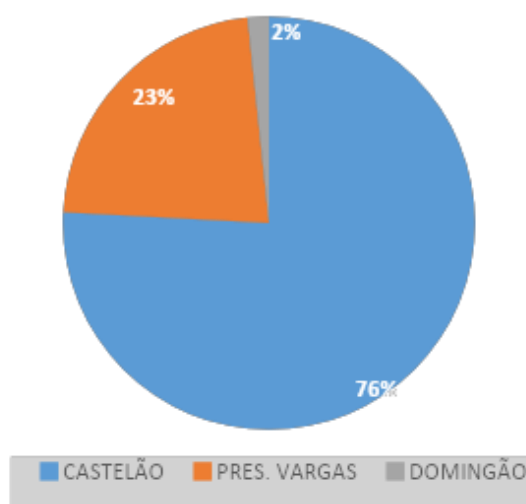


Gráfico 1 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta a ocupação dos estádios em que o Ceará Sporting Club mandou jogos, em todos os campeonatos que participou. Os dados foram obtidos majoritariamente no documento *O público nos estádios do Brasil*, do Globo Esporte; na página oficial da Federação Cearense de Futebol; e na página oficial da Confederação Brasileira de Futebol.

FONTE 1: LEMOS, Carlos; *et al.* O público nos estádios do Brasil: em 2015. **Globo esporte**, 31 dez. 2015. Disponível em: <http://app.globoesporte.globo.com/futebol/publico-no-brasil/2015/time/bahia/index.html>. Acesso: 17 mar. 2020. FONTE 2: FEDERAÇÃO CEARENSE DE FUTEBOL. Campeonato Cearense Série A. **Federação Cearense de Futebol**. Disponível em: <http://www.futebolcearense.com.br/2011/homepage.asp>. Acesso: 17 mar. 2020. FONTE 3: CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL. Futebol Brasileiro: Competições. **Confederação Brasileira de Futebol**. Disponível em: <https://www.cbf.com.br/futebol-brasileiro>. Acesso: 17 mar. 2020.

**APÊNDICE M – QUADROS COM A OCUPAÇÃO DOS ESTÁDIOS CEARENSES
PELO FORTALEZA ESPORTE CLUBE – 2007-2020**

Quadro 15 - Ocupação por estádios onde mandou jogos durante o Campeonato Cearense – Fortaleza Esporte Clube – 2007-2011.

FORTALEZA ESPORTE CLUBE CAMPEONATO CEARENSE		2007	2008	2009	2010	2011
MÉDIA DE OCUPAÇÃO	<i>Quantidade de partidas com mando de campo</i>	11	12	12	13	12
	<i>Quantidade de partidas sem mando de campo</i>	11	13	12	13	12
	<i>Renda média por jogo</i>	96 mil	97 mil	135 mil	97 mil	104 mil
	<i>Público Total</i>	180 mil	167 mil	140 mil	93 mil	83 mil
	<i>Público Médio</i>	12 mil	8 mil	10 mil	6 mil	9 mil
	<i>Quantidade de jogos exibidos na TV aberta (com mando de campo)</i>	1	1	2	4	0
	<i>Quantidade de jogos exibidos na TV aberta (sem mando de campo)</i>	7	7	11	11	9

QUANTIDADE DE JOGOS DO FORTALEZA POR ESTÁDIO					
ESTÁDIOS	2007	2008	2009	2010	2011
<i>Estádio Castelão</i>	4	7	5	3	3
<i>Estádio Presidente Vargas</i>	7	3	0	0	0
<i>Estádio Alcides Santos</i>	0	2	7	8	8
<i>Estádio Domingão</i>	0	0	0	2	1

Quadro 15 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta a média de ocupação do Fortaleza Esporte Clube, durante o Campeonato Cearense e nos anos de 2007 a 2011. Na primeira parte do quadro o leitor encontrará os dados referentes ao torneio como um todo, reunindo quantidade de partidas, renda, público e exibição na TV. Já na segunda parte, o leitor encontrará a quantidade de jogos que o Fortaleza disputou por estádio. FONTE: FEDERAÇÃO CEARENSE DE FUTEBOL. Campeonato Cearense Série A. **Federação Cearense de Futebol**. Disponível em: <http://www.futebolcearense.com.br/2011/homepage.asp>. Acesso: 10 mar. 2020.

Quadro 16 - Ocupação dos estádios onde mandou jogos e participação nos campeonatos – Fortaleza Esporte Clube – 2013-2016.

FORTALEZA ESPORTE CLUBE		2013	2014	2015	2016
MÉDIA DE OCUPAÇÃO	<i>Média de torcedores pagantes</i>	*	*	14 mil	15 mil
	<i>Total de ingressos vendidos</i>	*	*	354 mil	*
	<i>Quantidade de partidas com mando de campo</i>	26	26	25	27
	<i>Média de Ocupação</i>	*	*	24%	26%
	<i>Arrecadação com bilheteria</i>	*	*	7,3 milhões	7,2 milhões
	<i>Renda bruta média</i>	*	*	391 mil	*
	<i>Ticket médio</i>	*	*	R\$ 20	R\$ 17
	<i>Colocação entre os clubes do país</i>	*	*	14°	9°

DESEMPENHO EM COMPETIÇÕES				
Campeonato Cearense	2013	2014	2015	2016
<i>Quantidade de jogos</i>	8	15	9	9
<i>Total pagantes</i>	49 mil	137 mil	85 mil	106 mil
<i>Média pagantes</i>	6 mil	13 mil	9 mil	11 mil
<i>Ocupação média</i>	*	*	23%	*
<i>Renda bruta</i>	630 mil	2,3 milhões	1,4 milhão	1,7 milhão
<i>Renda média por jogo</i>	79 mil	236 mil	163 mil	193 mil
<i>Ticket médio</i>	*	*	R\$ 17	*
<i>Quantidade de jogos exibidos na TV aberta (com mando de campo)</i>	0	0	6	9
<i>Quantidade de jogos exibidos na TV aberta (sem mando de campo)</i>	4	9	6	9
Copa do Nordeste	2013	2014	2015	2016
<i>Quantidade de jogos</i>	5	0	4	4
<i>Média pagantes</i>	*	*	18 mil	*
<i>Ocupação média</i>	*	*	28%	*
<i>Renda média por jogo</i>	*	*	357 mil	*
<i>Ticket médio</i>	*	*	R\$ 18	*
Copa do Brasil	2013	2014	2015	2016
<i>Quantidade de jogos</i>	3	0	2	4
<i>Média pagantes</i>	*	*	6 mil	*
<i>Ocupação média</i>	*	*	9%	*
<i>Renda média por jogo</i>	*	*	93 mil	*
<i>Ticket médio</i>	*	*	R\$ 14	*
Brasileirão Série C	2013	2014	2015	2016
<i>Quantidade de jogos</i>	10	11	10	10
<i>Média pagantes</i>	*	*	18 mil	*
<i>Ocupação média</i>	*	*	26%	*

