

Ambiências comunicativas do futebol-espetáculo contemporâneo: o caso do Dispositivo de Hiperexcitação Controlada Arena MRV

Communicative atmospheres in contemporary spectator football: the case of the MRV Arena Controlled Hyperexcitement Device

*Pedro Silva Marra¹ 

*Gabriela Lopes Gomes² 

Resumo

O artigo explora como a Arena MRV, do Clube Atlético Mineiro em Belo Horizonte, impacta a experiência torcedora, em contexto de espetacularização do futebol. Com base nos conceitos de *Dispositivo de Hiperexcitação Controlada* e *Ambiência Comunicativa*, o estudo analisa o espaço arquitetônico da arena e identifica os elementos que atuam na produção de uma comunicação controlada e emocionalmente intensificada nas arquibancadas. Busca-se compreender como a Arena MRV produz experiências sensíveis capazes de modular os afetos e agência dos torcedores. O estudo realizou observação participante com registro de imagens e sons, a fim de captar ambiências geradas na arena, tanto por sua infraestrutura quanto pelas práticas torcedoras. Observa-se que a arena funciona como um espaço tecnicamente planejado para a produção de estados coletivos de excitação, sem abrir mão de mecanismos de controle, e que o espetáculo esportivo articula emoção e disciplina em *ambiências comunicativas* moduladas por dispositivos técnicos, simbólicos e mercadológicos.

Palavras-chave: Arena MRV; futebol; ambiências; dispositivo de hiperexcitação controlada.

Abstract

This paper explores how Arena MRV, home of Clube Atlético Mineiro in Belo Horizonte, impacts the supporter's experience within the context of the spectacularization of football. Based on the concepts of *Controlled Hyperexcitation Device* and *Communicative Ambience*, the study analyzes the arena's architectural space and identifies the elements that contribute to the production of controlled and emotionally intensified communication in the stands. It seeks to understand how Arena MRV produces sensible experiences capable of

¹ Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Artes, Departamento de Comunicação Social, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades (PósCom-UFES, Vitória, ES, Brasil). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8712-1299>.

² Universidade Federal de Ouro Preto, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Temporalidades (PPGCOM-UFOP, Mariana, MG, Brasil). ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-8643-7658>.

modulating supporter's affects and agency. The study was based on participant observation with image and sound recording, in order to capture the atmospheres generated in the arena, both by its infrastructure and by fan practices. It observes that the arena functions as a technically planned space for the production of collective states of excitement, without relinquishing control mechanisms, and that the sporting spectacle articulates emotion and discipline in *communicative ambiances* modulated by technical, symbolic, and marketing devices.

Keywords: MRV arena; football; atmospheres; controlled hyper-excitement device.

Nas últimas três décadas, as humanidades assistiram ao surgimento de uma série de epistemologias que buscaram propor perspectivas teórico-metodológicas capazes de compreender dimensões da experiência e da cultura antes pouco exploradas ou mesmo ignoradas, marcadas pela emergência e por uma estruturação simbólica e cognitiva mais frouxa, como o corpo, os sentimentos e as emoções. Bastante importante para viradas como a afetiva, sensória, material, entre outras, é uma noção spinozista de afeto, atravessada por uma leitura de Deleuze e Guattari, definida muitas vezes como a capacidade de um corpo em afetar e ser afetado por outro. Expresso de maneira menos tautológica, o conceito baseia-se na compreensão de que diferentes agentes humanos e não humanos – em sua materialidade e por meios sensíveis e estéticos – impactam e são impactados uns pelos outros. Autores como Brian Massumi, Patricia Clough, Gregory Seigworth, entre outros, apostam em uma noção de afetividade tanto como relação quanto “como a passagem de forças vitais ou intensidades para além das emoções [...] que vai além do corpo [...] esse corpo, entretanto, não é exclusivamente humano, mas também pode ser animal ou vegetal, multidão ou corpo social, um corpo que canta ou o corpo de um instrumento musical” (Hofman, 2015, p. 36). Por frequentemente preterirem perguntas como “o que um corpo é?”, em favor de questionamentos sobre “o que um corpo faz”, tais perspectivas parecem privilegiar a compreensão de efeitos – simbólicos, sensoriais, sociais, culturais, políticos, entre outros – a fim de chegar às suas causas, em uma abordagem ao mesmo tempo pragmática, mas não necessariamente utilitarista.

