

## Tradição e modernidade no “novo” Mineirão

Priscila Augusta Ferreira Campos \*

Silvio Ricardo da Silva\*\*

Silvia Cristina Franco Amaral\*\*\*

**Resumo:** Desde sua inauguração, o Estádio Governador Magalhães Pinto, popularmente conhecido como Mineirão, localizado na cidade de Belo Horizonte/MG, tem sido palco de importantes eventos futebolísticos e uma importante praça de eventos e equipamento de lazer para o município. Em 2010, quarenta e cinco anos após a sua inauguração, uma grande reforma iniciou-se no estádio. O motivo: Belo Horizonte ter sido escolhida como uma das cidades-sede para a Copa do Mundo de Futebol 2014, a ser realizada em nosso País. Em dezembro de 2012, depois de dois anos fechado o estádio foi reaberto, sendo que os responsáveis pela sua reforma e gestão, bem como a imprensa mineira colaram o adjetivo “novo” ao nome Mineirão para denominar o atual momento. Sendo assim, esse artigo objetiva analisar o conceito ‘novo’ que adjetiva o Mineirão, Belo Horizonte/MG tentando captar o que ele esconde e revela. Para isso, far-se-á uma análise entre os discursos e documentos de sua construção, em 1965, de sua reforma para a Copa em 2014 e de sua inauguração em 21 de dezembro de 2012, utilizando-se de documentos, artigos de jornais dos períodos analisados e observação participante nos dias 21 e 22 de dezembro de 2012. Percebe-se que nesse contexto, o adjetivo “novo” insere-se em uma categoria dicotômica e envolve um processo dialético entre a tradição e a modernidade e que perpassa pelo *ethos* belo-horizontino, uma vez que essa cidade foi construída sob a base de um tradicionalismo mineiro e uma vocação para a modernidade. Dessa forma, as análises sobre os três períodos indicados envolvem permanências (necessidade de ser moderno, passar uma autoimagem positiva da cidade, plataforma política) e mudanças (diferenciação do conhecimento técnico-científico-informacional, transformação dos estádios, apropriação do espaço público pelo setor privado). Além disso, no atual contexto, há uma supremacia do fator global influenciando o local, que pode ser percebido pelas diretrizes da FIFA, uma corporação transnacional que possui os recursos necessários para diagnosticar, planejar e por em prática decisões que influenciam a

---

\* Doutoranda, FEF/UNICAMP

\*\* Doutor, EEEFTO/UFMG

\*\*\* Doutora, FEF/UNICAMP

economia de modo geral, induzindo, intensificando e generalizando o consumo. Tudo isso, sendo absorvido de maneira subserviente pelo País-Sede, através de cooptações, atropelos, exceções e acordos, maculando as organizações, diretrizes e intenções desses Estados Nacionais.

**Palavras-chave:** futebol, estádio, Copa do Mundo

Desde sua inauguração, o Estádio Governador Magalhães Pinto, popularmente conhecido como Mineirão, localizado na cidade de Belo Horizonte/MG, tem sido palco de importantes decisões futebolísticas, tanto em âmbito nacional quanto internacional. Além de uma importante praça de eventos e equipamento de lazer para o município.

Em 2010, quarenta e cinco anos após a sua inauguração, uma grande reforma iniciou-se no estádio. O motivo: Belo Horizonte ter sido escolhida como uma das cidades-sede para a Copa do Mundo de Futebol, a ser realizada em nosso País em 2014. A cerimônia que apresentou o Brasil como país-sede da Copa de 2014, ocorreu em 2007, na cidade de Zurique. Vários interesses fizeram parte do contexto que trouxe a candidatura para o Brasil.

Em linhas gerais, o país estava vivendo um período de neodesenvolvimentismo, “pautado na manutenção da estabilidade e ação distributiva do Estado, este último, um Estado mais forte, induzindo o crescimento e coordenando os investimentos no país a partir de estratégias de planejamento de longo prazo” (MASCARENHAS, 2012:46), através do fortalecimento de empresas nacionais, da criação do Programa de Aceleração do Crescimento e da recuperação da capacidade do Estado de prover políticas e programas sociais de inclusão e redução da pobreza.

Assim, sediar um evento de tamanhas proporções possibilitaria ao país a difusão de uma imagem positiva, atraindo investimentos, nacionais e internacionais, dentro de uma economia global. Além disso, para a FIFA (*Fédération Internationale de Football Association*) a realização da copa no Brasil seria algo viável, uma vez que o país tem o futebol como um dos símbolos identitários e possui, internacionalmente, a reputação de ser belo, festivo e acolhedor (DAMO, 2012).

Dentro desse contexto, foi traçado um plano de ação, com base nos preceitos da FIFA, para que a copa seja por aqui realizada. Obras de mobilidade urbana, infraestrutura, reforma e construção de estádios, entre outras medidas, foram planejadas e vêm sendo implementadas. Se na Copa de 1950 não há registro desse plano de ação, para a de 2014 há uma série de normativas a serem cumpridas, o que faz com que esse evento tome outras proporções.

Uma das exigências da FIFA refere-se aos estádios. A entidade sugere que eles cumpram uma série de quesitos no que se refere ao uso, segurança, comunicação, sustentabilidade etc. Em relação ao uso, a entidade sugere estádios multifuncionais, “projetados de forma que abriguem outros eventos esportivos e de entretenimento, melhorando assim a sua utilização e viabilidade financeira” (FIFA, 2011, p.43). Sugere, então, que esse espaço seja ocupado por “eventos de entretenimento, incluindo concertos, festivais, peças teatrais e feiras de negócios e de consumo” (FIFA, 2011, p.44).