<i>Renda média por jogo</i>	*	*	420mil	*
<i>Ticket médio</i>	*	*	R\$ 23	*

ESTÁDIOS ONDE MANDOU JOGOS				
ESTÁDIO CASTELÃO	2013	2014	2015	2016
<i>Quantidade de jogos</i>	7	9	19	24
<i>Média pagantes</i>	*	*	16 mil	*
<i>Ocupação média</i>	*	*	26%	*
<i>Renda bruta</i>	*	*	6,9 milhões	*
ESTÁDIO PRESIDENTE VARGAS	2013	2014	2015	2016
<i>Quantidade de jogos</i>	14	12	6	2
<i>Média pagantes</i>	*	*	5 mil	*
<i>Ocupação média</i>	*	*	26%	*
<i>Renda bruta</i>	*	*	351 mil	*
ESTÁDIO ALCIDES SANTOS	2013	2014	2015	2016
<i>Quantidade de jogos</i>	3	5	0	0
<i>Média pagantes</i>	*	*	*	*
<i>Ocupação média</i>	*	*	*	*
<i>Renda bruta</i>	*	*	*	*
ESTÁDIO JUNCO	2013	2014	2015	2016
<i>Quantidade de jogos</i>	2	0	0	1
<i>Média pagantes</i>	*	*	*	*
<i>Ocupação média</i>	*	*	*	*
<i>Renda bruta</i>	*	*	*	*

Quadro 16 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta a ocupação do Fortaleza Esporte Clube nos jogos em que foi mandante e em todos os campeonatos que participou. Na primeira parte do quadro o leitor encontrará os dados referentes ao ano como um todo, reunindo todos os campeonatos nos quais o clube participou. Na segunda parte, consta o desempenho do clube por campeonato; já na terceira parte, o leitor encontrará a ocupação média por estádio onde o Fortaleza mandou jogos. Os dados foram obtidos no documento *O público nos estádios do Brasil*, do Globo Esporte; na página oficial da Federação Cearense de Futebol; e na página oficial da Confederação Brasileira de Futebol.

FONTE 1: LEMOS, Carlos; *et al.* O público nos estádios do Brasil: em 2015. **Globo esporte**, 31 dez. 2015. Disponível em: <http://app.globoesporte.globo.com/futebol/publico-no-brasil/2015/time/bahia/index.html>. Acesso: 17 mar. 2020. FONTE 2: FEDERAÇÃO CEARENSE DE FUTEBOL. Campeonato Cearense Série A. **Federação Cearense de Futebol**. Disponível em: <http://www.futebolcearense.com.br/2011/homepage.asp>. Acesso: 17 mar. 2020. FONTE 3: CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL. Futebol Brasileiro: Competições. **Confederação Brasileira de Futebol**. Disponível em: <https://www.cbf.com.br/futebol-brasileiro>. Acesso: 17 mar. 2020.

Quadro 17 - Ocupação dos estádios onde mandou jogos e participação nos campeonatos – Fortaleza Esporte Clube – 2017-2020.

FORTALEZA ESPORTE CLUBE		2017	2018	2019	2020
MÉDIA DE OCUPAÇÃO	<i>Média de torcedores pagantes</i>	12 mil	23 mil	*	21 mil
	<i>Total de ingressos vendidos</i>	297 mil	694 mil	*	147 mil
	<i>Quantidade de partidas com mando de campo</i>	23	29	33	7
	<i>Média de Ocupação</i>	22%	35%	*	34%
	<i>Arrecadação com bilheteria</i>	5 milhões	9,8 milhões	*	2 milhões
	<i>Renda bruta média</i>	218 mil	340 mil	*	289 mil
	<i>Ticket médio</i>	R\$ 16	R\$ 14	*	R\$ 13
	<i>Colocação entre os clubes do país</i>	14°	5°	*	6°

DESEMPENHO EM COMPETIÇÕES				
<i>Campeonato Cearense</i>	2017	2018	2019	2020
<i>Quantidade de jogos</i>	8	10	6	3
<i>Total pagantes</i>	113 mil	148 mil	120 mil	32 mil
<i>Média pagantes</i>	7 mil	14 mil	20 mil	10 mil
<i>Ocupação média</i>	10%	22%	*	20%
<i>Renda bruta</i>	865 mil	2 milhões	1,3 milhão	114 mil
<i>Renda média por jogo</i>	95 mil	201 mil	222 mil	38 mil
<i>Ticket médio</i>	R\$ 10	R\$ 13	*	R\$ 3
<i>Quantidade de jogos exibidos na TV aberta (com mando de campo)</i>	8	10	0	1
<i>Quantidade de jogos exibidos na TV aberta (sem mando de campo)</i>	6	8	0	1
<i>Copa do Nordeste</i>	2017	2018	2019	2020
<i>Quantidade de jogos</i>	3	0	7	3
<i>Média pagantes</i>	6 mil	-	*	20 mil
<i>Ocupação média</i>	10%	-	*	31%
<i>Renda média por jogo</i>	54 mil	-	*	194 mil
<i>Ticket médio</i>	R\$ 7	-	*	R\$ 9
<i>Copa do Brasil</i>	2017	2018	2019	2020
<i>Quantidade de jogos</i>	0	0	1	0
<i>Média pagantes</i>	*	*	*	-
<i>Ocupação média</i>	*	*	*	-
<i>Renda média por jogo</i>	*	*	*	-
<i>Ticket médio</i>	*	*	*	-
<i>Brasileirão Série C, B e A</i>	2017 – C	2018	2019 – A	2020
<i>Quantidade de jogos</i>	12	19	19	0
<i>Média pagantes</i>	18 mil	28 mil	33 mil	-
<i>Ocupação média</i>	38%	42%	*	-
<i>Renda média por jogo</i>	351 mil	414 mil	*	-

<i>Ticket médio</i>	R\$ 19	R\$ 13	R\$ 13	-
<i>Copa Sul-Americana</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>
<i>Quantidade de jogos</i>	0	0	0	1
<i>Média pagantes</i>	-	-	-	52 mil
<i>Ocupação média</i>	-	-	-	78%
<i>Renda média por jogo</i>	-	-	-	1,3 milhões
<i>Ticket médio</i>	-	-	-	R\$ 25

<i>ESTÁDIOS ONDE MANDOU JOGOS</i>				
<i>ESTÁDIO CASTELÃO</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>
<i>Quantidade de jogos</i>	18	29	33	6
<i>Média pagantes</i>	14 mil	29 mil		22 mil
<i>Ocupação média</i>	21%	35%		33%
<i>Renda bruta</i>	4,5 milhões	9,8 milhões		1,9 milhões
<i>ESTÁDIO PRESIDENTE VARGAS</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>
<i>Quantidade de jogos</i>	5	0	0	1
<i>Média pagantes</i>	7 mil	-	-	10 mil
<i>Ocupação média</i>	39%	-	-	53%
<i>Renda bruta</i>	438 mil	-	-	42 mil

Quadro 17 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta a ocupação do Fortaleza Esporte Clube nos jogos em que foi mandante e em todos os campeonatos que participou. Na primeira parte do quadro o leitor encontrará os dados referentes ao ano como um todo, reunindo todos os campeonatos nos quais o clube participou. Na segunda parte, consta o desempenho do clube por campeonato; já na terceira parte, o leitor encontrará a ocupação média por estádio onde o Fortaleza mandou jogos. Os dados foram obtidos majoritariamente no documento *O público nos estádios do Brasil*, do Globo Esporte; na página oficial da Federação Cearense de Futebol; e na página oficial da Confederação Brasileira de Futebol.