Se tais viradas oferecem possibilidades de ganhos epistemológicos, também apresentam limitações. Ana Hofman (2015) afirma que diferentes pesquisadores apontam que abordagens afetivas podem acirrar distinções equivocadas entre a cognição/significação e o inconsciente/afetivo; ou entre a mente e o corpo; ou ainda entre emoção e sensação. A autora alerta ainda para o risco de uma romantização do conceito de afeto, o que levaria a uma tendência a atribuir a ele uma autenticidade inerente e moral, “o que está no cerne de sua promessa para (qualquer tipo de) potencialidade” (Hofman, 2015, p. 49). De toda forma, Hofman admite que a perspectiva afetiva traz avanços relevantes, sobretudo ao produzir pontos de contato entre dimensões semióticas, semânticas, representacionais e aquelas mais afetivas, materiais, sensoriais e estéticas da experiência e da cultura, ou ao compreender e inventar novas formas e capacidades de agir politicamente.

Outra crítica frequente à noção de afeto é seu caráter subjetivo e imediato, sobretudo ao se pensar o impacto recíproco de um corpo em outro, que, mesmo que

abranja corpos coletivos, pode tanto ignorar articulações de caráter mais reticular, onde a ação de um agente é atravessada pela agência de um número incontável de outros, quanto subestimar estruturas de sensibilidade e afetação, que, por mais que sejam frouxas e abertas, ainda conferem algum sentido de totalidade e mediação às dinâmicas afetivas. É nesse sentido que noções como *Stimmung*, humor, clima, atmosfera, ambiência e até mesmo aura – que Walter Benjamin (2012) afirmou haver se perdido na obra de arte na era da reprodutibilidade técnica – conformam uma constelação que busca dar conta da forma como “uma multiplicidade de corpos é parte de, e emaranha-se em, uma situação que a envolve” (Riedel, 2020b, p. 4), o que permite pensar que afetividades compartilhadas também se localizam em e partem de lugares, tempos, objetos, entre outros. Friedlind Riedel (2020a) defende que tal conjunto de conceitos não é exatamente contraditório ao de afeto, mas o complementa, a partir da metáfora de dois lados da mesma moeda, com uma camada de mediação entre um todo ambiental e corpos individuais. Esta constelação permite pensar as formas como elementos estéticos e sensíveis – sons, imagens, cheiros, o toque, etc. – impactam a totalidade das coisas e, por meio dessa totalidade, rebatem nos corpos individuais. Em um capítulo do livro organizado por Riedel e Juha Torvinen, Brian Massumi (2020) oferece sua própria noção de atmosfera em processo, pensada como fundo para a experiência, a partir de Whitehead, adicionada a uma camada peirceana de primeiridade e à ideia de hecceidade, de Deleuze e Guattari, o que mais uma vez dá suporte a uma complementaridade entre ambos os conjuntos de conceitos.

Como apontam alguns autores (Edensor, 2013; Griffero, 2019; Gumbrecht, 2007; Thibaud, 2015; Trigg, 2021), o esporte é um campo social e cultural no qual é facilmente observável diferentes aspectos dessa constelação de conceitos. Nas últimas décadas, tanto jornalistas quanto torcedores de futebol vêm lamentando a perda da atmosfera de estádios, da ambiência das torcidas, do clima de partidas decisivas, face às transformações significativas em seus modos de organização, exibição e consumo engendradas pela transnacionalização econômica do esporte. Parte desse processo se manifesta na construção de arenas multifuncionais que incorporam tecnologias midiáticas, arquitetônicas e sensoriais, com o objetivo de proporcionar experiências mais intensas ao público. Inspirada em modelos estadunidenses e europeus, a Arena MRV, objeto desse estudo, representa um exemplo recente dessa tendência no cenário brasileiro, ao buscar combinar conforto, espetáculo e segurança, sem abrir mão da – na verdade, com a promessa de potencializá-la – presença torcedora emocionada e intensa característica das arquibancadas, ou seja, daquilo que Gumbrecht (2023) chamou de rituais de intensidade.

Diferentemente de estádios erguidos ou reformados sob as exigências dos megaeventos esportivos sediados no Brasil, como a Copa do Mundo Masculina de 2014 e as Olimpíadas de 2016, a Arena MRV não surge sob pressão do Estado ou de entidades internacionais, mas como interesse político-econômico dos proprietários do Clube Atlético Mineiro, equipe sediada na cidade de Belo Horizonte, justificado como estratégia de fortalecimento financeiro e simbólico da agremiação. Com capacidade para cerca de 46 mil torcedores, o estádio faz parte do processo de estabelecimento de um novo modelo de gestão para o futebol do clube mineiro, inaugurado oficialmente em 2023. Portanto, insere-se em um contexto mais amplo de mercantilização das experiências torcedoras, em uma era em que os clubes nacionais abandonam uma

organização associativa e se tornam empresas denominadas Sociedades Anônimas do Futebol (SAFs) (Santos; Ferreira; Pisani, 2022).