Sendo assim, esse artigo objetiva analisar o conceito ‘novo’ que adjetiva o Mineirão, Belo Horizonte/MG tentando captar o que ele esconde e revela. Para isso, far-se-á uma análise entre os discursos e documentos de sua construção, em 1965, de sua reforma para a Copa em 2014 e de sua inauguração em 21 de dezembro de 2012, utilizando-se de documentos, artigos de jornais dos períodos analisados e observação participante nos dias 21 e 22 de dezembro de 2012 (data de sua reinauguração).

## **O Mineirão**

Quando o Mineirão foi inaugurado em 1965, Belo Horizonte já possuía um estádio de futebol de grandes proporções para a época. Tratava-se do Estádio Independência, cuja capacidade de público era de 45000 pessoas, construído, principalmente, para sediar os jogos da Copa do Mundo de Futebol, em 1950, destinados a essa capital.

Quatro anos depois da inauguração do Independência, começou-se a ventilar a necessidade de construir outro estádio em Belo Horizonte, com maiores proporções. O raciocínio era simples: um estádio maior que o Independência atrairia e comportaria mais público, a renda aumentaria e, com isso, diminuiria o êxodo de jogadores para o Rio de Janeiro e São Paulo (SANTOS, 2005a). Além disso, ter um grande estádio aumentaria a autoestima dos mineiros.

O meio esportivo de Minas Gerais se sentia injustiçado por não poder equiparar-se aos paulistas e cariocas – que, além do esporte, comandavam as questões político-econômicas do país -, sendo que o principal motivo alegado era a falta de um estádio como o Maracanã, no Rio de Janeiro, ou o Pacaembu, e depois o Morumbi, em São Paulo (SANTOS, 2005a).

Tal raciocínio pode ser confirmado pela fala do ex-zagueiro Procópio Cardoso que atuou, principalmente, no futebol mineiro no período de 1959 a 1973, “antes do Mineirão, os nossos craques se destacavam, mas depois iam embora e brilhavam por outras equipes.

Depois, todos passaram a valorizar os clubes e o próprio estado. Nosso futebol mudou muito a partir daí e conseguimos glórias”<sup>1</sup>.

Assim, em 1959 foi iniciado o projeto para a construção do Estádio Minas Gerais que foi inaugurado em 1965, sendo o segundo maior estádio de futebol coberto do mundo<sup>2</sup>. “O projeto de construção do Mineirão foi um projeto da Cidade Universitária, do Escritório Técnico da UFMG, um projeto dirigido pelo arquiteto Eduardo Guimarães. Nós éramos funcionários da UFMG na época”, disse o também arquiteto responsável pelo projeto executivo do Mineirão, Gaspar Garreto<sup>3</sup>. Sua construção se deu na Pampulha<sup>4</sup>, através de um convênio firmado entre o Ministério da Educação e Cultura, a Universidade de Minas Gerais<sup>5</sup>, o Conselho de Administração do Estádio Minas Gerais e a Diretoria de Esportes do Estado de Minas Gerais, já que a Universidade de Minas Gerais<sup>6</sup> cedeu uma parte de seu terreno para a viabilização da obra do estádio e, em contrapartida, os seus alunos poderiam utilizar, além das instalações do estádio, o centro esportivo que seria construído concomitante à praça de esportes (SANTOS, 2005a).

O “Gigante da Pampulha”<sup>7</sup>, com capacidade para 130 mil pessoas apresentava como diferencial em relação ao Independência uma melhor capacidade de evacuação da área, mais bebedouros e sanitários e uma arquibancada coberta (SANTOS, 2005a). Foi considerado um grandioso empreendimento, de grande imponência e beleza arquitetônica e chamou a atenção para a capacidade empreendedora do povo mineiro.

O Estádio Minas Gerais é uma síntese da capacidade realizadora do nosso povo. Não se sabe o que mais admirar: se a eficiência dos engenheiros, arquitetos, mestres de obras, operários encarregados da execução da obra; se a precisão dos calculistas das estruturas; se a beleza e a funcionalidade do projeto arquitetônico. É, enfim, uma grande obra, que contribuirá decisivamente para o engrandecimento de nosso esporte e que honra e enaltece a nossa engenharia (SANTOS, 2005a).

Além disso, foi comparado ao Maracanã, que, construído para a Copa de 1950, era considerado o mais moderno da época. Gaspar Garreto disse que, para desenhar a planta do Mineirão, passou um dia inteiro no Maracanã para conhecer os seus defeitos e as suas qualidades<sup>8</sup> (FERREIRA, 2012). A segurança, o conforto, o bom gramado, a iluminação e o sombreamento do Mineirão o colocava em lugar de destaque. As qualidades de segurança e conforto fizeram com que o público feminino fosse atraído para frequentar o estádio mineiro.

Para a elaboração da planta do estádio, também foram estudadas as plantas de outros estádios fora do Brasil, tais como Suíça e Itália (FERREIRA, 2012). Assim, o Mineirão não

raro era apontado como “o mais moderno do mundo”, uma vez que a qualidade dos outros estádios era aperfeiçoada e os defeitos eliminados em seu projeto (SANTOS, 2005a).