FONTE 1: LEMOS, Carlos; *et al.* O público nos estádios do Brasil: em 2015. **Globo esporte**, 31 dez. 2015. Disponível em: <http://app.globoesporte.globo.com/futebol/publico-no-brasil/2015/time/bahia/index.html>. Acesso: 17 mar. 2020. FONTE 2: FEDERAÇÃO CEARENSE DE FUTEBOL. Campeonato Cearense Série A. **Federação Cearense de Futebol**. Disponível em: <http://www.futebolcearense.com.br/2011/homepage.asp>. Acesso: 17 mar. 2020. FONTE 3: CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL. Futebol Brasileiro: Competições. **Confederação Brasileira de Futebol**. Disponível em: <https://www.cbf.com.br/futebol-brasileiro>. Acesso: 17 mar. 2020. FONTE 4: ZANLORENSSI, Gabriel; GOMES, Lucas. O público dos estádios no Brasileirão de 2019: dos 20 times que disputaram o campeonato, Flamengo, Fortaleza e Corinthians foram os que mais levaram torcedores ao estádio. **Nexo Jornal**, 09 dez. 2019. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/grafico/2019/12/09/O-p%C3%BAblico-dos-est%C3%A1dios-no-Brasileir%C3%A3o-de-2019>. Acesso: 17 mar. 2020.

Gráfico 2 - Ocupação dos estádios onde mandou jogos – Fortaleza Esporte Clube – 2013-2020.

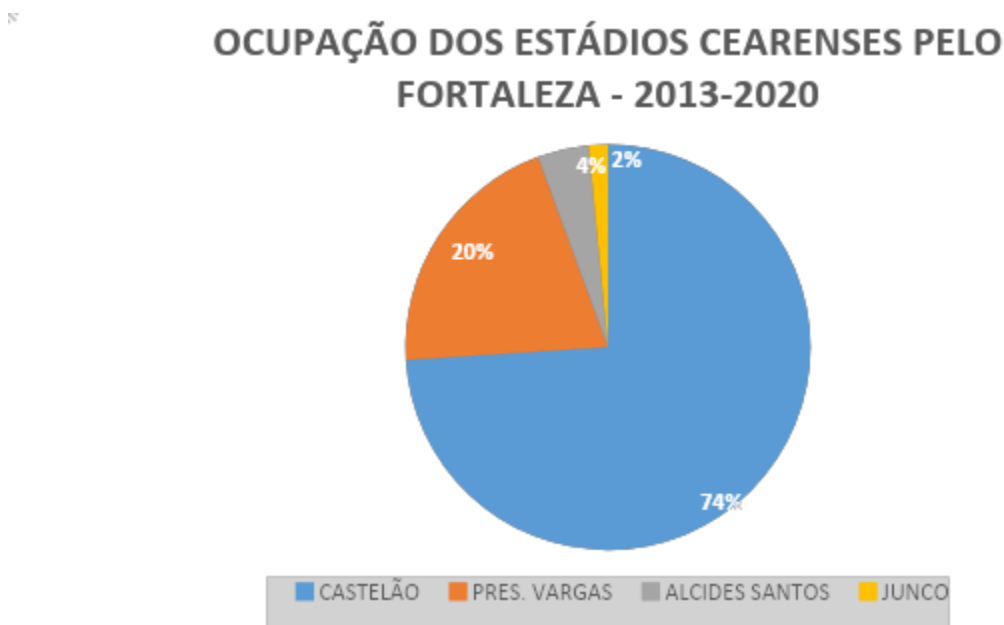


Gráfico 2 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta a ocupação dos estádios em que o Fortaleza Esporte Clube mandou jogos, em todos os campeonatos que participou. Os dados foram obtidos majoritariamente no documento *O público nos estádios do Brasil*, do Globo Esporte; na página oficial da Federação Cearense de Futebol; e na página oficial da Confederação Brasileira de Futebol.

FONTE 1: LEMOS, Carlos; *et al.* O público nos estádios do Brasil: em 2015. **Globo esporte**, 31 dez. 2015. Disponível em: <http://app.globoesporte.globo.com/futebol/publico-no-brasil/2015/time/bahia/index.html>. Acesso: 17 mar. 2020. FONTE 2: FEDERAÇÃO CEARENSE DE FUTEBOL. Campeonato Cearense Série A. **Federação Cearense de Futebol**. Disponível em: <http://www.futebolcearense.com.br/2011/homepage.asp>. Acesso: 17 mar. 2020. FONTE 3: CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE FUTEBOL. Futebol Brasileiro: Competições. **Confederação Brasileira de Futebol**. Disponível em: <https://www.cbf.com.br/futebol-brasileiro>. Acesso: 17 mar. 2020.

**APÊNDICE N – QUADRO COMPARATIVO ENTRE O TEXTO DO ART.13-A DO
ESTATUTO DO TORCEDOR E O ART.28 DA LEI GERAL DA COPA**

Quadro 18 - Comparativo entre o texto do Art.13-A do Estatuto do Torcedor e o Art.28 da Lei Geral da Copa.

CAPÍTULO – DA SEGURANÇA DO TORCEDOR PARTÍCIPE DO EVENTO ESPORTIVO		
	ESTATUTO DO TORCEDOR	LEI GERAL DA COPA
Art.:	São condições de acesso e permanência do torcedor no recinto esportivo, sem prejuízo de outras condições previstas em lei:	São condições para o acesso e permanência de qualquer pessoa nos Locais Oficiais de Competição, entre outras:
I	Estar na posse de ingresso válido;	Estar na posse de Ingresso ou documento de credenciamento, devidamente emitido pela FIFA ou pessoa ou entidade por ela indicada;
II	Não portar objetos, bebidas ou substâncias proibidas ou suscetíveis de gerar ou possibilitar a prática de atos de violência;	Não portar objeto que possibilite a prática de atos de violência;
III	Consentir com a revista pessoal de prevenção e segurança;	Consentir na revista pessoal de prevenção e segurança;
IV	Não portar ou ostentar cartazes, bandeiras, símbolos ou outros sinais com mensagens ofensivas, inclusive de caráter racista ou xenófobo;	Não portar ou ostentar cartazes, bandeiras, símbolos ou outros sinais com mensagens ofensivas, de caráter racista, xenófobo ou que estimulem outras formas de discriminação;
V	Não entoar cânticos discriminatórios, racistas ou xenófobos;	Não entoar xingamentos ou cânticos discriminatórios, racistas ou xenófobos;
VI	Não arremessar objetos, de qualquer natureza, no interior do recinto esportivo;	Não arremessar objetos, de qualquer natureza, no interior do recinto esportivo;
VII	Não portar ou utilizar fogos de artifício ou quaisquer outros engenhos pirotécnicos ou produtores de efeitos análogos;	Não portar ou utilizar fogos de artifício ou quaisquer outros engenhos pirotécnicos ou produtores de efeitos análogos, inclusive instrumentos dotados de raios laser ou semelhantes, ou que os possam emitir, exceto equipe autorizada pela FIFA, pessoa ou entidade por ela indicada para fins artísticos;
VIII	Não incitar e não praticar atos de violência no estádio, qualquer que seja a sua natureza;	Não incitar e não praticar atos de violência, qualquer que seja a sua natureza;