Esse novo tipo de equipamento esportivo não apenas redefine as formas de torcer, mas também reorganiza o próprio modo de fruir o espetáculo futebolístico. A Arena MRV prometia em seu projeto, por exemplo, amplificar as manifestações sonoras e visuais de torcedores do Atlético, enquanto abafava as de adversários. Nesse sentido, as práticas de assistir ao jogo – torcer, ouvir, sentir e compartilhar a partida – são atravessadas por dispositivos que buscam tanto intensificar a experiência sensorial dos torcedores quanto controlar eventuais excessos de excitação, a fim de evitar a ocorrência de episódios de violência. Chamamos esse arranjo de *Dispositivo de Hiperexcitação Controlada*, uma vez que ele opera simultaneamente no incremento das sensações provocadas pelo evento esportivo e na contenção de comportamentos considerados inapropriados. Tal dispositivo atua na produção de uma *ambiência comunicativa* intensificada onde imagens, sons e cheiros são modulados para reforçar a emoção da partida, não apenas para os torcedores presentes no estádio. O dispositivo também se conecta às redes midiáticas e digitais com vistas a transmiti-las para o público que acompanha o evento esportivo no ambiente doméstico (Hagood; Vogan, 2016), em formatos mediados por tecnologias audiovisuais que aproximam as arquibancadas do sofá de casa.

A construção da Arena MRV, nesse sentido, articula dimensões comunicacionais, tecnológicas, econômicas, culturais, estéticas e sociais e produz convergência entre formas tradicionais e midiáticas de esportividade no futebol. As implicações desse fenômeno são analisadas a partir de investigações no campo da Comunicação e integram uma pesquisa de mestrado e outra de pós-doutorado, cujo objetivo é compreender como a nova arena impacta os modos de torcer pelo Galo. Analisamos o impacto do modelo arquitetônico, tecnológico e econômico implementado na Arena MRV – compreendida como um *Dispositivo de Hiperexcitação Controlada* – na ambiência dos jogos do Clube Atlético Mineiro ali sediados e, conseqüentemente, na experiência torcedora. O trabalho explora como elementos sonoros, visuais, sensíveis, simbólicos, entre outros, produzidos na edificação, são atravessados por seus aspectos tecnológicos na modulação de uma *ambiência comunicativa* emocionalmente intensificada, porém controlada, nas arquibancadas, o que, segundo a própria torcida, auxilia a equipe na busca da vitória. Busca-se, portanto, compreender de que modo a Arena MRV produz ambiências sensíveis, que, por um lado, criam um lugar propício para a prática do futebol profissional contemporâneo, e, por outro, regulam os afetos dos torcedores. Nesse jogo, o espetáculo esportivo contemporâneo articula emoção e disciplina, ao promover uma ambiência sensorial na qual o sentir é modulado por dispositivos técnicos, simbólicos e mercadológicos.

Nesse sentido, a metodologia adotada para esse estudo combina análise documental, observação participante com captação de sons e imagens durante os jogos, em pesquisa de campo realizada após a aplicação de um *survey* com torcedores acerca de suas expectativas em relação ao estádio (Campos *et al.*, 2024). Esse conjunto de técnicas permitiu captar como a Arena MRV produz ambiências sensíveis capazes de modular tanto os afetos e emoções dos torcedores quanto suas práticas torcedoras, ao articular elementos técnicos, simbólicos e mercadológicos na configuração de uma experiência coletiva intensificada e controlada. Argumentamos, sob essa perspectiva, que a Arena MRV funciona como um espaço tecnicamente planejado para a produção de estados coletivos de excitação, sem abrir mão de mecanismos de controle. Este

levantamento integra uma pesquisa colaborativa mais ampla, realizada entre os grupos de pesquisa GeFut (UFMG), Coletivo Marta (UFMG) e Ateliê de Sonoridades Urbanas (UFES), cujos dados seguem em processo de sistematização.

