

CONEXÕES ENTRE ESPAÇOS DE LAZER E FUTEBOL: UM TEMPLO EUROPEU CHAMADO *CAMP NOU*

Recebido em: 10/01/2017

Aceito em: 23/11/2017

Andréia Juliane Drula Drula

Matheus Pereira Rodrigues

Simone Rechia

Universidade Federal do Paraná

Curitiba – PR – Brasil

Emília Amélia Pinto Costa Rodrigues

Universidade Federal da Bahia

Salvador – BA – Brasil

RESUMO: Este artigo teve o objetivo de analisar, a partir de fotografias, elementos que constituem o CampNou como estádio de referência mundial e como esse espaço de lazer pode ser icônico e identitário para os frequentadores. A metodologia utilizada foi pautada na análise fotográfica. Os registros fotográficos foram realizados a partir de visitas ao CampNou entre os anos de 2013 e 2014. Também foram utilizados registros a partir do acervo encontrado no site do estádio. Nesse sentido, o estádio pode constituir um lugar com relações afetivas intensas a partir das vivências lúdicas que os indivíduos têm nele. Percebeu-se que o CampNou, não somente criou uma grande identidade clubística com o FC Barcelona, mas também uma identidade cultural, relacionada com as experiências de lazer e com a região em que se encontra: a Catalunha.

PALAVRAS CHAVE: Atividades de Lazer. Futebol. Instalações Esportivas e Recreacionais.

CONNECTIONS BETWEEN LEISURE AND FOOTBALL SPACES: A EUROPEAN TEMPLE CALLED *CAMP NOU*

ABSTRACT: This article aimed at analyzing from photographs, elements that constitute the Camp Nou as a world reference stadium and how this space of leisure can be iconic and a representation of identity for the regulars. The methodology used was based on the photographic analysis. The photographic records were made from visits to the Camp Nou between the years of 2013 and 2014. Records were also used from the collection found on the website of the stadium. In this sense, the stadium can constitute a place with intense affective relations from the ludic experiences that individuals have in it. It was noticed that the Camp Nou not only created a great club identity with FC Barcelona, but also a cultural identity, related to the leisure experiences and with the region in which it is located: Catalonia.

KEYWORDS: Leisure Activities. Soccer. Sports and Recreational Facilities.

Introdução

O futebol da atualidade é um elemento intrínseco na cultura de determinados países, unindo jogadores e torcedores de uma maneira tão forte que extravasa a competição e seus interesses comerciais. Como esporte de caráter popular, o futebol oferece aos seus torcedores imagens, gestos e símbolos com os quais cada nação se identifica, despertando algumas emoções e alimentando paixões (PEREIRA, 2011).

Comparando o futebol do século XVIII, de raízes europeias, com o futebol da sociedade contemporânea, é visível o grande crescimento desse esporte em diversos âmbitos, como: financeiros, de significados, políticos, sociais, e um que mais recentemente tem chamado à atenção, no tocante à sua infraestrutura. Especificamente para uma de suas instalações, o espaço do estádio se apresenta como “a principal forma/paisagem no futebol moderno” (MASCARENHAS, 2005, p.62).

Contudo, além do âmbito geográfico e arquitetônico, em que o estádio representa um espaço planejado tecnicamente para abrigar a prática futebolística, pode também se configurar em um lugar dotado de sentido e significado, ou seja, transforma-se a partir de experiências afetivas intensas em um “lugar” vivenciado (TUAN, 2013). Este se enche de humanização e valor, por meio das partidas de futebol, dos gritos, das torcidas, das cantorias, das arquibancadas, dos encontros, e mais algumas peculiaridades que transformamo estádio em um lugar de emoções, experiências e relações. Assim, caracteriza-se também como um lugar propício para potencializar a dimensão lúdica dos sujeitos.

Portanto, ao considerar-se que torcer por um time está ligado a um “patrimônio cultural que reflete os valores, regras, tradições e costumes de determinado grupo social

em diferentes contextos e épocas” (GOMES, 2004, p. 142), compreende-se melhor que tais experiências vão muito além do simples ato de assistir a uma partida de futebol.

Vale ressaltar que essa experiência é vivida no tempo e espaço de lazer, o qual é entendido como um

[...] fenômeno sociocultural, amplo e complexo, historicamente mutável, central para a análise da sociedade, o qual envolve questões identitárias, políticas e de sociabilidade dos sujeitos, numa perspectiva orgânica e processual, o que implica na análise de três polos distintos, porém complementares. São eles: espaço, tempo e ludicidade (RECHIA; LADEWIG, 2014, p. 69).

Assim, muitos estádios aparecem como símbolos de uma região quando se pensa em sua mitificação, como por exemplo, o Maracanã, estádio Jornalista Mario Filho, que tem significados para o Rio de Janeiro, constituindo-se como um dos principais pontos turísticos da cidade e de todo país por ter sido palco de duas finais de Copa do Mundo FIFA¹ de futebol, realizadas no Brasil em 1950 e 2014.

Em outras partes do mundo, há exemplos de estádios que também se afirmam no cenário social como grandes “templos do futebol”, tanto na sua importância histórica para o futebol, como Wembley, na Inglaterra e Azteca, no México (CERETO, 2003), quanto por serem “casas” de potências esportivas e de lazer, como o Santiago Bernabéu do Real Madrid CF, a Allianz Arena do FC Bayern München e o Camp Nou do Futbol Club Barcelona, estádio objeto de discussão para esta pesquisa.