IX	Não invadir e não incitar a invasão, de qualquer forma, da área restrita aos competidores.	Não invadir e não incitar a invasão, de qualquer forma, da área restrita aos competidores, Representantes de Imprensa, autoridades ou equipes técnicas; e
X	Não utilizar bandeiras, inclusive com mastro de bambu ou similares, para outros fins que não o da manifestação festiva e amigável.	Não utilizar bandeiras, inclusive com mastro de bambu ou similares, para outros fins que não o da manifestação festiva e amigável.
§	Único: O não cumprimento das condições estabelecidas neste artigo implicará a impossibilidade de ingresso do torcedor ao recinto esportivo, ou, se for o caso, o seu afastamento imediato do recinto, sem prejuízo de outras sanções administrativas, civis ou penais eventualmente cabíveis.	<p>§ 1º É ressalvado o direito constitucional ao livre exercício de manifestação e à plena liberdade de expressão em defesa da dignidade da pessoa humana.</p> <p>§ 2º O não cumprimento de condição estabelecida neste artigo implicará a impossibilidade de ingresso da pessoa no Local Oficial de Competição ou o seu afastamento imediato do recinto, sem prejuízo de outras sanções administrativas, civis ou penais.</p>

Quadro 18 – Elaborado pela autora. Neste quadro consta o comparativo entre o texto do Art.13-A do Estatuto do Torcedor e o Art.28 da Lei Geral da Copa, os dois artigos tratam da segurança do torcedor partícipe do evento esportivo.

FONTE 1: BRASIL. **Lei nº 10.671 de 15 de maio de 2003**. Dispõe sobre o Estatuto do Torcedor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.671.htm. Acesso: 01 ago. 2019.

FONTE 2: BRASIL. **Lei nº 12.299 de 27 de julho de 2010**. Dispõe sobre medidas de prevenção e repressão aos fenômenos de violência por ocasião de competições esportivas; altera a Lei nº 10.671, de 15 de maio de 2003; e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/L12299.htm. Acesso: 01 ago. 2019.

FONTE 3: BRASIL. **Lei nº 12.663 de 5 de Junho de 2012**. Dispõe sobre as medidas relativas à Copa das Confederações FIFA 2013, à Copa do Mundo FIFA 2014 e à Jornada Mundial da Juventude – 2013, que serão realizadas no Brasil; altera as Leis nºs 6.815, de 19 de agosto de 1980, e 10.671, de 15 de maio de 2003; e estabelece concessão de prêmio e de auxílio especial mensal aos jogadores das seleções campeãs do mundo em 1958, 1962 e 1970. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/112663.htm. Acesso: 12 jul. 2019.

**APÊNDICE O – FOTOS DOS MATERIAIS UTILIZADOS PELA EQUIPE VAI
ROLAR A FESTA PARA EXIBIR UM MOSAICO**

Foto 4 - Material utilizado no Projeto 25/08, Ceará x Flamengo, Estádio Castelão, 25 de agosto de 2019 – Material prateado no recipiente original: bobinas.



Foto 4 – Elaborado pela autora. Foto do material importado de Frankfurt, na Alemanha, e exibido pela primeira vez no jogo entre Ceará e Flamengo, no dia 25 de agosto de 2019. O material possui uma extensa metragem e é entregue em formato de cilindro. Por isso, para facilitar o manuseio, os torcedores desenrolam o material e o cortam no tamanho faixas. Em seguida, cortam a faixa em formato retangular, para que se transformem em bandeiras de mão. Apesar das semelhanças com papel laminado, o material exibido acima é diferente. É possível notar que a resistência, a textura e a cor não são as mesmas. Além disso, o efeito visual que causam ao refletirem a luz é mais intenso.

Foto 5 - Material utilizado no Projeto 25/08, Ceará x Flamengo, Estádio Castelão, 25 de agosto de 2019 – Material prateado cortado em formato retangular.

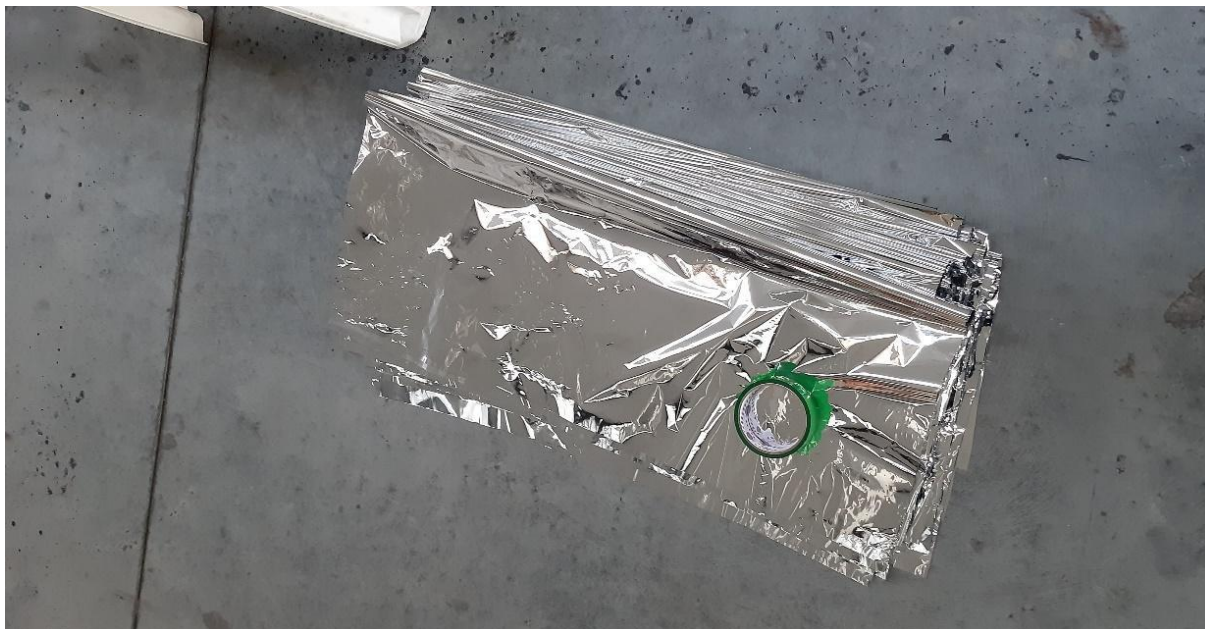


Foto 5 – Elaborado pela autora. Foto do material importado de Frankfurt, na Alemanha, e exibido pela primeira vez no jogo entre Ceará e Flamengo, no dia 25 de agosto de 2019. O material possui uma extensa metragem e é entregue em formato de cilindro. Por isso, para facilitar o manuseio, os torcedores desenrolam o material e o cortam no tamanho faixas. Em seguida, cortam a faixa em formato retangular, para que se transformem em bandeiras de mão. Apesar das semelhanças com papel laminado, o material exibido acima é diferente. É possível notar que a resistência, a textura e a cor não são as mesmas. Além disso, o efeito visual que causam ao refletirem a luz é mais intenso.