Ambiências comunicativas

Percebido como evento, o futebol profissional contemporâneo pode ser compreendido como uma performance na qual se entrelaçam inúmeras atuações, mas sobretudo a dos atletas em campo e a da torcida nas arquibancadas (Marra, 2023a). A performance esportiva do público se entrelaça à performance atlética no gramado de tal forma que diferentes agentes desse esporte – jogadores, torcedores, dirigentes, comissão técnica e jornalistas esportivos – acreditam que quando tais performances “jogam juntas”, podem atingir um nível de sinergia no qual ambas se potencializam. Assim, constitui-se uma espécie de *feedback loop* no qual as canções, coros, gritos de guerra, bandeiras, cartazes, fogos de artifício, entre outros, da torcida impactam os corpos dos atletas em campo, de forma a catalisar a atenção corporal necessária ao jogo, o que viabiliza o desenrolar de lances precisos, belos e bem-sucedidos em campo, e vice-versa. No limite, os diferentes agentes do futebol agem com base na crença de que tal conexão de performances possibilita a vitória da equipe que joga em seu estádio, o que ajudaria a compreender a realidade estatística de que, no futebol, o time da casa costuma vencer as partidas.

Nesse emaranhado de performances, elementos e eventos sensíveis e estéticos diversos – como sons, canções, gritos de guerra, bandeiras, cartazes, cores, mosaicos, fogos de artifício, passes precisos, dribles desconcertantes e mesmo o gol – fornecem pontos de conexão entre o que acontece em campo e nas arquibancadas e assim medeiam e estabelecem comunicação entre as práticas torcedoras e esportivas dos jogadores de futebol. Em outras palavras, o espetáculo de sons, imagens, cores, intensidades e formas corporais presentes em um estádio de futebol fornece uma espécie de infraestrutura sensorial necessária para a agência tanto da torcida quanto do time. É nesse sentido que se torna possível compreender que o futebol profissional contemporâneo ao mesmo tempo produz e depende de uma ambiência, atmosfera, clima, humor ou *Stimmung*.

Em estudo sobre o clube inglês Manchester City, Tim Edensor (2013, p. 82) afirma que a “atmosfera é um ingrediente crucial da experiência do dia de jogo para torcedores de futebol”. O autor defende que esta atmosfera – compreendida como uma totalidade sensível e emocional que permeia e se espalha em um ambiente e que, assim, captura os corpos e orienta suas ações em um sentido – se desenvolve ao longo da partida e que se co-constitui a partir da agência de atletas, torcida e gestores do esporte. Estes agentes seriam ainda capazes de antecipar e prever a emergência e impacto de uma atmosfera no jogo, de forma a perceber não só que são corresponsáveis por sua produção, mas também que são capazes de agir no sentido de transformá-la a fim de criar condições propícias para viabilizar a vitória.

Pesquisa realizada no contexto dos jogos do Clube Atlético Mineiro, de Belo Horizonte, evidencia que os sons do jogo – e, portanto, elementos de seu ambiente – são artefatos sensíveis importantes para a articulação da ação coletiva da torcida na arquibancada (Marra, 2016), organização essa fundamental para que o público atue no sentido de modular os ritmos e velocidades do jogo de futebol (Marra, 2018). Ademais,

torcidas organizadas – grupos de torcedores mais ou menos institucionalizados e associados em grêmios recreativos que não apenas incentivam os atletas da equipe à qual se vinculam, mas também de cobrar gestores dessas mesmas agremiações e do esporte em momentos de crise e dificuldade – de um mesmo clube de futebol no Brasil disputam entre si o território acústico das arquibancadas (Marra, 2023b). Nessa política sônica, o grupo que melhor consegue fazer o restante dos torcedores presentes nas arquibancadas ecoar as suas canções, gritos de guerra e palavras de ordem – e que assim interfere de maneira mais decisiva na produção da ambiência do jogo – é aquele que adquire maior legitimidade frente à totalidade da torcida de sua equipe e, por isso, consegue acesso privilegiado a certos recursos materiais fundamentais para a prática torcedora, como ingressos gratuitos, setor apropriado para suas práticas nas arenas, apoio a viagens para assistir a jogos em outras cidades, etc.

Percebe-se, desta forma, como a constelação de conceitos formada por noções como *Stimmung*, humor, clima, atmosfera, ambiência, entre outros, não só auxilia a compreender conceitualmente as dimensões performáticas do futebol, mas também a maneira como a investigação desta prática esportiva pode refinar e melhor operacionalizar tal rede de conceitos. Comum a todos estes termos, percebe-se um caráter emocional, sensível ou afetivo compartilhado, presente não só nos agentes, mas também nos objetos que dividem ou nos lugares que coabitam. Tal caráter estético alinhava sociedades e culturas, o que gera um sentido de união entre pessoas que não necessariamente têm algo em comum (Trigg, 2021). Diversos autores buscam nuançar esses diferentes termos. Para Hans Ulrich Gumbrecht (2014), humor refere-se a um estado mais interno, muito embora possa ser compartilhado por diferentes pessoas (Highmore; Taylor, 2014) ou até passar de uma a outra em processos de contágio (Felski; Fraiman, 2012).