Destaca-se que o Camp Nou

[...] fundado em 29 de novembro de 1899, o Barça, como é popularmente conhecido, é um clube poli-esportivo localizado em Barcelona, capital da comunidade autônoma da Catalunha. Entre o patrimônio do clube destaca-se o seu moderno estádio "Camp Nou" (Campo Novo), fundado em 1957 e o Museu do Clube, um dos

¹ Campeonatos de futebol realizados pela entidade Fédération Internationale de Football Association – FIFA – de quatro em quatro anos, reunindo diversos países de todos os continentes.

museus mais frequentados da cidade (RIGO; TORRANO, 2013, p. 195).

Percebe-se que tal espaço esportivo transforma-se em espaço de lazer multifuncional, que é mundialmente admirado pela magnitude do “Barça”, como carinhosamente é chamado. Por essas razões este estudo tem como objetivo analisar a partir de fotografias, elementos que constituem o CampNou como estádio de referência mundial identificando como esse espaço de lazer pode ser icônico e identitário para os frequentadores.

Metodologia

Trata-se de uma pesquisa de campo realizada no CampNou, na cidade de Barcelona. Foram realizadas visitas ao estádio, no período de dezembro de 2013 a janeiro de 2014, com o intuito de realizar registros fotográficos para posterior análise. Desta forma, foi utilizada uma câmera semiprofissional da marca Canon. No total foram realizadas duas visitas em dias de jogos do FC Barcelona e uma visita feita no *CampNou Experience*, que consiste em um tour pelo Museu integrado ao complexo esportivo e pelas dependências do estádio de futebol.

A análise dos registros pautou-se em Martins (2008), o qual ressalta que a imagem fotográfica é a possibilidade de transpor no papel uma construção imaginária, que pode ser alterada com o passar do tempo, ou interpretada de diferentes modos de acordo com a cultura imposta, mas que tem como proposta ser a “verdade dependente do todo em que se pode ter sentido” (p. 43).

Dessa maneira, para compor a análise fotográfica é necessário vislumbrar a fotografia “como documento de sociabilidade, como expressão da diversidade de mentalidades e de perspectivas que se refletem na composição fotográfica e que

expressam a vivência e a experiência diferencial numa estrutura de classes sociais” (MARTINS, 2008, p. 18). Assim, ela se torna objeto e referência para discussão da temática abordada sobre o estádio de futebol, especificamente o CampNou. O olhar imagético constituído pelas fotos configura-se na subjetividade que o fotógrafo carrega consigo, mas que também tem a tentativa de interpretar o visível e o invisível da realidade.

Desta forma, os procedimentos para o desenvolvimento do estudo foram os seguintes: 1) pesquisa em sites oficiais, teses, dissertações e livros sobre a história do CampNou; 2) buscado aporte teórico da temática do futebol e estádios em livros, teses, dissertações e artigos; 3) visita ao estádio CampNou em Barcelona/Espanha; 4) registros fotográficos realizados no estádio CampNou; 5) seleção de imagens para o estudo; 6) observação crítica das imagens a partir da análise iconológica (KOSSOY, 1999; GOLÇALVES, 2009); 7) discussão com o aporte teórico em conjunto das fotografias.

Neste sentido, nove registros fotográficos foram selecionados para esse estudo, no intuito de situar e analisar não apenas o aspecto visual do estádio CampNou, mas também evidenciar um “conjunto dos mecanismos internos do processo de construção da representação, concebido conforme certa intenção, construído e materializado cultural, estética/ ideológica e tecnicamente, de acordo com a visão particular de mundo do fotógrafo” (KOSSOY, 1999, p.42). Como critério para esta seleção, buscaram-se fotos que mostrassem com amplitude o CampNou, assim como espaços de lazer com destaque nesse estádio.

Segundo Gonçalves (2009), “o processo de análise, em última instância, é um processo elaborado com intenção de realizar o desvelamento respeitoso das significações e dinâmicas em diversos níveis” (p. 243). Com isso, para mostrar e discutir o estádio

CampNou, a utilização das imagens se fez fundamental. A partir delas podemos representar um mundo que se encontra fisicamente na Catalunha, mas que pode ser compartilhado com o mundo.

Foram utilizados alguns registros retirados do acervo sobre o estádio encontrado no site oficial do clube europeu. A seleção das imagens que compõem este artigo faz parte da análise iconológica, pois as imagens escolhidas e retratadas vão “além do registro, além do documental”, pois, são “carregados de sentido. É este o ponto de chegada” (KOSSOY, 1999, p.135).

A análise iconológica está atrelada a construções de realidades, à história, ao conhecimento e representação de determinado espaço, situação e/ou classe social, considerando que

Este momento da análise implica no resgate da história própria do assunto e a desmontagem das condições de produção, ou seja, a recuperação dos mecanismos internos que regeneram a produção da imagem bem como do processo que resultou em determinada representação (GONÇALVES, 2009, p. 239).

Os dados da pesquisa tanto sobre o estádio catalão, quanto sobre o futebol e o lazer nesse ambiente, foram guiadas por meio das seguintes palavras-chave: estádio, futebol, CampNou, lazer, análise fotográfica, as quais deram suporte na discussão.

Os Primórdios de Criação – O Campo Novo Surge

O CampNou foi construído para substituir o campo *LesCorts*, que não comportava mais a capacidade crescente de espectadores e torcedores do clube catalão FC Barcelona. O projeto iniciou em 1954, sob a criação dos arquitetos Francesc Mitjans Miró e Josep Soteras Mauri, com a colaboração de Lorenzo García Barbón, e no ano

seguinte a obra foi iniciada. Os principais materiais utilizados para erguer este estádio foram ferro e concreto (FC BARCELONA, 2017a).