Ainda para a sua construção, estratégias de marketing foram utilizadas para que houvesse uma identificação da população mineira com o novo estádio. Deste modo, campanhas para arrecadar recursos financeiros foram utilizadas agregando ao estádio o adjetivo de “estádio do povo”. Com isso, “divulgavam-se empreendimentos a fim de que a população contribuísse financeiramente para com o ‘seu’ novo centro esportivo” (PEREIRA, 2004:76), tais como: venda antecipada de cadeiras cativas através da Loteria do Estado, concorrências comerciais para a exploração dos bares e a venda de espaços de publicidade no interior do estádio.

No dia 05 de setembro de 1965, em meio à poeira das obras, os portões do estádio foram abertos ao público, “sendo amplamente difundida a imagem de ‘estádio do povo’, tido como um grande colaborador para a sua construção” (PEREIRA, 2004:81). De acordo com a autora, a ampla divulgação servia para mostrar os feitos do governo estadual.

Percebe-se que, para além da sua função futebolística, o estádio cumpria uma especificidade simbólica e representava o que de mais moderno poderia existir na cidade. O conhecimento técnico-científico-informacional foi um dos responsáveis por essa transformação da paisagem. Isto é, a união entre ciência, técnica e informação fez com que a cidade tomasse outra dinâmica, uma vez que um objeto foi nela incorporado. Esse objeto, dentro desse espaço foi apropriado por sua população, tornando-se um lugar. De acordo com Santos (1996:48), “é o lugar que atribui às técnicas o princípio de realidade histórica, relativizando o seu uso, integrando-as num conjunto de vida, retirando-as de sua abstração empírica e lhes atribuindo efetividade histórica”. Sem isso, seriam apenas objetos. Nessa perspectiva, o estádio de futebol, por ser um objeto de grande visibilidade urbana, devido as suas dimensões, ocupa o imaginário social e influencia sentimentos em relação ao lugar, podendo constituir importante centralidade física e simbólica no interior do espaço urbano (MASCARENHAS, 1999).

Assumpção (2004) afirma que a construção do Mineirão se deu em um período em que no Brasil havia uma ideologia da “monumentalidade”. Para Le Goff (1990), a palavra monumento exprime a memória, aquilo que perpetua a recordação. Pode ser, também, uma obra comemorativa de arquitetura ou de escultura. Assim, o monumento é um sinal do passado que fica para a posteridade e que se configura como uma forma de poder.

Dessa forma, “o *monumento* tem como característica o ligar-se ao poder de perpetuação, voluntária ou involuntária, das sociedades históricas (é um legado à memória coletiva)” (LE GOFF, 1990:536).

As sociedades constroem espaços nos quais seus valores, seus momentos históricos, sua memória coletiva, seus rituais, possam se perpetuar. Por essa razão, levantam importantes edifícios, grandiosos monumentos, magníficas obras de arte talhadas na pedra e no mármore. Nesses espaços, as pessoas compartilharão memórias, experiências, lembranças comuns e projetarão sua vontade coletiva em direção ao futuro (ASSUMPÇÃO, 2004:148).

Para que esses valores fossem incorporados e que uma nova psicosfera fosse criada, a participação dos formadores de opinião e dos meios de comunicação de massa foi fundamental para fazer circular a informação. Nesse sentido, segundo Assumpção (2004), durante a construção do estádio, algumas ações foram realizadas, entre as quais, convidar o Presidente da Comissão Brasileira de Desportos, João Havelange, para visitar a obra; convidar jornalistas do Rio de Janeiro, São Paulo e outros estados para jantarem no Palácio da Liberdade, entre os quais João Lyra, João Saldanha e Armando Nogueira, para dar visibilidade nacional à obra; publicar matérias contínuas sobre o desenvolvimento da obra nos jornais mineiros.

Assim, a partir do advento Mineirão, uma nova forma de pensar e narrar o futebol mineiro emerge, concomitante a isso, hábitos e usos desse espaço foram sendo criadas. Afinal, não se pode desassociar o “espaço como instância social, [como] conjunto inseparável da materialidade e das ações do homem” (SANTOS, 2005:130).

Podemos perceber que, nesse contexto, ser moderno representava ter um grande estádio, capaz de abrigar um número elevado de pessoas (mesmo sabendo que, nem em todos os jogos, essa capacidade máxima seria atingida) o que possibilitaria se firmar no circuito nacional do futebol, concorrendo diretamente com Rio e São Paulo que, como foi visto, eram hegemônicos em termos políticos, econômicos e futebolísticos. Além disso, há uma grande valorização do conhecimento científico, enfatizado através do elogio à competência e à habilidade dos bacharéis mineiros em engenharia e arquitetura. Este fato nos permite identificar a noção de progresso e desenvolvimento presente naquele tempo. Somado a isso, o Mineirão tornou-se um monumento para a cidade de Belo Horizonte, relacionado a um projeto de modernidade tecnocrática, de expansão urbana na qual as curvas da Pampulha substituíam as retas do projeto inicial.

## O Novo Mineirão

Durante dois anos (2010-2012) o Mineirão esteve fechado, passando por uma reforma, diga-se de passagem, a primeira grande reforma desde a sua inauguração, visando a sua adequação aos padrões FIFA para sediar a Copa das Confederações em 2013 e a Copa do Mundo em 2014. Tal reforma acarretou em sua significativa transformação em termos arquitetônicos e funcionais, uma vez que a FIFA normatiza os estádios para o “seu” uso.