Já *Stimmung*, lembra o autor alemão, remete em sua língua materna à voz e à afinação e, portanto, a um estado de conexão quase musical com o mundo. Clima tem uma acepção mais objetiva e envolve as pessoas, bem como exerce sobre elas uma influência física, ainda que, como lembra Paulo Gajanigo (2023, p. 49), possa também “construir um quadro para o sentimento”. Atmosfera coaduna-se à ideia de clima, e Friedlind Riedel e Juha Torvinen (2020c) a definem como um sentimento que excede corpos ou consciências individuais diferentes e pertence primariamente à situação global a que uma multiplicidade de corpos se agrega. Refere-se, portanto, a um todo ambiental e situacional, a um sentimento que não está nos indivíduos, mas no mundo independentemente do que uma pessoa em particular sente a respeito dela. Embora privilegiem o som e a música em sua abordagem, ao oferecer paradigmas para a sua compreensão, Riedel e Torvinen (2020) assumem que atmosferas são cinestésicas e multissensoriais. Atmosfera é muito frequentemente empregada na bibliografia anglófona para definir o que a literatura francófona denomina ambiência – “um espaço-tempo qualificado do ponto de vista sensorio. [...] um humor específico expresso na presença material de coisas e corporificado na forma como se é habitante da cidade” (Thibaud, 2011, p. 1) – como lembra Jean-Paul Thibaud (2015). Nuances à parte, o importante aqui é compreender que cada um desses conceitos joga o foco em um aspecto dessa constelação conceitual e, por isso, eles podem ser operacionalizados de maneira coordenada e articulada.

Para os propósitos deste trabalho, oferecemos o conceito de *ambiência comunicativa*, a partir de artigo anterior (Fonseca; Dias; Marra, 2016), como as

impressões sensíveis presentes nos lugares urbanos e compartilhadas por seus habitantes, circunscrevendo o espaço com uma potência sensível, ou simbólica, um humor ou estado de espírito, que envolve, contagia e embebe em sentimentos tanto os eventos que ali ocorrem quanto os agentes e objetos que ali se localizam, interagem ou circulam, bem como suas ações e práticas. Estas ambiências podem ser descritas a partir de sensações ou sentidos na medida em que envolvem a percepção, por parte de agentes, de elementos expressivos e simbólicos, bem como de qualidades dos espaços, de seus usos e apropriações e dos objetos e agentes que os habitam, e que impactam diretamente os corpos de quem as adentra. *Ambiências comunicativas*, portanto, atuam sobre os agentes e produzem neles efeitos sobretudo estéticos, mas também simbólicos, o que reconfigura suas ações não só frente a estas ambiências, mas também nos lugares em que se localizam, o que conforma topografias sensíveis ou estéticas que os agentes desbravam, exploram, aproveitam, cruzam, retroalimentam ou transformam em suas práticas. Tal definição parte daquela de ambiência oferecida por Jean-Paul Thibaud (2015) que possibilita pensar o sensório como um campo de ação que compõe uma tonalidade à qual diferentes agentes humanos e não humanos se afinam, ou sintonizam, e que confere consistência a espaços e situações urbanas, seja ao manter ou transformar suas configurações sensíveis ou simbólicas. Porém a expande no sentido de oferecer-lhe um caráter relacional, de algo que é percebido no lugar, que impacta quem o percebe, mas que também é alterado a todo momento pela resultante das forças exercidas sobre o espaço por aqueles que estão ali presentes.

Ao adentrar um espaço qualificado sensorial e simbolicamente, os agentes não só são envolvidos por estas qualidades, mas também participam ativamente de suas dinâmicas de manutenção e reprodução. Eles podem ainda, apesar de capazes de identificar e reconhecer a sensorialidade previamente presente, não se reconhecer neste lugar e trabalhar para modificá-lo, ou ao menos produzir uma região recôndita dentro da ambiência já constituída na qual possam, então, abrigar-se. É esse sentido relacional que gostaríamos de dar ao conceito de *ambiências comunicativas*. É esse também o significado que Riedel dá ao termo “relações atmosféricas”: ele “[...] procura compreender aquelas estruturas relacionais e operações que estabilizam um campo afetivo ao carregá-lo com identidade e diferença – tornando-o assim, significativo” (Riedel, 2020a, p. 269). Da perspectiva do som, tal abordagem relacional permite compreendê-lo em sua dualidade, tanto como objeto no mundo, mas também como modalidade de mundo, como resultado de ação que constrói um espaço favorável ou que viabiliza determinadas práticas. Dessa forma, relações atmosféricas a territorialização de comunidades, como Riedel aponta.