ANEXOS

ANEXO A – ESQUEMA ESPECIAL DE TRÂNSITO PARA A COPA DAS CONFEDERAÇÕES 2013 E PARA A COPA DO MUNDO 2014 EM FORTALEZA

Mapa 1 - Distribuição dos bolsões de estacionamento na cidade de Fortaleza como parte do esquema especial de trânsito para a Copa das Confederações 2013 e para a Copa do Mundo 2014.



Mapa 1 – Mapa com a distribuição dos bolsões de estacionamento na cidade de Fortaleza como parte do esquema especial de trânsito para a Copa das Confederações 2013 e Copa do Mundo 2014. FONTE: ESQUEMA de trânsito para a Copa contará com 7 bolsões e 19 linhas especiais de ônibus. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 03 jun. 2014. Diário na Copa. Mobilidade Urbana. Disponível em: <http://blogs.diariodonordeste.com.br/diariocopa/mobilidade-urbana/esquema-de-transito-para-a-copa-contara-com-7-bolsoes-e-19-linhas-especiais-de-onibus/>. Acesso: 18 jul. 2019.

Mapa 2 - Área de restrição no entorno do Estádio Castelão em dias de jogos da Copa das Confederações 2013 e da Copa do Mundo 2014.



Mapa 2 – Área de restrição no entorno do Estádio Castelão em dias de jogos da Copa das Confederações 2013 e da Copa do Mundo 2014. Há informações sobre: área do Estádio Castelão; área com restrição de circulação; posto de verificação veicular; posto de triagem; e, área com restrição de estacionamento. FONTE: ESQUEMA de trânsito para a Copa contará com 7 bolsões e 19 linhas especiais de ônibus. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 03 jun. 2014. Diário na Copa. Mobilidade Urbana. Disponível em: <http://blogs.diariodonordeste.com.br/diariocopa/mobilidade-urbana/esquema-de-transito-para-a-copa-contara-com-7-bolsoes-e-19-linhas-especiais-de-onibus/>. Acesso: 18 jul. 2019.

ANEXO B – VALORES DOS INGRESSOS PARA A COPA DO MUNDO 2014

Quadro 19 - Pacote “Individual Match Ticket” de ingressos ofertados para a Copa do Mundo 2014.

FASE DO TORNEIO	PARTIDA	CAT 1	CAT 2	CAT 3	CAT 4	CAT 4 (DESCONTADOS)	PESSOAS COM DEFICIÊNCIA
Partida de abertura	1	R\$990	R\$660	R\$440	R\$160	R\$80	R\$440
Fase de grupos	2 a 48	R\$330	R\$270	R\$180	R\$60	R\$30	R\$180
Oitavas de final	49 a 56	R\$440	R\$330	R\$220	R\$110	R\$55	R\$220
Quartas de final	57 a 60	R\$660	R\$440	R\$330	R\$170	R\$85	R\$330
Semifinais	61 a 62	R\$1.320	R\$880	R\$550	R\$220	R\$110	R\$550
Decisão do terceiro lugar	63	R\$660	R\$440	R\$330	R\$170	R\$85	R\$330
Final	64	R\$1.980	R\$1.320	R\$880	R\$330	R\$165	R\$880


Quadro 19 – FONTE: FIFA – FEDERATION INTERNARIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION. Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014. **Guia do torcedor para compra de ingressos**. Rio de Janeiro: FIFA, 2014. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/cassiozipa/guia-oficial-deingressosparaacopadomundo2014>. Acesso: 25 jul. 2019.

Quadro 20 - Pacote “Team Specific Ticket” de ingressos ofertados para a Copa do Mundo 2014.

TST SERIES	NÚMERO MÁXIMO DE INGRESSOS	PREÇO POR TST			CADEIRANTE	FG	OIT	QRT	SEMI	FINAL
		CAT 1	CAT 2	CAT 3						
TST-3	3	R\$1.860	R\$1.320	R\$880	R\$880	3	0	0	0	0
TST-4	4	R\$2.344	R\$1.684	R\$1.122	R\$1.122	3	1	0	0	0
TST-5	5	R\$3.070	R\$2.168	R\$1.486	R\$1.486	3	1	1	0	0
TST-6	6	R\$4.522	R\$3.136	R\$2.090	R\$2.090	3	1	1	1	0
TST-7	7	R\$6.700	R\$4.588	R\$3.058	R\$3.058	3	1	1	1	1

Quadro 20 – FONTE: FIFA – FEDERATION INTERNARIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION. Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014. **Guia do torcedor para compra de ingressos**. Rio de Janeiro: FIFA, 2014. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/cassiozipa/guia-oficial-deingressosparaacopadomundo2014>. Acesso: 25 jul. 2019.

Quadro 21 - Pacote “Venue Series Ticket” de ingressos ofertados para a Copa do Mundo 2014.

FASE DO TORNEIO	N. DE PARTIDAS INCLUIDAS POR VST	CAT 1	CAT 2	CAT 3	CAT 4	CAT 4 (DESCONTADOS)	CADEIRANTE 
Belo Horizonte Estádio Mineirão	4	R\$1.840	R\$1.410	R\$940	R\$350	R\$175	R\$940
Brasília Estádio Nacional	6	R\$2.500	R\$1.850	R\$1.270	R\$520	R\$260	R\$1.270
Cuiabá Arena Pantanal	4	R\$1.400	R\$1.080	R\$720	R\$240	R\$120	R\$720
Curitiba Arena da Baixada	4	R\$1.400	R\$1.080	R\$720	R\$240	R\$120	R\$720
Fortaleza Estádio Castelão	5	R\$1.840	R\$1.410	R\$940	R\$350	R\$175	R\$940
Manaus Arena Amazônia	4	R\$1.400	R\$1.080	R\$720	R\$240	R\$120	R\$720
Natal Estádio das Dunas	4	R\$1.400	R\$1.080	R\$720	R\$240	R\$120	R\$720
Porto Alegre Estádio Beira Rio	5	R\$1.840	R\$1.410	R\$940	R\$350	R\$175	R\$940
Recife Arena Pernambuco	6	R\$1.840	R\$1.410	R\$940	R\$350	R\$175	R\$940
Rio de Janeiro Estádio do Maracanã	5	R\$1.840	R\$1.410	R\$940	R\$350	R\$175	R\$940
Salvador Arena Fonte Nova	5	R\$1.840	R\$1.410	R\$940	R\$350	R\$175	R\$940
São Paulo Arena de São Paulo	4	R\$1.490	R\$1.140	R\$760	R\$290	R\$145	R\$760

Quadro 21 – FONTE: FIFA – FEDERATION INTERNARIONALE DE FOOTBALL ASSOCIATION. Copa do Mundo da FIFA Brasil 2014. **Guia do torcedor para compra de ingressos**. Rio de Janeiro: FIFA, 2014. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/cassiozipa/guia-oficial-deingressosparaacopadomundo2014>. Acesso: 25 jul. 2019.