A Foto 1 apresenta uma imagem da área de construção em andamento do estádio catalão, onde já é possível verificar as formações das arquibancadas e do campo de jogo. Ainda que seja em preto e branco, esta fotografia nos fornece elementos de uma estrutura que estava em desenvolvimento, mas que, mesmo assim, já se configura como um estádio de futebol. A grandiosidade que este novo espaço estava edificando acompanhava o crescimento do FC Barcelona diante dos campeonatos nacionais e internacionais, sendo necessária esta nova estrutura para comportar os espectadores que queriam acompanhar *in loco* as partidas.

Foto 1: Construção inicial do Camp Nou em 1954, a partir do campo de *Les Corts*.



Fonte: FC Barcelona (2017a).

Ao longo dos dois anos da construção do estádio, o time acumulou muitas dívidas para a conclusão de sua infraestrutura esportiva, o que repercutiu por alguns anos nas finanças do clube. Em setembro de 1957, com o nome oficial de "Estadi del FC

Barcelona", foram inauguradas as instalações do Futebol Clube Barcelona, porém ficou popularmente conhecido como Camp Nou, na tradução para o português “Campo Novo”.

Anos mais tarde, o clube catalão reaveu a nomenclatura Camp Nou para se tornar a oficial, como é conhecido atualmente. Outras reformas foram feitas após sua inauguração, principalmente para se adequar a determinados padrões europeus em questão de segurança nas arquibancadas. A Foto 2 exemplifica um dos momentos da reforma realizada no ano de 1982, na qual podemos ver a ampliação do terceiro anel a partir de novas estruturas colocadas por guindastes, o que posteriormente elevou a capacidade do estádio para 115 mil espectadores. O principal motivo para esta reforma seria que a Espanha sediaria a Copa do Mundo da FIFA de 1982, e o Camp Nou seria o palco da abertura desta competição. Atualmente, o estádio conta com 99.786 acomodações, sendo que a redução da capacidade está ligada às normas de segurança requeridas pela FIFA e UEFA².

Foto 2: Vista de cima do Camp Nou e sua reforma para ampliação em 1982.



Fonte: FC Barcelona (2017a).

²Union of European Football Associations.

A Foto 2 também mostra o entorno do estádio, que se configura como um “componente/âncora” atrelado à cidade de Barcelona seja por seu tamanho, evidenciado em meio ao contraste urbano de prédios e avenidas, ou por sua simbologia ligada ao time que pertence, pois, ao longo do tempo, constituiu-se como um importante espaço de lazer para a capital catalã. Tal equipamento de lazer urbano exemplifica “um novo tipo de relação entre espaço-tempo e cidade-cidadão, que pode produzir um novo modo de viver, ver e perceber a cidade” (RECHIA; FRANÇA, 2006, p. 69).

Além disso, o futebol pode gerar uma movimentação na cidade. Para Toledo (1996), em dias de clássicos, o futebol causa uma nova ordem na cidade, visto que é possível encontrar nas ruas as torcidas, os símbolos, as marcas e as liberações de tensões do cotidiano que podem ser vistas em dias de jogos. Indo além, Jacobs (2013, p. 38) ressalta que há nessa dinâmica um forte “prazer das pessoas em verem o movimento e outras pessoas”, e a partir dessa movimentação o interesse pelo lugar se potencializa, podendo criar uma identidade não apenas na cidade, mas também com o estádio.

Neste sentido, as práticas sociais realizadas em diversos ambientes urbanos, inclusive nos estádios, definem os lugares, a relação com o todo e a representação das ações nesses espaços (LEFEBVRE, 1974).

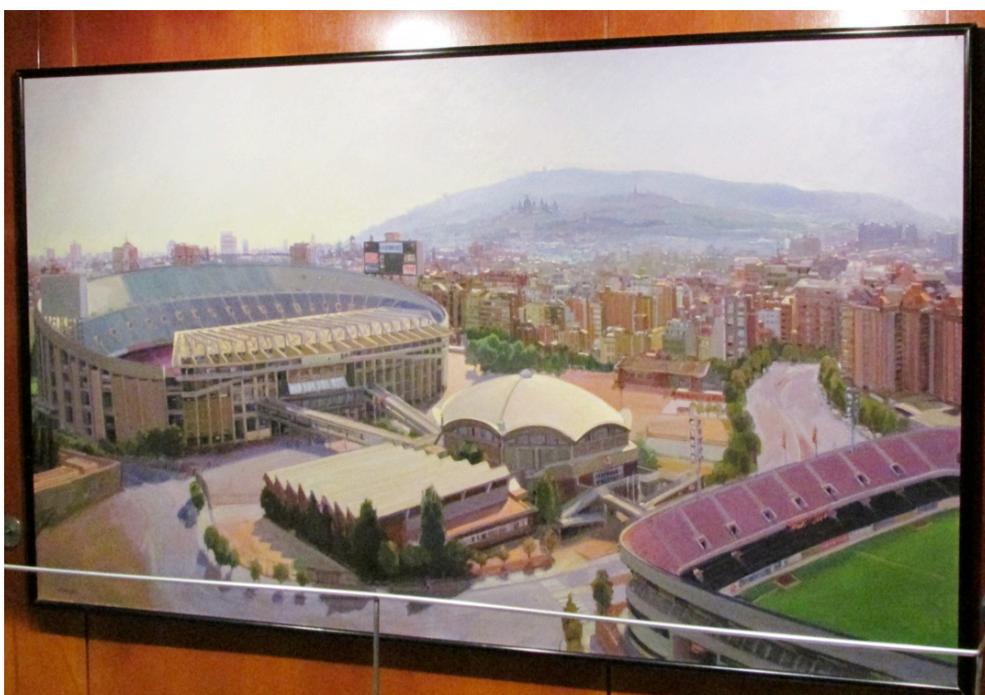
Portanto, é necessário ter a sensibilidade de perceber a importância da cidade, da troca, do cotidiano, das relações que ali são criadas, dos usos, das preferências, do fluxo de pessoas, dos problemas (e também das possíveis soluções), do planejamento e das possibilidades que oferece, principalmente nos dias de jogos. Para dar conta de toda essa abrangência presente nas cidades, são necessárias intervenções, porém Vargas e Castilhos (2006, p. 3) alertam que:

Intervir nos centros urbanos pressupõe não somente avaliar sua herança histórica e patrimonial, seu caráter funcional e sua posição relativa na estrutura urbana, mas, principalmente, precisar o porquê de se fazer necessária a intervenção.

Conforme as autoras, as intervenções podem ser realizadas por diversos motivos: na maioria das vezes com o intuito de recuperar ou mesmo para atender exigências de um determinado padrão estético, melhorar a qualidade de vida, atrair novos moradores, investimentos na cidade e turistas.

A Foto 3 retrata o complexo esportivo do FC Barcelona, que além de contar com o estádio CampNou para as partidas de futebol, conta com outras estruturas que atendem outras quatro modalidades profissionais, sendo elas o hóquei sobre patins, handebol, basquete e futebol de salão.

Foto 3: Vista do CampNou já com os anexos do complexo esportivo.



Fonte: Os autores (2014)³.

³Esta fotografia foi registrada pelos autores no Museu do CampNou.

Na fotografia anterior (Foto 3) é possível observar que os espaços são interligados e identifica-se também uma estrutura com teto redondo, chamada de *Palau Blaugrana*, que consiste em uma arena multifuncional que abriga grande parte das modalidades profissionais e o *Miniestadi*, o pequeno estádio situado no canto direito da Foto 3, o qual foi inaugurado em 1982, ampliando as possibilidades de desenvolvimento das funções esportivas que este complexo catalão pode ofertar à cidade e seus moradores e visitantes.

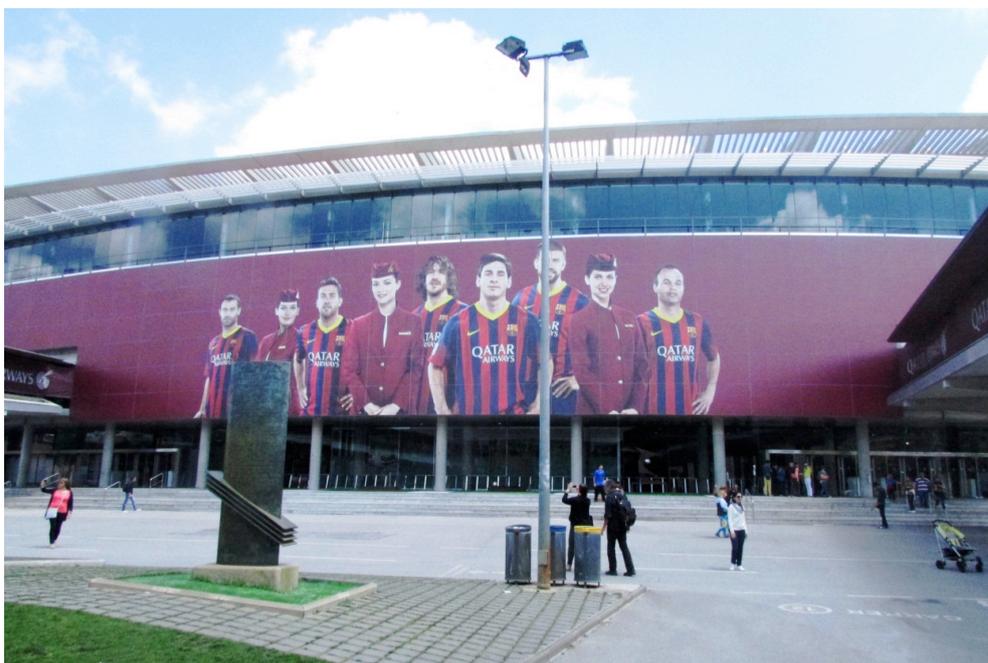
Desde a década de 50, podemos vislumbrar o CampNou como uma obra arquitetônica esportiva integrante da cidade de Barcelona e grande símbolo do time FC Barcelona. Rouillé (2009) ressalta que as fotografias apresentam apenas um fragmento de uma realidade que já ficou no passado, mas que não deixa de ser real. Podemos ver as estruturas sendo formadas, as arquibancadas, literalmente, concretizadas, e mais recentemente, o complexo esportivo que agrega o estádio CampNou, como vimos na Foto 3. Entretanto, mesmo que o real e atual só possam ser vistos *in loco*, apreciar as fotografias pode dar uma ideia da realidade existente desse lugar e de seus significados que vão além dos esportivos, especialmente para o cidadão catalão.

Més Que Un Camp: O Grande Camp Nou

O propósito de expor as fotografias feitas do CampNou é “abordá-lo não apenas como um grande equipamento dotado de uma poderosa semiótica, mas como conjunto de relações sociais que dele se apropriam e o ressignificam (sic.)” (MASCARENHAS, 2005, p.62). Ao olhar as imagens, é possível fazer análises visíveis e/ou invisíveis, e, quanto mais observadas, diferentes informações podem ser encontradas.