Apesar de apresentarmos aqui dois termos que operam conceitualmente de maneira muito similar, preferimos manter “ambiência” em vez de “atmosfera” – ainda que o jornalismo esportivo brasileiro tenha adotado este em vez daquele, sobretudo devido a uma influência anglófona –, pois no português este preferencialmente significa a camada de ar que nos circunda e envolve, e adquire os sentidos aqui desenvolvidos somente a partir de um uso metafórico ou figurado. Ambiência, por outro lado, possui um sentido mais espacial, local e menos especificamente aéreo ou gasoso. Remete já em seu uso denotativo às condições tanto físicas e químicas quanto geográficas, arquitetônicas, biológicas, sociais, culturais, éticas e morais que nos circundam. Em outras palavras, o termo “ambiência” agencia mais elementos do

espaço capazes de produzir ou sofrer impactos sensoriais, estéticos e simbólicos em relação a coletividades do que atmosfera.

Ressaltamos que as ambiências comunicativas do futebol operam como uma espécie de infraestrutura sensível e estética para a prática desse esporte. Elas produzem um espaço privilegiado para o jogo que viabiliza as performances atléticas dos jogadores em campo e as performances espectatoriais da torcida na arquibancada, bem como catalisa a conexão entre ambas. Como lembra Tim Edensor (2013), as arenas de futebol – sobretudo as contemporâneas – são parte importante da constituição dessas ambiências. De maneira relacional, consideramos que as *ambiências comunicativas* produzidas em um estádio participam das *affordances* específicas dessa edificação. Contudo, Jean-Paul Thibaud (2015) afirma que uma das formas como as ambiências conferem qualidades sensíveis a um espaço é por meio de impregnação, o que difere da *affordance* como a entende James Gibson. Nas palavras de Thibaud (2015, p. 44), este conceito “se relaciona com o que somos capazes de fazer em um ambiente específico, enquanto impregnação se relaciona a como alguém se sente em uma ambiência específica”. Discordamos do autor francês na medida em que se quem habita uma ambiência tem agência sobre ela, é corresponsável por sua produção. O que se sente ao penetrá-la está vinculado também àquilo que é possível se realizar nela. No caso das arenas de futebol, no entanto, tais *affordances* ambientais, mais do que convites sensíveis aos quais se podem aceitar ou recusar, como coloca Tonino Griffero (2019), são forças sensíveis às quais se deve resistir para não ser arrebatado por elas quando se constituem de maneira intensa e efetiva. É o que consegue a equipe adversária quando vence a partida, à revelia da pressão estética exercida pela torcida mandante, o que pode fazer com que os torcedores impregnem na arena em questão uma ambiência adversária.

Por fim, é importante destacar que as arenas contemporâneas, enquanto *Dispositivos de Hiperexcitação Controlada*, não eliminam completamente as ambiências comunicativas dos antigos estádios – conforme apontam tanto Edensor quanto os resultados desta pesquisa –, embora muitos torcedores ao redor do mundo lamentem sua transformação. Nesse sentido, as novas lógicas arquitetônicas reconfiguram as ambiências das arenas com base em um projeto de maximização de lucros no futebol, no contexto da transnacionalização do esporte. Consequentemente, o risco desse processo reside na possível perda de eficácia esportiva das arenas, justamente aquilo que se pretendia intensificar.

Dispositivo de Hiperexcitação Controlada

Dispositivo, na perspectiva de Foucault (1987), é um arranjo composto por elementos sociais, econômicos, políticos, jurídicos, arquitetônicos e tecnológicos, articulados entre si. Trata-se de um sistema que envolve tanto discursos quanto condições materiais e práticas que operam de forma conjunta para racionalizar, distribuir, disciplinar, organizar e controlar agentes, comportamentos e fluxos informacionais.

Os dispositivos não são apenas estruturas fixas, mas também arranjos dinâmicos, que podem ser reconfigurados à medida que agentes interagem com eles e são ressignificados pelas práticas e experiências cotidianas dos indivíduos. Assim, mais do que apenas regular processos, eles os instituem, ao cristalizá-los em artefatos, práticas, conceitos, entre outros.