ANEXO C – LOCALIZAÇÃO POR CATEGORIA E PREÇOS DOS SETORES DO ESTÁDIO CASTELÃO DURANTE A COPA DO MUNDO 2014

Mapa 3 - Distribuição dos setores do Estádio Castelão e a demarcação dos locais destinados as mais diversas categorias e preços de ingressos ofertados para a Copa do Mundo 2014.



Mapa 3 – Distribuição dos setores do Estádio Castelão e a demarcação dos locais destinados as mais diversas categorias e preços de ingressos ofertados para a Copa do Mundo 2014. FONTE: VENDA de ingressos para a Copa do Mundo 2014 por ordem de compra começa nesta quarta-feira. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 11 mar. 2014. Diário na Copa. Disponível em: blogs.diariodonordeste.com.br/diarionacopa/copa-do-mundo-de-2014/venda-de-ingressos-para-a-copa-do-mundo-2014-por-ordem-de-compra-comeca-nesta-quarta-feira/. Acesso: 25 jul. 2019.

ANEXO D – ESTÁDIOS ERGUIDOS DURANTE O SEGUNDO CICLO CONSTRUTIVO – OS ESTÁDIOS DAS MASSAS

Quadro 22 - Estádios erguidos durante o segundo ciclo construtivo – Os Estádios das Massas.

Estádio	Cidade	Ano de inauguração	Estádio	Cidade	Ano de inauguração
Palma Travassos	Ribeirão Preto-SP	1964	Almeidão	João Pessoa-PB	1975
Mineirão	Belo Horizonte-MG	1965	Alfredo Jaconi	Caxias-RS	1975
Barão de Serra Negra	Piracicaba-SP	1965	Amigão	Campina Grande-PB	1975
Lomantão	Vitória da Conquista-BA	1966	Serra Dourada	Golânia-GO	1975
Abreuzão	Marília-SP	1967	Verdão	Cuiabá-MT	1976
Santa Cruz	Ribeirão Preto-SP	1968	Índio Condá	Chapecó-SC	1976
Rei Pelé	Maceió-AL	1968	Centenário	Caxias-RS	1976
Vila Euclides	São Bernardo-SP	1968	Estádio do Café	Londrina-PR	1976
Beira-Rio	Porto Alegre-RS	1969	Willie Davids	Maringá-PR	1976*
Batistão	Aracaju-SE	1969	JK	Itumbiara-GO	1976
Vermelhão da Serra	Passo Fundo-RS	1969	Bezerrão	Gama-DF	1977
Morumbi	São Paulo-SP	1970*	Décio Vitta	Americana-SP	1977
Colosso da Lagoa	Erechim-RS	1970	Limeirão	Limeira-SP	1977
Martins Pereira	São José dos Campos-SP	1970	Mangueirão	Belém-PA	1978
Lanchão	Franca-SP	1970	Walter Ribeiro	Sorocaba-SP	1978
Vivaldão	Manaus-AM	1970	Serejão	Taguatinga-DF	1978
Romeirão	Juazeiro do Norte-CE	1970	Pituaçu	Salvador-BA	1979
Moreirão	Campo Grande-MS	1971	Lacerdão	Caruaru-PE	1980
Presidente Médici	Itabaiana-SE	1971	Romildão	Mogi Mirim-SP	1981
Arruda	Recife-PE	1972	Moacyrzão	Macaé-RJ	1982
Uberabão	Uberaba-MG	1972	Olimpico Regional	Cascavel-PR	1982
Machadão	Natal-RN	1972	Castelão	São Luís-MA	1982
Albertão	Teresina-PI	1973	Prudentão	Presidente Prudente-SP	1982
Castelão	Fortaleza-CE	1973	Ipatingão	Ipatinga-MG	1982
Jauzão	Jauá-SP	1973	Parque do Sabiá	Uberlândia-MG	1982
Mané Garrincha	Brasília-DF	1974	Kleber Andrade	Cariacica-ES	1983

Quadro 22 – Estádios erguidos durante o segundo ciclo construtivo, período denominado por Mascarenhas (2014) como sendo o do *Estádios das Massas*. Destacamos que o segundo ciclo construtivo ocorreu, não à toa, durante a Ditadura Militar (1964-1985), uma vez que o regime utiliza o esporte para realizar propaganda política. FONTE: STEIN, Leandro. Ditadura: da criação do Brasileirão aos elefantes brancos, como o futebol entrou no Plano de Integração Nacional. **Trivela**, 02 abr. 2014. Atualizado em 31 mar. 2019. Disponível em: <https://trivela.com.br/da-criacao-brasileirao-aos-elefantes-brancos-como-o-futebol-entrou-plano-de-integracao-nacional/>. Acesso: 26 mar. 2020.

**ANEXO E – PROJETOS DE FESTA NA ARQUIBANCADA ELABORADOS PELA
TORCIDA DO CEARÁ SPORTING CLUB E EXIBIDOS NO ESTÁDIO
CASTELÃO**

Foto 6 - Mosaico sendo exibido na arquibancada – Projeto 02/06, 105 anos – Ceará x Santos, Estádio Castelão, 02 de junho de 2019.



Foto 6 – O momento da exibição de um mosaico. Autor da foto desconhecido. Divulgado no perfil oficial da Equipe Vai Rolar a Festa na rede social Instagram. Mosaico exibido no jogo Ceará e Santos, pela 7ª rodada do Campeonato Brasileiro Série A, no dia 02 de junho de 2019, no Estádio Castelão. FONTE: Perfil Oficial da Equipe Vai Rolar a Festa na rede social Instagram. Legenda: Aqui a gente fala menos e trabalha mais! #AgoraPodeMarcar #VRF. Trabalho realizado com muito empenho @organizacao82 obrigado por todo empenho e dedicação com tudo que foi apresentado. Todos unidos em uma só união!! @Vairolarafestascsc, 02 jun. 2019. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/ByOFDz7HRnT/>. Acesso: 22 abr. 2020.