Nessa direção, quando nos deparamos com a fachada do estádio catalão (Foto 4), podemos visualizar parte do time que compunha o elenco do FC Barcelona em 2013/2014. Outro detalhe da Foto 4 em relação à fachada é que os jogadores estão junto a aeromoças, uma representação de um dos patrocinadores do clube da época, a companhia aérea *Qatar Airways*.

Foto 4: Fachada do CampNou (2014).



Fonte: Os autores (2014).

A identidade clubística, desde a fundação do clube em 1889, cria laços afetivos com o lugar que acolhe este time, sendo mais interessante ter uma imagem de jogadores que compõem o FC Barcelona, do que o próprio nome do estádio, logo ou arte que represente o nome do time de futebol.

Parte desta identidade com o clube catalão é fruto de sua história sociopolítica que firmou o clube no cenário internacional, juntamente com a aceitação de jogadores e treinadores estrangeiros (RIGO; TORRANO, 2013), ponto chave dos grandes clubes

por todo o mundo. Outra identidade ligada ao clube e ao estádio é a origem catalã, expressa em palavras no próprio CampNou – “Més que un club” (Foto 5), traduzindo para o português “Mais que um clube”.

Foto 5: Interior do estádio Camp Nou (2014).



Fonte: Os autores (2014).

A Foto 5 exhibe a parte interna do estádio que expõe estes dizeres em catalão, tornando a frase uma referência do FC Barcelona, e até mesmo do estádio, pois quem o visita registra em imagens (foto ou vídeo) essa frase de grande apelo identitário catalão do CampNou, reconhecida em todo o mundo esportivo.

Outra relação que pode ser feita e visualizada nas imagens é a associação dos espaços de lazer dos clubes de futebol com grandes marcas, os chamados patrocinadores. Eles constituem grande parte dos responsáveis que financiam material para jogadores, construção e/ou manutenção de centros de treinamentos, estruturas do clube, como por exemplo, o estádio, dentre outros.

Atualmente no Camp Nou, dois patrocinadores são explícitos quanto à publicidade que fazem na parte externa e interna do estádio: a marca esportiva *Nike* e a companhia aérea *Rakuten*⁴. Dos 30 patrocinadores que o FC Barcelona tem, de acordo com o FC Barcelona (2017b), a *Nike* e a *Rakuten* aparecem como patrocinadores principais, o que justifica as grandes exposições das marcas por toda sua instalação esportiva e de lazer.

Assim, podemos ver os estádios como parte integrante do futebol moderno e das experiências de lazer, os quais participam das interações deste esporte com a publicidade. Pereira (2011) comenta como o futebol relacionado a determinados produtos pode ser um interessante negócio de vendas para a sociedade dita consumidora. Essa lógica capitalista pode ser vista antes mesmo de adentrar nas dependências do estádio, contudo, mesmo que em exorbitante quantidade visual pelo equipamento esportivo e de lazer, pelas marcas e utensílios vinculados a elas, cabe ao sujeito ter a consciência da influência comercial no meio futebolístico.

Outra dimensão agregada à comercial é a mídia. Durante a visita ao Camp Nou, é possível conhecer a “Zona Mista”, área em que repórteres encontram jogadores em passagem para realizar rápidas entrevistas. A “Sala de Imprensa” é outro espaço de destaque nas questões midiáticas. Diferente da “Zona Mista”, esta sala é um espaço em que são transmitidas as entrevistas com técnicos e jogadores, apresentados novos membros do clube, dentre outras atividades oficiais.

Em relação ao posicionamento dos narradores e jornalistas que necessitam de uma visão ampla do jogo no estádio para comentar e realizar reportagens, existem espaços exclusivos com cabines na parte superior do estádio, bem como no entorno do gramado. Assim como as imagens, a mídia reproduz fatos da realidade, sendo

⁴Durante as visitas, nos anos de 2013 e 2014, os patrocinadores principais do FC Barcelona eram a *Nike* e a *Qatar Airways*. Contudo, no ano de 2017 temos a *Nike* e a *Rakuten* como os principais patrocinadores.

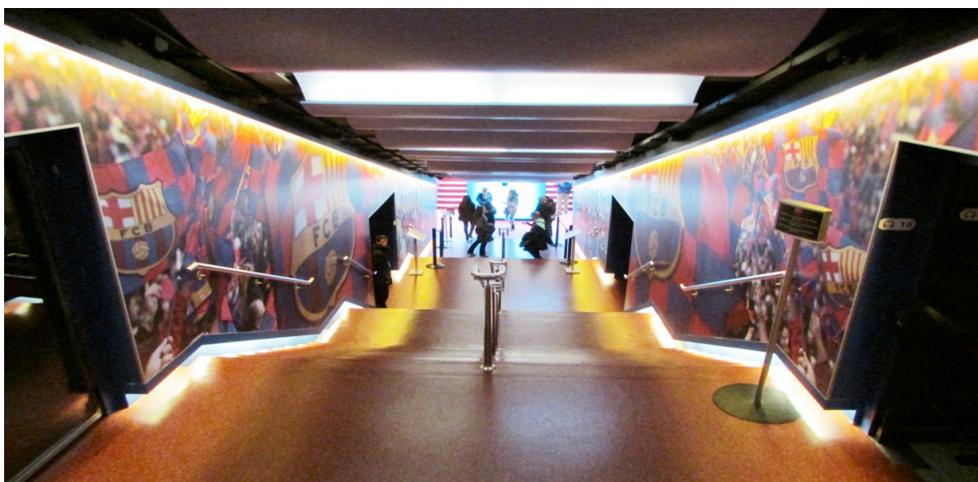
[...] o principal dispositivo discursivo por meio do qual é construída uma “história do presente” como um acontecimento que tenciona a memória e o esquecimento. É ela, em grande medida, que formata a historicidade que nos atravessa e nos constitui, modelando a identidade histórica que nos liga ao passado e ao presente (GREGOLIN, 2007, p.16).