As arenas esportivas contemporâneas são exemplos de dispositivos, pois integram diversos sistemas – tecnológicos, jurídicos, arquitetônicos, simbólicos, etc. – e funcionam como meios de distribuir, disciplinar, comunicar e produzir experiências sensoriais e sociais aos diferentes agentes nesse contexto. Jogadores e arbitragem são posicionados em campo, comissão técnica nas laterais, torcidas nas arquibancadas e jornalistas nas cabines de transmissão. Cada um desses lugares implica regimes de visibilidade e audibilidade do jogo, correspondentes às ações de cada agente: torcidas organizadas localizam-se atrás de um dos gols, por exemplo, a partir de onde podem tentar atrapalhar o goleiro adversário ou melhor distribuir seus cantos para outros setores; as cabines de transmissão situam-se nos anéis superiores, alinhadas à linha de meio de campo, de onde jornalistas podem ter uma visão de conjunto da partida, o que facilita sua atividade profissional.

Uma questão que historicamente se colocou para o esporte moderno gira em torno das formas de impedir que a excitação – que, segundo Elias e Dunning (2019), seus praticantes nele buscam – se manifeste de maneira por demais exacerbada, ao ponto de produzir consequências indesejadas. Ao estudar o processo de constituição do esporte na Inglaterra, a partir do século XIX, os autores propõem que a busca por emoções intensas é uma constante na experiência humana e que aquilo que chamam de processo civilizatório encontrou no esporte um lugar permitido não só para que esta excitação se manifeste, mas também para que seja modulada, polida e educada. Nas sociedades modernas, indivíduos e grupos buscam escapar da rotina por meio de experiências excitantes, que, no entanto, envolvem riscos. O esporte, especialmente o futebol no caso inglês, desenvolve-se como uma das práticas sociais privilegiadas para canalizar essa necessidade de excitação.

Elias e Dunning (2019) explicam que o avanço civilizacional implica o controle de emoções e impulsos por meio da internalização de regras sociais. Assim, o autocontrole é valorizado, enquanto comportamentos impulsivos são desencorajados. De um lado, a excitação é vivida sob tensão: ao mesmo tempo que é desejada, precisa ser contida, para não desencadear violência. De outro, um dos meios pelos quais ela é obtida – o esporte – passa a constituir-se, ao longo do século XX e início do XXI, como uma das formas de educá-la e domá-la, o que possibilita que seja vivida não só sem seus riscos, mas também de maneira integrada a uma ideia de disciplina mais abrangente em atuação na sociedade. Não é à toa que é nesse período, na Inglaterra, que diferentes esportes, dentre eles o futebol, têm suas regras estabelecidas e encontram como espaços de prática privilegiados escolas públicas e universidades. Assim, o esporte como prática privilegiada do processo civilizador, como apontam Elias e Dunning (2019), articula-se, ainda nos anos 1800, àquilo que Foucault chamava de dispositivos disciplinares, cristalizados na escola, na prisão e no hospital.

Nesse sentido, o futebol é um dos espaços socialmente permitidos para a liberação de excitação e, por extensão, de certas formas de violência. As arenas, nesse cenário, funcionam como instrumentos do processo civilizatório, pois organizam e controlam essas emoções por meio de regras, vigilância e tecnologias que também operam dispositivos disciplinares a controlar o comportamento dos torcedores, o que aproxima as perspectivas de Elias e Dunning à de Foucault, amplamente consagrada no campo da sociologia do esporte (Célia, 2023; Oliveira, 2018; Rodrigues, 2002, 2004; Rogério, 2018). Contudo, o esporte, por tratar-se de prática corporal sujeita à emergência dos afetos, sempre traz o risco de escapar à disciplina e vigilância, ainda

mais quando demandas sociais que se renovam com o passar do tempo pressionam por transformações nas condições materiais de sua realização. É assim que, em resposta à Tragédia de Hillsborough, em 1989, quando 95 torcedores faleceram e 766 se feriram, devido às condições precárias do estádio incapaz de receber a multidão que compareceu para assistir à semifinal da Copa da Inglaterra, e à negligência do poder público inglês, emergem e se implementam, ao longo da década de 1990, os padrões de segurança em que se baseiam a construção das arenas esportivas contemporâneas. Tais normas visavam controlar a ação de determinados grupos indesejados de torcedores – inicialmente responsabilizados pelos relatórios que investigaram a Tragédia de Hillsborough – ao mesmo tempo que instituíram um novo regime de exploração econômica do esporte, com vistas à maximização de lucros. Instalação de cadeiras, câmeras e outros sistemas de segurança, criação de setores que dividem o público por renda, controle de bilheteria para evitar superlotação, entre outras medidas, aliam tecnologias voltadas à vigilância e à punição já vigentes nos antigos estádios a mecanismos de controle mais avançados que não só internalizam no público determinadas normas, mas também convocam os espectadores a participar, ainda que de forma indireta, dessas dinâmicas de segurança (Deleuze, 1992).