Percebe-se que isso tem relação com o mercado internacional dos megaeventos esportivos e com a *expertise* internacional de conglomerados multinacionais especializados nestas inovações. São modelos de tecnologia e infraestrutura urbana exportados para todos os centros que pleiteiam sediar tais eventos, sem que haja uma troca com a *expertise* local, resultando em um “novo modelo de planejamento e gestão de cidades, calcado na lógica do mercado” (MASCARENHAS, 2008:195), e tratando as cidades como uma mercadoria que precisam possuir algum atrativo para receberem investimentos. Ao que tudo indica, os megaeventos vêm como possibilidade de legitimação de um planejamento urbano demandado pelos setores hegemônicos da sociedade (RAEDER, 2010).

Para cumprir tais determinações, o Estado de Minas Gerais em parceria com a Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, lançou o Planejamento Estratégico Integrado que teve por objetivo criar ferramentas de gestão que levem à utilização eficaz dos recursos necessários à implementação dos projetos necessários a realização da Copa em Belo Horizonte. São projetos de grande impacto na cidade, divididos em seis eixos temáticos: infraestrutura esportiva, mobilidade, turismo e rede hoteleira, comunicação e *marketing*, utilidade pública (segurança, saúde, energia, telecomunicação, ação social e meio ambiente) e requisitos da FIFA. Um dos projetos pertencentes ao eixo infraestrutura esportiva tem o título de “Modernização do Mineirão” e na descrição prevê “Modernização do Mineirão com vistas a adequações de infraestrutura para a Copa 2014, promovendo a sustentabilidade após o evento” (MINAS GERAIS, BELO HORIZONTE, s.d.).

Como o patrimônio histórico fez o tombamento de seus 88 semipórticos estruturais, arquivancada superior e anéis de circulação, as obras de modernização do Mineirão mantiveram sua fachada, alterando toda a sua estrutura interna e externa.

Percebe-se, nesse sentido, uma ação sobre as formas e seu uso, uma vez que os objetos são dotados de conteúdo e finalidade. Santos (1977:35) afirma que “através da ação sobre as formas, tanto novas como renovadas, o planejamento urbano constitui muitas vezes

meramente uma fachada científica para operações capitalistas”, uma vez que as modificações do espaço em prol de uma modernização tende a atrair investimentos, especulações e traz uma agenda de transformações do espaço tecnificando-o e burocratizando-o.

Conhecido como o “Novo Mineirão”, o projeto, desenvolvido primeiramente em parceria com um escritório alemão e posteriormente modificado por um escritório de arquitetura mineiro<sup>9</sup>, prevê uma esplanada com 80 mil m<sup>2</sup><sup>10</sup>; estacionamento com capacidade para 2,5 mil veículos; área para imprensa equipada com mesas; computadores e telefone; cobertura especial com sistema autolimpante; iluminação inteligente; acesso rápido por catracas eletrônicas; geração de energia por painéis fotovoltaicos; 64 mil lugares e 80 camarotes; aérea de 7 mil m<sup>2</sup> destinadas a atividade comercial. Para viabilizar o projeto, optou-se por um modelo de negócio que privilegia a modernização da infraestrutura, buscando o mais alto padrão internacional de operação do estádio, com conforto e segurança e principalmente inovando na visão comercial, ao tratar o torcedor como cliente (MINAS GERAIS, s.d.).

Verifica-se que a ideia de modernidade está presente nesse contexto. De acordo com Bell (1973:214) “‘novo’ é marca distintiva da modernidade, embora essa reivindicação, em muitos casos, não se refira tanto a um aspecto especificamente novo da experiência humana e sim a uma alteração na escala do fenômeno”. Assim, ir ao estádio, torcer para um clube de futebol, passear em seus arredores faz parte da cultura belorizontina, entretanto, o “novo” refere-se à conjuntura em que essa rotina será realizada, através de uma variedade de usos desse espaço, em um sincretismo de ações. Aliás, variedade e sincretismo são termos utilizados pela modernidade (BELL, 1973). Nesse contexto, a modernidade se constitui como um rompimento com o passado, na qual a tecnologia se apresenta como um dos principais fatores de mudança social.

Se na década de 1950/1960, as referências eram os estados do Rio e São Paulo e os outros importantes estádios existentes, na Copa de 2014, ser moderno é aliar-se ao capital estrangeiro para intervir no território nacional, submetendo-se aos preceitos e normatizações da FIFA, uma entidade com fins lucrativos e abrangência planetária, que é capaz de estabelecer critérios os quais os governos nacionais devem se adaptar. Além disso, através da venda da marca Copa do Mundo FIFA, essa entidade vislumbra mercados reais e potenciais para o seu produto, “influenciando, cooptando ou atropelando Estados nacionais, em suas organizações, diretrizes e intenções” (IANNI, 1998:29).

De acordo com Santos (1999), a técnica normativa é normatizada no seu uso e normativa para os agentes. Isto é, a partir do momento em que um agente político, econômico,



social elabora um conjunto de especificações e determinações a serem cumpridas por alguém, tem-se uma normatização dos procedimentos, de modo que, independente do lugar, as mesmas normas precisam ser cumpridas pelos sujeitos/agentes que estão sob influência de tais normativas para serem reconhecidos em seus meios, como é o caso, por exemplo, dos estádios de futebol que receberão os jogos da Copa de 2014, uma vez que, para receber esse direito e reconhecimento tiveram que cumprir as normativas da FIFA. Esta, a cada edição da copa, precisa rever as suas normatizações, criando e/ou excluindo normas. Há uma tensão nesse processo, uma vez que “os agentes adaptam suas normas para que haja compatibilidade com as normas dos agentes hegemônicos. E essa adaptação rompe com equilíbrios externos e internos, condenando os equilíbrios preexistentes” (SANTOS, 1999:20).