Foto 7 - Papeis para compor o mosaico sendo erguidos pelos torcedores na arquibancada – Projeto 02/06, 105 anos – Ceará x Santos, Estádio Castelão, 02 de junho de 2019.

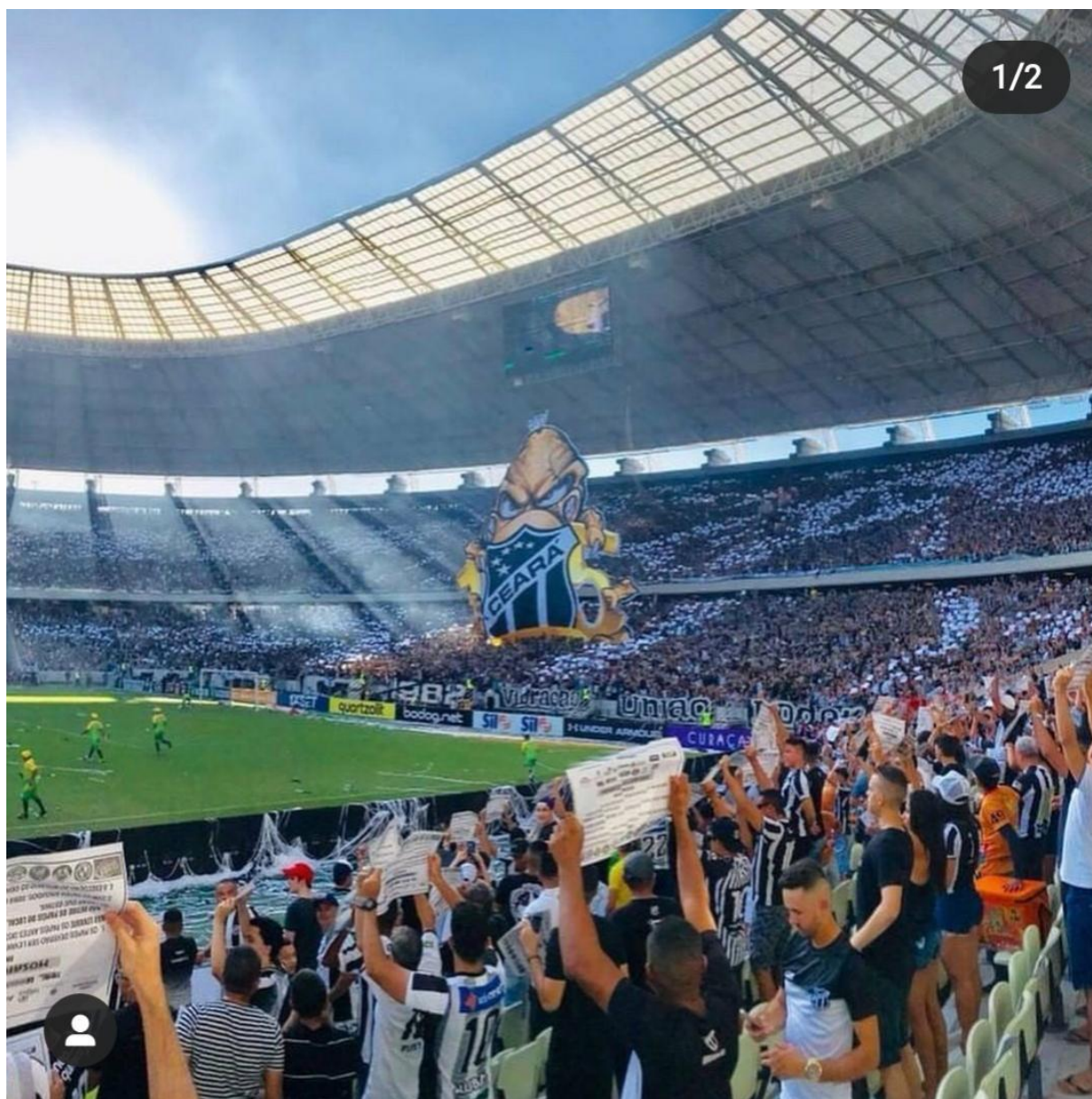


Foto 7 – O momento em que os papeis que compõem o mosaico são erguidos pelos torcedores na arquibancada. Autor da foto: Alisson Lobo. Divulgado no perfil oficial da Equipe Vai Rolar a Festa na rede social Instagram. Mosaico exibido no jogo Ceará e Santos, pela 7ª rodada do Campeonato Brasileiro Série A, no dia 02 de junho de 2019, no Estádio Castelão. FONTE: Perfil Oficial da Equipe Vai Rolar a Festa na rede social Instagram. Legenda: Mais do que erguer um mosaico, somos a torcida que canta 90min e não só quando se faz gol. Somos torcida. #ElesSabem #IaeSeusParaenses. 3D por: @ltsports09 e @cearamoroficial. Foto: @alissnlobo_. @Vaiolarafestasc, 02 jun. 2019. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/ByOrGZpHGck/>. Acesso: 22 abr. 2020.

Foto 8 - Mosaico e 3D sendo exibido na arquibancada – Projeto 03/08 – Clássico, Ceará x Fortaleza, Estádio Castelão, 03 de agosto de 2019 – Mosaico de papel do Bioma Semiárido.



Foto 8 – O momento da exibição de um mosaico de um dos biomas brasileiros, o semiárido. Autor da foto desconhecido. Divulgado no perfil oficial da Equipe Vai Rolar a Festa na rede social Instagram. Mosaico exibido no jogo Ceará e Fortaleza, pela 13ª rodada do Campeonato Brasileiro Série A, no dia 03 de agosto de 2019, no Estádio Castelão. FONTE: Perfil oficial da Equipe Vai Rolar a Festa na rede social Instagram. @vaiolarafestascsc, 03 ago. 2019. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B0uXKH2HHCS/>. Acesso: 19 maio. 2020.

Foto 9 - Mosaico e 3D sendo exibido na arquibancada – Projeto 03/08 – Clássico, Ceará x Fortaleza, Estádio Castelão, 03 de agosto de 2019 – 3D com a imagem de Luiz Gonzaga.



Foto 9 – O momento da exibição de um mosaico e um 3D. Autor da foto desconhecido. Divulgado no perfil Blog Joga Fácil na rede social Instagram. Mosaico exibido no jogo Ceará e Fortaleza, pela 13ª rodada do Campeonato Brasileiro Série A, no dia 03 de agosto de 2019, no Estádio Castelão. FONTE: Blog Joga Fácil na rede social Instagram. Legenda: "O REI DO BAIÃO" MOSAICO SINISTRO DA TORCIDA DO CEARÁ Na foto Luiz Gonzaga. O músico foi homenageado em um CLÁSSICO REI contra o Fortaleza ano passado. Na ocasião foram completados 30 anos da morte de Luiz Gonzaga. @blogjogafacil, 23 abr. 2020. Disponível em: https://www.instagram.com/p/B_T2QgODIPt/. Acesso: 14 maio. 2020.