Enquanto a mídia se utiliza do discurso para formatar identidades na sociedade, as fotografias assumem um papel de documento social, com diferentes perspectivas que são refletidas na composição fotográfica como produção do conhecimento (MARTINS, 2008).

Sobre os diversos aspectos que se pode ter em uma fotografia, alguns ângulos podem ter mais significado para uns do que para outros. A entrada do time para o gramado é um dos momentos importantes no ritual futebolístico, período mais evidenciado durante as Copas do Mundo FIFA.

O corredor, retratado na Foto 6, que leva ao campo de futebol do Camp Nou, contém uma longa escadaria declinada com paredes figuradas com brasões do time catalão e fotografias dos jogadores atuantes pelo time, representando uma verdadeira “passarela dos famosos”.

Foto 6: Corredor de acesso ao campo de futebol.



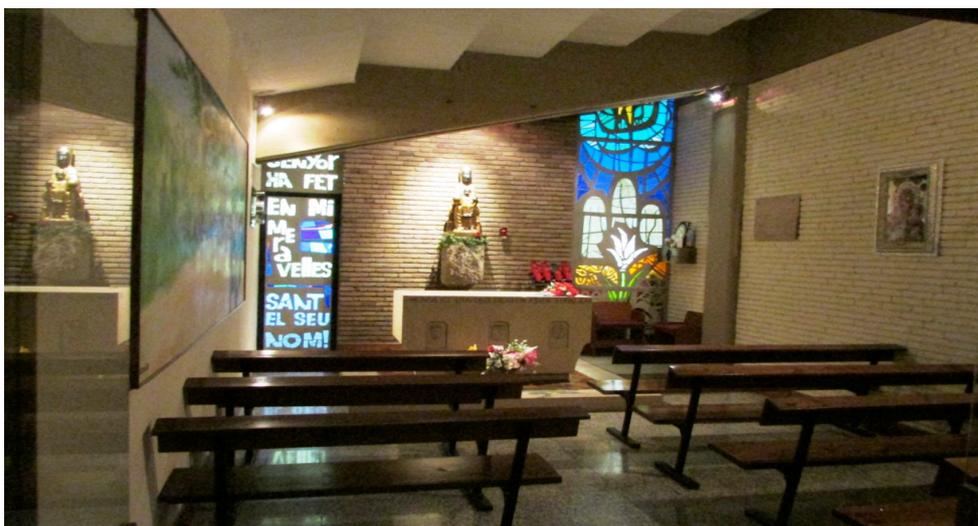
Fonte: Os autores (2014).

Em uma das portas existentes neste mesmo corredor, pode ser vista uma pequena capela (Foto 7), considerada uma das áreas diferenciadas com outros estádios. Na Foto 7, podemos visualizar um espaço considerável para a estrutura religiosa, que conta com um altar, vitrais coloridos, bancos e quadros ao longo das paredes. Nesse aspecto, é perceptível a correlação entre o sagrado e o espetacularizado na estrutura arquitetônica do equipamento esportivo e de lazer.

Das diferentes instalações ofertadas dentro do estádio, o destaque fica para uma capela ao lado dos vestiários, a cabine presidencial, a sala VIP, as salas de imprensa, diversos estúdios de televisão, o centro de medicina esportiva, a unidade de controle operacional (UCO), a área dos jogadores veteranos, o museu do clube, a enfermaria e as secretarias de todos os diferentes departamentos do clube (FC BARCELONA, 2017a, p.1).

Neste caso, percebe-se que a religiosidade está presente no âmbito do esporte. Para Pargament (1997) e Santos *et al.* (2014) a religiosidade é compreendida como a expressão da busca do sagrado, oculto, sobrenatural que pode possibilitar significados à existência humana. Sendo assim, a religiosidade presente no estádio pode fazer parte do ritual de jogares e torcedores.

Foto 7: Capela Estádio CampNou.



Fonte: Os autores (2014).

Visto como um estádio cinco estrelas (FC BARCELONA, 2017a), o CampNouestá em xeque na visibilidade nacional por sua magnitude estrutural em conjunto com outros estádios, como, por exemplo, o Maracanã.

Em dias de jogo do FC Barcelona, podemos ver a torcida que compõe o local das arquibancadas edá vida ao ambiente. A Foto 8 apresenta uma atmosfera do estádio diferenciada se comparada com a Foto 5, registrada no tour pelo estádio. A realização da Foto 8 foi durante um jogo pelo campeonato interclubes *ChampionsLeague*, de grande notoriedade mundial, o que reflete na quantidade de pessoas que vão ao estádio assistir à partida. A esse respeito, Rechia e França (2006) comentam sobre o “pulsar” do ambiente quando as pessoas estabelecem relações com o espaço, e o transformam em lugar por dotá-lo de valor. As torcidas, num modo geral, como a organizada “Azulgrana”, incrementam e dão vida à paisagem esportiva do estádio.

Foto 8: Jogo no CampNou pelo campeonato *ChampionsLeague* (2013).



Fonte: Os autores (2013).