Se o ideal desenvolvimentista do passado alegava que moderno era ter estádios grandes, verdadeiros monumentos, para a participação, mas também o controle popular, atualmente, ser moderno implica em diminuir a capacidade dos estádios já existentes, transformando-os em arenas multiuso, passíveis de serem usadas e consumidas por qualquer público, não apenas para os interessados em futebol, afim de gerar lucro aos investidores tornando-o utilizável para além das partidas de futebol.

As arenas multiuso tratam o torcedor como cliente, uma pessoa privada<sup>11</sup>. O produto que se compra: o espetáculo futebolístico, o conforto, a comodidade, a infraestrutura e a segurança:

O torcedor passará a ser visto como cliente. Ele tem que querer ir, querer voltar e tem que contar para os amigos que gostou do local e do evento. Por isso, tudo no Mineirão é pensado para que o torcedor-cliente se torne uma família-cliente. O sucesso do negócio passa também pela fidelização do público (MINAS GERAIS, s.d.).

Essa nova concepção de estádio também pode ser vista na fala de Bruno Campos, um dos arquitetos responsáveis pelo projeto executivo do ‘novo’ Mineirão, “o Mineirão chegou a ter 130 mil pessoas, que ficavam em pé sem visibilidade, sem sanitários, sem segurança. Esse caos que existe nos estádios brasileiros não vai existir mais. Tudo o que vai dentro do estádio é completamente novo. A Copa do Mundo trará essa revolução”<sup>12</sup>.

A relação entre capital-produto nas arenas multiuso faz com o que eixo central deixe de ser a partida de futebol em si e a fruição do torcer. Há um novo valor simbólico agregado à marca “Novo Mineirão”, na qual uma infinita gama de publicidade produz uma imagem desse espaço e as formas de uso desse produto, chancelado por uma marca de escala planetária: a FIFA, e difundida pelos meios de comunicação.

A marca já é, em si mesma, um capital na medida em que seu prestígio e sua celebridade conferem aos produtos que levam seu nome um valor simbólico comercial. Seu renome, de fato, não é devido somente às qualidades intrínsecas de seus produtos. Foi necessário construí-lo, ao preço de investimentos importantes em marketing e em campanhas publicitárias recorrentes. São estas que construíram a imagem da marca, dotando os produtos de uma identidade distinta e de qualidades alegadas, para as quais a firma reivindica monopólio (GORZ, 2005:45).

Assim, a marca “Novo Mineirão”, cria um novo conceito de estádio e de torcedor de futebol. Do capital imaterial (GORZ, 2005) utilizado para essa criação, junto com a tecnoesfera utilizada para a reforma do estádio surge uma nova psicoesfera. Essa, de certa forma, tenta apagar o Mineirão e tudo o que a ele se relaciona entre memórias particulares e coletivas de determinado tempo e espaço, dando a conotação de antigo, para o surgimento da marca de um novo governo que trouxe a modernização do estádio para receber a Copa de 2014, daí o adjetivo “novo”.

Outra ideia que se difunde com o “Novo” Mineirão é a de privatização do espaço público através da parceria público-privado. A copa, enquanto evento privado, necessita do Estado para que as exigências de sua realização sejam cumpridas, entre elas: segurança a todos os envolvidos, mobilidade urbana e exclusividade dos patrocinadores. O setor privado necessita do dinheiro público para ajudar na construção-reforma dos estádios. Assim, o Estado desempenha papel central na viabilização financeira, econômica e política dos empreendimentos através de seu poder e de sua riqueza, em forma de fundos de investimento (OLIVEIRA, 1999; VAINER, 2007).

O Mineirão, quando da sua inauguração, foi administrado pelo setor público, através da Administração de Estádios do Estado de Minas Gerais – ADEMG – órgão vinculado ao governo do Estado de Minas Gerais. A partir de sua (re)inauguração passa a ser administrado pelo consórcio Minas Arena, empresa responsável pelo financiamento e execução das obras de “reforma e modernização”<sup>13</sup> do estádio através de uma parceria público-privado e que por isso tem o direito de exploração comercial do espaço por 25 anos. Ademais, esse consórcio procurou os clubes da capital mineira para fazer um acordo de parceria. O Cruzeiro Esporte Clube firmou sua fidelização para o uso do Mineirão até 2037, durante esse período arcará com grande parte das despesas operacionais da partida, mas não pagará o aluguel do estádio e terá direito a 100% da renda provinda dos 54201 ingressos a que tem direito<sup>14</sup>.

Pode-se perceber, de acordo com Oliveira (1999), um esvaziamento da esfera pública e uma apropriação privada desse conteúdo de modo a atrair benefícios aos interesses

privados. O que impera é a privatização do público que vem de um modelo político e econômico de que há uma desnecessidade do público desse espaço e de uma desqualificação do bem público. “A esse processo objetivo corresponde uma subjetivação da experiência burguesa no Brasil de hoje que é radicalmente antipública, no sentido da esfera pública não burguesa ou cidadã” (OLIVEIRA, 1999:68).