Foto 10 - Mosaico e 3D sendo exibido na arquibancada – Projeto 03/08 – Clássico, Ceará x Fortaleza, Estádio Castelão, 03 de agosto de 2019 – 3D com a imagem de Luiz Gonzaga e explosão de serpentinas.



Foto 10 – O momento da exibição de um mosaico e um 3D. Autor da foto desconhecido. Divulgado no perfil Blog Joga Fácil na rede social Instagram. Mosaico exibido no jogo Ceará e Fortaleza, pela 13ª rodada do Campeonato Brasileiro Série A, no dia 03 de agosto de 2019, no Estádio Castelão. FONTE: Blog Joga Fácil na rede social Instagram. Legenda: "O REI DO BAIÃO" MOSAICO SINISTRO DA TORCIDA DO CEARÁ Na foto Luiz Gonzaga. O músico foi homenageado em um CLÁSSICO REI contra o Fortaleza ano passado. Na ocasião foram completados 30 anos da morte de Luiz Gonzaga. @blogjogafacil, 23 abr. 2020. Disponível em: https://www.instagram.com/p/B_T2QgODIPt/. Acesso: 14 maio. 2020.

Foto 11 - Mosaico de papel e bandeiras sendo exibido na arquibancada – Projeto Ceará x Flamengo, Estádio Castelão, 25 de agosto de 2019 – Mosaico de papel com as emblemas do Rio Branco e do Ceará.



Foto 11 – O momento da exibição de um mosaico de papel e de bandeiras. Autor da foto desconhecido. Divulgado no perfil TOC Arquibancada na rede social Instagram. Mosaico exibido no jogo Ceará e Flamengo, pela 16ª rodada do Campeonato Brasileiro Série A, no dia 25 de agosto de 2019, no Estádio Castelão. FONTE: Perfil TOC Arquibancada na rede social Instagram. Legenda: Mais uma festa na arquibancada!! Parabéns a todos que foram a arena, que chegaram cedo e colaboraram com a festa. Infelizmente o resultado não veio, mas é isso. A luta não acabou. @toc.arquibancada, 26 ago. 2019. Disponível em: https://www.instagram.com/p/B1oSh2wnuE_/. Acesso: 14 maio. 2020.

Foto 12 - Mosaico de papel e bandeiras sendo exibido na arquibancada – Projeto Ceará x Flamengo, Estádio Castelão, 25 de agosto de 2019 – Mosaico de bandeiras com a expressão “Time do Povo”.



Foto 12 – O momento da exibição de um mosaico de papel e de bandeiras. Autor da foto desconhecido. Divulgado no perfil TOC Arquibancada na rede social Instagram. Mosaico exibido no jogo Ceará e Flamengo, pela 16ª rodada do Campeonato Brasileiro Série A, no dia 25 de agosto de 2019, no Estádio Castelão. FONTE: Perfil TOC Arquibancada na rede social Instagram. Legenda: Mais uma festa na arquibancada!! Parabéns a todos que foram a arena, que chegaram cedo e colaboraram com a festa. Infelizmente o resultado não veio, mas é isso. A luta não acabou. @toc.arquibancada, 26 ago. 2019. Disponível em: https://www.instagram.com/p/B1oSh2wnuE_/. Acesso: 14 maio. 2020.

Foto 13 - Torcedores do Ceará vestidos com a camisa de TNT para formar o Mosaico Permanente – Projeto 10/11 Clássico-Rei – Ceará x Fortaleza, Estádio Castelão, 10 de Novembro de 2019.



Foto 13 – Torcedores vestidos com a camisa de TNT para o Mosaico Permanente. Congelamento de imagem de um vídeo. O rosto dos torcedores foram cobertos para garantir a preservação da imagem. Divulgado no perfil de Lucas Silveira TOC na plataforma Youtube. FONTE: Youtube, 11 nov. 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=DdXIUQvGKg8>. Acesso: 21 maio. 2020.

Foto 14 - Exibição do Mosaico Permanente – Projeto 10/11 Clássico-Rei – Ceará x Fortaleza, Estádio Castelão, 10 de Novembro de 2019.



Foto 14 – Exibição do Mosaico Permanente. Autor da foto desconhecido. Divulgado no perfil oficial da Equipe Vai Rolar a Festa na rede social Instagram. Mosaico Permanente exibido no jogo Ceará e Fortaleza, pela 32ª rodada do Campeonato Brasileiro Série A, no dia 10 de novembro de 2019, no Estádio Castelão. FONTE: Perfil oficial da Equipe Vai Rolar a Festa na rede social Instagram. Legenda: E aí, aprovam finalizar esse mosaico com 100% do desenho sem a REFERÊNCIA? Obs.: Não foi editado. @vairolarafestacsc, 07 fev. 2020. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/B8RLDd1nzvU/>. Acesso: 21 maio. 2020.

**ANEXO F – OS “ESQUENTAS” E AS “RUAS DE FOGO”: QUANDO O
ESTACIONAMENTO E A RUA SE TORNAM UMA EXTENSÃO DA
ARQUIBANCADA**

Foto 15 - Banda responsável por tocar na Festa “Esquenta do Vozão” – Momentos antes da partida entre Ceará e Vitória, 25ª rodada do Campeonato Brasileiro Série A 2018, 15 de setembro de 2018.



Foto 15 – Autor da foto desconhecido. Divulgado no perfil oficial do Ceará Sporting Club na rede social Instagram. @Cearasc, 15 set. 2018. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BnwNAFknaBx/>. Acesso: 03 dez. 2018.

Foto 16 - Realização da Festa “Esquenta do Vozão” no estacionamento do Centro de Formação Olímpica e Paraolímpica – CFOP – Momentos antes da partida entre Ceará e Vitória, 25ª rodada do Campeonato Brasileiro Série A 2018, 15 de setembro de 2018.



Foto 16 – Autor da foto desconhecido. Divulgado no perfil oficial do Ceará Sporting Club na rede social Instagram. @Cearasc, 15 set. 2018. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/Bn4fLPxDUNy/>. Acesso: 03 dez. 2018.

Foto 17 - Realização da “Rua de fogo” na Av. do Contorno momentos antes da partida entre Ceará e Londrina, 4ª rodada do Campeonato Brasileiro Série B 2017, 02 de junho de 2017.



Foto 17 – Autor da foto desconhecido. Divulgado da página Sentimento Alvinegro na rede social Instagram. @sentimento_alvinegro, 04 abr. 2018. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BhKF9yYFQOk/>. Acesso: 03 dez. 2018.

Foto 18 - Realização da “Rua de fogo” na Av. do Contorno momentos antes da partida entre Ceará e Londrina, 4ª rodada do Campeonato Brasileiro Série B 2017, 02 de junho de 2017.



Foto 18 – Autor da foto desconhecido. Divulgado da página Ceará.S.C News na rede social Instagram. @cearascnews, 02 jun. 2017. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BU2tQ6wDLyZ/> Acesso: 03 dez. 2018.