O CampNou oferta espaços diferentes dentro do estádio, mas todos os lugares são associados ao time da casa, o FC Barcelona, e sua ascensão no panorama esportivo. Em 2014, a direção do clube catalão apresentou um novo projeto para o complexo esportivo em que o CampNou está inserido. Das obras previstas, o estádio sofreria reformas de aumento na capacidade de público, instalação total de cobertura, abertura de um estacionamento subterrâneo, urbanização na área externa do estádio e mudanças estéticas desta instalação esportiva (FC BARCELONA, 2017a; GLOBO ESPORTE, 2014).

Um diferencial realizado em 2014 foi a criação do *Camp Nou Lounge*. A Foto 9 apresenta este espaço que combina as experiências de lazer com a vista interna do estádio catalão. Nesta imagem (Foto 9) podemos ver este espaço em funcionamento, no qual a Tribuna do CampNou modifica-se com disposições de mesas, cadeiras e pequenos sofás para a acomodação dos visitantes deste *lounge*.

Foto 9: Espaço *CampNouLounge*.



Fonte: FC Barcelona (2017b).

O espaço acima (Foto 9) é considerado “um espaço dificilmente igualável, onde é possível comer ou beber o que quiser a poucos metros do gramado do CampNou, palco de grandes emoções para o torcedor do Barça” (FC BARCELONA, 2017b, p. 1), sendo necessário realizar uma reserva para ter acesso a este espaço exclusivo e verificar a disponibilidade de abertura, o qual ocorre durante a estação do verão. Observe, portanto, a multifuncionalidade e as estratégias dos diretores do clube, em que, mesmo fora das temporadas encontram as brechas para que o espaço continue funcionando e dando outras possibilidades de lazer para os frequentadores fora de dias de jogos.

Nesse caso, mesmo dentre os maiores estádios do mundo, tanto por tamanho como pelo significado dado a este lugar, o CampNou, assim como tantos outros estádios, visa à modernização constante de suas dependências e a readequação ao meio urbano onde está posto, para tornar-se cada vez mais o ponto de referência futebolística mundial agregando ao espaço esportivo experiências múltiplas no âmbito do tempo/espaço de lazer.

Mas, Certeau (1995) nos alerta sobre o cuidado entre renovar e alterar obras de patrimônios, sendo importante preservar a cultura das “obras” sociais, para que no fim não sejam perdidas identidade e origem. Com reformulações ou não, este lugar que abriga um dos times mais conhecidos do futebol já contém, em suas paredes de concreto e ferro, muita história e sentimentos, impossíveis de serem substituídos somente por obras arquitetônicas faraônicas e mercadológicas.

Entretanto, sabe-se que a tendência mundial é transformar os espaços dos estádios em algo que se assemelhe a um palco de espetáculos, no intuito de que o alto consumo ocorra. Junto dessa alteração, alguns elementos também poderão ser

modificados, como a mudança de público frequentador, as novas infraestruturas que impressionam, o que é ofertado dentro deste espaço, como outros pontos.

Consideramos esse processo de espetacularização dos espaços de lazer esportivos uma estratégia de marketing urbano, que tem como um dos intuitos a intervenção que busca construir uma nova imagem da cidade (JACQUES, 2003), neste caso, uma nova imagem que transforma estádios de futebol em espaços multiusos. É a sociedade do espetáculo, na qual esta linguagem é formada por signos, que tem o princípio e finalidade de produção (DEBORD, 1997). Para o autor, o conceito de espetáculo exemplifica a diversidade de fenômenos simplesmente aparentes, ou seja, é a afirmação da aparência e a tentativa de destruição da essência.

No entanto, o que se percebe no Camp Nou é que a estratégia de reformas e modificações do estádio ao longo do tempo faz com que os frequentadores se sintam cada vez mais pertencentes ao lugar. Ou seja, houve a sensibilidade de manter a identidade do espaço esportivo tradicional, principalmente oferecendo espaços de lazer ligados ao fenômeno esportivo e à identidade do time Barcelona.

Considerações Finais

Há vários componentes sociais identitários ligados ao futebol, mas definitivamente, o estádio é uma peça fundamental na composição deste esporte, pois é dentro dele que emoções, frustrações e novas experiências no âmbito do lazer são vivenciadas.

Aponta-se aqui a necessidade de estudos contínuos sobre os estádios de futebol e as mudanças da sociedade contemporânea, pois tais transformações ocorrem de forma veloz ano após ano. Seja na forma de se comportar dentro de um jogo, de torcer, de

rezar, de chorar e sorrir ou nas marcas das empresas privadas que ganham espaços privilegiados, do poder midiático, das experiências de lazer mercantilizadas vivenciadas nesses espaços esportivos, entre outras características que configuram os ambientes futebolísticos na modernidade.

Nesse estudo percebe-se que do simples espaço pensado arquitetonicamente para a realização de partidas de futebol, o estádio Camp Nou se constituiu ao longo da história em um lugar vivo a partir de relações afetivas intensas, materializadas pelas vivências lúdicas, que os indivíduos têm nele. Para muitos, esse estádio se tornou um “templo sagrado” do futebol, principalmente porque o “Barça” tem uma grande história a ser contada no cenário mundial. Especificamente o Camp Nou, não somente criou uma grande identidade clubística com o FC Barcelona, mas também uma identidade cultural, relacionada com a região em que se encontra, a Catalunha.

Os registros fotográficos dos espaços físicos do estádio, que misturam o ócio, o sagrado, o espetacular, as palavras transcritas em catalão dos painéis, podem apresentar uma possível realidade que não deixa de ser real mesmo após o clique da máquina. Tais imagens e mensagens reproduzem certos fragmentos existentes na realidade da sociedade catalã a partir de um dos ícones do futebol mundial, ou seja, o templo europeu chamado “Camp Nou” e suas conexões entre o futebol e os espaços de lazer espetacularizados nas grandes cidades.