### **Tradição e modernidade no “Novo” Mineirão**

Entretanto, em meio ao surgimento dessa nova psicoesfera, o que pode ser visto e percebido nos dias de sua reinauguração, através do evento denominado “Entrega da obra do Novo Mineirão”<sup>15</sup> foi uma ambiguidade de sentimentos, já que, se o discurso dos responsáveis pela sua reforma e gestão e da imprensa mineira tende ao silenciamento do antigo, as pessoas que iam visitá-lo buscavam, no conforto do antigo a sustentação para o novo. Como pode ser visto nas falas da presidente Dilma e do prefeito Marcio Lacerda, respectivamente. “Dilma também destacou o fato de a fachada histórica do Mineirão ter sido preservada. ‘É possível fazer algo moderno e que ao mesmo tempo respeita as tradições’”; “O Gigante da Pampulha inovou e foi apontado na época como o mais moderno do mundo. E 47 anos depois temos o novo Mineirão completamente renovado. Vai merecer um posto na galeria dos mais modernos estádios do mundo”<sup>16</sup>.

Por resquícios da cerimônia oficial de entrega das obras, que teve a participação da Presidente Dilma, bolas na arquibancada central formavam a frase: “*Mineirão: sou do mundo, sou Minas Gerais*”, frase em alusão à música “Para Lennon e McCartney” de Lô Borges. De fato, o “Novo” Mineirão, feito em concreto e vidro, não perde em nada para os estádios da Europa. Como bem salientou Carlos Alberto Parreira, também presente na cerimônia de abertura “estou me sentindo na Europa. Qualquer seleção que jogar aqui se sentirá confortável. O Mineirão está lindo, belíssimo. Um estádio bonito, moderno, que dá segurança”<sup>17</sup>.

Através dessas falas, o adjetivo “novo” insere-se em uma categoria dicotômica e envolve um processo dialético entre a tradição e a modernidade e que perpassa o *ethos* belorizontino, uma vez que essa cidade foi construída sob a base de um tradicionalismo mineiro e uma vocação para a modernidade.

Se reportarmos a história de Belo Horizonte, veremos que é uma cidade de apenas 115 anos, entretanto algo que chama atenção dos seus moradores é a quantidade de intervenções

urbanas que a cidade sofre, bem como o adjetivo “novo” que carrega em cada nova etapa de vida, que pode ser visto na sua inauguração em relação a Ouro Preto; na construção da Pampulha em detrimento do projeto inicial e a preparação para a Copa do Mundo de Futebol, sob o slogan do “Novo” Mineirão. Essa busca pelo progresso, esse tipo ideal de cidadão, traz uma dicotomia entre a cidade atual e a cidade que ficou. Entretanto, embora distantes na temporalidade, os discursos se aproximam, como se fossem os mesmos, adaptados para o momento em que foram criados.

Na visitação do dia 22 de dezembro foram exibidos no telão do estádio três vídeos: um promocional Minas Arena sobre o “Novo Mineirão”, apresentando sua área e possibilidades de investimento; o outro mostrando em câmera rápida o dia a dia da reforma e, por fim, o último com gols de Atlético e Cruzeiro e as respectivas torcidas em vários momentos do estádio. Nós dois primeiros vídeos, o público estava comedido. Durante os gols, alguns ensaios de Galo e Zêro<sup>18</sup>, mas foi no momento em que as torcidas foram focalizadas que os gritos e vaias entoaram, em uma tentativa de demarcação simbólica do território, trazendo à tona sentimentos de pertencimento clubístico e rivalidade.

Através desse fato, o novo e moderno estádio que, internamente, nada faz lembrar o antigo<sup>19</sup>, precisa da lembrança do passado para criar a identidade e a identificação com o público. Passado e presente se tencionam, mas também se complementam, principalmente no que tange o torcedor (aquele que vem acompanhado a transformação do Mineirão), que na busca pelos símbolos que lhe faz sentido se relaciona com o novo.

Dessa forma, percebemos através das análises feitas sobre os três momentos do estádio – construção, reforma para a Copa do Mundo FIFA e reabertura – permanências e mudanças. Como permanências, elencamos a necessidade da busca constante pela modernidade, fazendo dessa uma plataforma política e o uso da tradição como fator identitário do povo mineiro. Já como mudanças, assinalamos a diferença do conhecimento técnico-científico-informacional, a transformação dos estádios, a apropriação do espaço público pelo setor privado.

## Referências

- ASSUMPÇÃO, Luís Otávio Teles. *O Temp(l)o das Geraes: a nova ordem do futebol brasileiro*. Montes Claros: Editora UNIMONTES, 2004.
- BELL, Daniel. *O advento da sociedade pós-industrial: uma tentativa de previsão social*. São Paulo: Cultrix, 1973.
- DAMO, Arlei S. O desejo, o direito e o dever - A trama que trouxe a Copa ao Brasil. *Movimento*, Porto Alegre, v. 18, n. 02, p., abr/jun de 2012.

- DUARTE, Regina Horta. O lugar da cidade universitária. In: STARLING, Heloisa M.; \_\_\_\_\_ (orgs.). *Cidade Universitária da UFMG: história e natureza*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2009, p.19-67.
- FIFA. *Estádios de futebol: recomendações e requisitos técnicos*. 5ed. 2011. Disponível em <[http://pt.fifa.com/mm/document/tournament/competition/01/37/17/76/p\\_sb2010\\_stadiumbook\\_ganz.pdf](http://pt.fifa.com/mm/document/tournament/competition/01/37/17/76/p_sb2010_stadiumbook_ganz.pdf)>. Acesso em jul. 2012.
- GORZ, André. *O Imaterial*. Conhecimento, Valor e Capital. São Paulo: Annablume, 2005.
- IANNI, Octavio. Globalização e neoliberalismo. *São Paulo em Perspectiva*, n.12, v.2, p.27-32, 1998.
- LE GOFF, Jacques. *História e Memória*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1990.
- MASCARENHAS, Fernando. Megaeventos esportivos e Educação Física: alerta de tsunami. *Movimento*, Porto Alegre, v. 18, n. 01, p. 39-67, jan/mar de 2012.
- MASCARENHAS, Gilmar. A geografia e os esportes: uma pequena agenda e amplos horizontes. *Conexões*, Campinas, v.1, n.2, p.47-61, 1999.
- \_\_\_\_\_. Megaeventos esportivos e urbanismo: contextos históricos e legado social. In: RODRIGUES, Rejane P.; PINTO, Leila M. M.; TERRA, Rodrigo; DaCOSTA, Lamartine (orgs.). *Legados de Megaeventos Esportivos*. Brasília: Ministério do Esporte, 2008, p.195-199.
- MINAS GERAIS. *Novo Mineirão*. s.d. Disponível em <<http://www.copa.mg.gov.br/novomineirao/>>. Acesso em jun de 2012.
- \_\_\_\_\_, BELO HORIZONTE. *Planejamento Estratégico Integrado: Projeto Copa 2014 – Governo de Minas Gerais e Prefeitura de Belo Horizonte*. s.d. Disponível em <<http://pt.scribd.com/doc/54704547/Planejamento-Estrategico-Integrado-Projeto-Copa-2014-MG>>. Acesso em jul. de 2012.
- OLIVEIRA, Francisco. Privatização do público, destituição da fala e anulação da política. In: \_\_\_\_\_; PAOLI, Maria C. (orgs.). *Os sentidos da democracia: políticas do dissenso e a hegemonia global*. Petrópolis: Vozes, 1999, p. 55-81.
- PEREIRA, Patrícia C. *Mineirão em cena: palco de sociabilidades de imagens*. 2004. 162f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais), Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte.
- RAEDER, Sávio. *Jogos & Cidades: ordenamento territorial urbano em sedes de megaeventos esportivos*. Brasília: Ministério do Esporte, 2010.
- SANTOS, André Carazza dos. Estádio Mineirão: orgulho e redenção do futebol mineiro. *Efdeportes Revista Digital*, Buenos Aires, año 10, n.87, 2005a.
- SANTOS, Milton. *A totalidade do diabo: como as formas geográficas difundem o capital e mudam estruturas sociais*. São Paulo: Contexto, Hucitec, 1977.
- \_\_\_\_\_. *A natureza do espaço*. São Paulo: Hucitec, 1996.
- \_\_\_\_\_. O território e o saber local: algumas categorias de análise. *Cadernos IPPUR*, Rio de Janeiro, ano XIII, n.2, p.15-26, 1999.
- \_\_\_\_\_. *A urbanização brasileira*. 5ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.
- VAINER, Carlos. Fragmentação e Projeto Nacional: desafios para o planejamento territorial. *Anais XII Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional*, Belém, 2007.

<sup>1</sup> Estado de Minas. Belo Horizonte, 22 dez. 2012. Caderno Super Esportes, p.24.

<sup>2</sup> O maior estádio de futebol coberto do mundo é o Maracanã.

<sup>3</sup> O Tempo. Belo Horizonte, 21 dez. 2012. Suplemento Especial Novo Mineirão, p.6.

<sup>4</sup> Nas décadas de 1930 e 1940, a cidade passava por um crescimento urbano e econômico, rompendo com os limites da Avenida do Contorno, advindos com uma nova imagem a ser transmitida: centro da vida industrial e comercial mineira. Arranha-céus foram construídos na região central, campos de futebol foram extintos para um projeto de remodelação do centro e de áreas próximas, além de ter sido criado a Cidade Industrial, em 1941. Em 1943, foi inaugurada a Pampulha como pólo turístico, cultural e esportivo da cidade e que substituiu o traçado em linhas retas por um traçado em curvas, mais arrojado e moderno que prometia uma maior integração das formas, além de inserir o concreto armado como material da construção civil. A Pampulha constituía-se em uma utopia urbana modernista, na qual as curvas e a leveza esboçadas nos projetos de Oscar Niemayer para a área prometiam romper radicalmente com a paisagem quadriculada predominante na região central e contida pela Avenida do Contorno. Nas palavras do arquiteto, desejava-se uma arquitetura guiada pela imaginação, não pelo esquadro (...). A abertura de avenidas de acesso garantia que os automóveis compusessem a paisagem charmosa e acolhedora dos novos hábitos sociais urbanos, moldada por muitas das mais caras e elegantes mansões da cidade (DUARTE, 2009, p.33).

<sup>5</sup> Desde 1965, chamada de Universidade Federal de Minas Gerais.

<sup>6</sup> A Pampulha enquanto *locus* da nova modernidade que se instalava na capital, tornou-se um centro cultural, intelectual e esportivo, uma vez que, ainda na década de 1940 começou a ser edificada a Cidade Universitária da Universidade de Minas Gerais e, em 1965, houve a construção do Estádio Governador Magalhães Pinto – Mineirão. Para ligá-la ao centro da cidade foi aberta a avenida Antônio Carlos.