REFERÊNCIAS

CERETO, M. P. **Arquitetura de Massa: O Caso dos Estádios Brasileiros**. 2003. 311f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Arquitetura PROPAPAR, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.

CERTEAU, M. **A cultura no plural**. Tradução Enid Abreu Dobránszky. Campinas: Papirus, 1995.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ESPAÇOS dentro do CampNou. 2017b. **FC Barcelona**. Disponível em <https://www.fcbarcelona.com.br/camp-nou/card/espacos-dentro-do-camp-nou> . Acesso em: 12 out. 2017.

GLOBO ESPORTE. Barça apresenta projeto do novo CampNou, com estádio para 105 mil. **Globo**. Disponível em <http://globoesporte.globo.com/futebol/futebol-internacional/futebol-espanhol/noticia/2014/03/barca-apresenta-projeto-do-novo-camp-nou-com-estadio-para-105-mil.html> . Acesso em 16 jul. 2014.

GOMES, C. L. Lúdico. In: GOMES, C. L. (Org.). **Dicionário crítico do lazer**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004, p. 141-146.

GONÇALVES, T. F. C. Particularidades da análise fotográfica. **Discursos fotográficos**, Londrina, v.5, n.6, p.229-244, jan./jun. 2009.

GREGOLIN, M. R. Análise do discurso e mídia: a (re) produção de identidades. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 4, n. 11, p. 11-25, nov. 2007.

A HISTÓRIA do CampNou. 2017a. **FC Barcelona**. Disponível em <https://www.fcbarcelona.com.br/clube/instalacoes/card/a-historia-do-camp-nou> . Acesso em: 02 out. 2017.

JACOBS, J. **Morte e vida de grandes cidades**. São Paulo: Martins Fontes, 2013.

JACQUES, P. B. Patrimônio Cultural Urbano: Espetáculo contemporâneo? **Rua**, Salvador, v. 8, n. 1, p. 32-39, 2003.

KOSSOY, B. **Realidades e ficções na trama fotográfica**. São Paulo: Ateliê Editorial, 1999.

LEFEBVRE, H. **La production de l'espace**. 15. ed. Paris: Anthropos, 1974.

MARTINS, J. S. **Sociologia da fotografia e da imagem**. São Paulo: Contexto, 2008.

MASCARENHAS, G. A mutante dimensão espacial do futebol: forma simbólica e identidade. **Espaço e Cultura**, Rio de Janeiro, n. 19-20, p. 61-70, jan/dez, 2005.

PARGAMENT, K. I. **The psychology of religion and coping: Theory, research, practice**. New York: Guilford Press, 1997.

PEREIRA, C. A. A. Futebol e publicidade: a construção do herói no discurso da Brahma. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 34 – COLÓQUIO BRASIL-ARGENTINA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 3, 2011, Recife. **Anais...**, Recife, 2011.p. 1-15.

RECHIA, S. FRANÇA, R. O estado do Paraná e seus espaços e equipamentos de esporte e lazer: apropriação, desapropriação ou reapropriação? In: MEZZADRI, F. M.; CAVICHIOLLI, F. R.; SOUZA, D. L. de. **Esporte e lazer: subsídios para o desenvolvimento e a gestão de políticas públicas**. Jundiaí: Fontoura, 2006, p. 61-74.

_____; LADEWIG, I. Espaços de lazer, meio ambiente e infância: relação entre sustentabilidade social e ambiental para o desenvolvimento integral do cidadão urbano. **Revista Brasileira de Estudos do Lazer**, Belo Horizonte, v. 1, n. 3, p.67-83, set./dez. 2014.

RIGO, L. C.; TORRANO, C. V. Identidades dos clubes de futebol: singularidades do FC Barcelona. **Movimento**, Porto Alegre, v. 19, n. 03, p. 191-210, jul./set., 2013.

ROUILLE, A. **A fotografia: entre documento e arte contemporânea**. São Paulo: Ed. Senac, 2009.

SANTOS, A. R. M. *et al.* Estilo de vida na adolescência: o envolvimento religioso atuando nos comportamentos de risco à saúde. **Pensar a Prática**, Goiânia, v. 17, n. 1, p. 14-25, jan./mar., 2014.

TOLEDO, L. H. **Torcidas Organizadas de Futebol**. São Paulo: Hucitec Editora, 1996.

TUAN. Y. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência**. Tradução de Livia de Oliveira. Londrina: Eduel, 2013.

VARGAS, H. C.; CASTILHO, A. L. H. **Intervenções em centros urbanos- objetivos, estratégias e resultados**. Manole: Barueri, 2006.

Endereço dos Autores:

Andréia Juliane Drula Drula
Rua Eduardo Carlos Pereira, 4125,
bloco 9b apt. 18, Novo Mundo,
Curitiba – PR – 81.020235
Endereço Eletrônico: deia.drula@gmail.com

Matheus Pereira Rodrigues
Departamento de Educação Física – Campus Jardim Botânico
Rua Coração de Maria, 92 – Jardim Botânico,
Curitiba – PR – 80.210132
Endereço Eletrônico: matheus.perera@gmail.com

Simone Rechia
Departamento de Educação Física – Campus Jardim Botânico
Rua Coração de Maria, 92 – Jardim Botânico,
Curitiba – PR – 80.210132
Endereço Eletrônico: simone@ufpr.br

Emília Amélia Pinto Costa Rodrigues
Avenida Reitor Miguel Calmon, s/n – Vale do Canela
Salvador – BA – 40.110100
Endereço Eletrônico: milapcosta@hotmail.com