<sup>7</sup> Em alusão a grandiosidade do projeto e à região da cidade onde estava localizado.

<sup>8</sup> O Tempo. Belo Horizonte, 21 dez. 2012, Suplemento Especial Novo Mineirão, p.6.

<sup>9</sup> A mudança de autoria do projeto deveu-se ao fato de outro consórcio ter ganhado a licitação para as obras do estádio. Com isso, parte do trabalho foi aproveitado, mas ocorreram mudanças, tais como: a diminuição do tamanho da esplanada e a redução do número de assentos, a inserção de um chafariz em cada uma das entradas do estádio e o modo como a cobertura do estádio seria fixada.

<sup>10</sup> Embaixo da esplanada serão instalados o Museu Brasileiro do Futebol, restaurantes, lojas, acessos aos camarotes e estacionamento. Um espaço com potencial para transformar o Mineirão uma arena multiuso.

<sup>11</sup> Gorz (2005) afirma que o cidadão é diferente do cliente. O cidadão é um sujeito de direito, coletivo, enquanto o cliente é um sujeito individual, privado, no qual a publicidade transforma o seu desejo como único, a sua escolha como símbolo de distinção. “A indústria publicitária promete a procura de soluções individuais para problemas coletivos” (GORZ, 2005, p.49). Analogicamente, podemos pensar a relação torcedor-cliente. O torcedor pode ser entendido como o sujeito que possui um pertencimento clubístico, escolhido pela natureza simbólica que determinado Clube representa em seu contexto sócio-afetivo, que tem a ida ao estádio de futebol como momento de lazer e espaço de fruição de uma sociabilidade única, que vibra e acompanha o time independente de sua classificação na tabela e dia da semana. Enquanto o cliente consome o produto futebol, as marcas (ou seriam jogadores?) que cada clube contrata, o conforto e a segurança, os camarotes VIP’s que prometem melhor visibilidade do campo e serviço e, em termos europeus, as ações que determinados clubes dispõem na Bolsa de Valores, visando o lucro.

<sup>12</sup> O Tempo. Belo Horizonte. 21 dez. 2012, Suplemento Especial Novo Mineirão, p.6.

<sup>13</sup> <http://www.minasarena.com.br/empresa>

<sup>14</sup> SUPERESPORTES. *Detalhes do contrato de fidelização entre Cruzeiro e Minas Arena vêm a público*. 2013. Disponível em < [http://www.mg.superesportes.com.br/app/noticias/futebol/futebol-nacional/1,168,1,10/2013/02/20/noticia\\_cruzeiro,242823/detalhes-do-contrato-de-fidelizacao-entre-cruzeiro-e-minas-arena-vem-a-publico.shtml](http://www.mg.superesportes.com.br/app/noticias/futebol/futebol-nacional/1,168,1,10/2013/02/20/noticia_cruzeiro,242823/detalhes-do-contrato-de-fidelizacao-entre-cruzeiro-e-minas-arena-vem-a-publico.shtml) > Acesso em: 21 fev. 2013

<sup>15</sup> O evento durou 3 dias e teve sua entrada franqueada com a troca de 1kg de alimento não perecível. No primeiro dia, 21/12/12, teve a cerimônia oficial de entrega do estádio para poucos convidados, entre eles, políticos, ex-atletas e gestores públicos. Depois, os portões do estádio foram abertos ao público para a visita do estádio em um pequeno setor da arquibancada superior e, na sequência, a banda mineira Jota Quest fez um show. Nos outros dois dias, teve apenas uma visita “guiada” no mesmo pedaço da arquibancada superior.

<sup>16</sup> Estado de Minas. Belo Horizonte, 22 dez. 2012, Caderno Super Esportes, p.23.

<sup>17</sup> Estado de Minas. Belo Horizonte, 22 dez. 2012, Caderno Super Esportes, p.21.

<sup>18</sup> Galo é o animal símbolo do Clube Atlético Mineiro e Zêro é o nome como a Cruzeiro Esporte Clube é chamado por sua torcida.

<sup>19</sup> “O Mineirão mudou!! Inúmeras cadeiras brancas foram colocadas nas arquibancadas; o alambrado foi substituído por três placas de vidro temperado por bloco de vidro; retiraram a geral; diminuíram o fosso; colocaram pequenas escadinhas entre o gramado e a arquibancada de fora a fora; fizeram camarotes; retiraram o banco de reservas e permaneceram com o da imprensa (esse será o novo banco de reservas); retiraram os túneis (agora é entrada única para os dois times e arbitragem); retiraram as divisórias (agora as grades flexíveis é que irão marcar o espaço do campo); pintaram as entradas de roxo (cadeira cativa), amarelo (Máfia), vermelho (central), laranja (torcida do Atlético); retiraram a Tribuna, aumentando o seu espaço e incorporando a área à arquibancada superior; aumentaram a cobertura do teto, só deixando aberto o espaço do campo; aumentaram a quantidade de câmeras de segurança; diminuíram o tamanho do campo... (de 110x75 para 105x68) – o grande diferencial do Mineirão, a sua distinção frente a outros estádios, tais como o Independência, não mais existe... o jogo técnico dando lugar ao jogo corrido... (o mesmo ocorreu com o Maracanã)”. (trecho do Caderno de campo, 21 de dezembro de 2012).