É nesse momento que as arenas esportivas incorporam em sua estrutura arquitetônica meios de comunicação mediados por dispositivos tecnológicos a fim de se incrementar e sofisticar como dispositivos de organização de fluxos de informação, sensações e significados. Todavia, ainda que tenham um papel disciplinador, enquanto dispositivos, elas ainda ativam experiências sensoriais e rituais, como discute Gumbrecht (2023), que impactam tanto o público presente quanto o telespectador. É nesse cenário que a arena de futebol se configura como um meio que ambienta e conecta essas práticas, ao funcionar como espaço onde se entrelaçam campo e arquibancada e onde se intensificam as experiências do torcer. Ela não apenas abriga essas manifestações, mas também potencializa os modos de vivenciar o jogo e amplia as expressões comunicativas que emergem no espetáculo esportivo para um público doméstico. Nesse contexto, as arenas proporcionam uma experiência sensorial e emocional que permite ao torcedor mergulhar intensamente no momento. Para Gumbrecht (2023), o evento esportivo se apresenta como um ritual composto por múltiplas rotinas que produzem uma ambiência carregada de energia e que demanda envolvimento direto dos torcedores afetados coletivamente por sons, gestos e demais estímulos físicos e sensíveis.

Segundo Benjamin (2012), os meios técnicos de reprodução alteraram profundamente a forma como o público se relaciona com a arte, ao interferir diretamente na atenção, na sensibilidade e na maneira de fruir. A massificação das imagens, por exemplo, com o monopólio artístico do campo da experiência estética, torna-as mais rápidas e acessíveis, mas também fragmenta sua recepção. Embora Benjamin não fale diretamente em “hipersensorialidade”, ele sugere que a experiência contemporânea se torna mais intensa, imediata e impactante, ao mesmo tempo que superficial, em razão do excesso de estímulos proporcionados pela repetição e circulação incessante e amplificada de imagens, textos e sons. De modo complementar, Simmel (2006), ao abordar a vida urbana nas grandes metrópoles, argumenta que as cidades modernas geram uma sobrecarga sensorial que pode levar os indivíduos à apatia, o que ele denomina como atitude “blasé”. Para o autor, essa resposta emocional é resultado das múltiplas demandas e pressões da vida urbana, que exigem dos sujeitos

uma adaptação constante aos estímulos, aos fluxos informacionais e à lógica produtiva da cidade. Ambos os autores, nesse sentido, convergem ao apontar como a modernidade altera o ritmo da vida cotidiana e modifica a maneira como os indivíduos percebem o mundo ao seu redor. O avanço tecnológico e a aceleração urbana contribuem, portanto, para a intensificação das experiências sensoriais, e os agentes passam a operar sob um regime de excitação constante, exigido por uma realidade marcada pelo excesso.

Nesse cenário, as arenas esportivas contemporâneas podem ser lidas à luz dessas reflexões. Mais do que espaços para a prática do esporte, elas são ambientes multissensoriais pensados para estimular o consumo e capturar a atenção do torcedor por meio de sons, imagens em alta definição, efeitos visuais e informações em tempo real, onde estímulos simultâneos e sobrepostos obrigam o espectador a se engajar de forma quase automática e fragmentada. Essa condição sensorial, por sua vez, intensifica-se com a mediação tecnológica: câmeras que captam diferentes ângulos, *replays*, interações digitais e transmissões *online* transformam o jogo em conteúdo disponível em múltiplas plataformas. A experiência torna-se distribuída, isto é, vivida no estádio, na televisão, no celular ou nas redes sociais, e cada vez mais moldada pelos fluxos informacionais que atravessam esses espaços.

As arenas, nesse contexto, funcionam como espaços sensoriais, onde padrões de estímulos são reproduzidos continuamente, forçando os torcedores a lidar com o excesso de informação e estímulo visual de uma ambiência comunicativa saturada, o que muitas vezes desencadeia uma resposta apática ou automatizada ao próprio espetáculo. Conseqüentemente, os torcedores passam a ter uma relação cada vez mais distanciada e menos afetiva com o jogo e o clube, pois consome-se o futebol, mas não necessariamente se vivencia a paixão por ele. A experiência do torcer, então, passa a ser modulada por um *Dispositivo de Hiperexcitação Controlada* que, ao mesmo tempo que organiza, estimula e intensifica a experiência do espectador, busca limitá-la a um nível que impeça que suas ações resultem em episódios de violência (Gomes, 2024).

O que as novas arenas trazem inscrita em seus projetos é uma *ambiência comunicativa* que busca orquestrar a excitação dos presentes, manifesta em diferentes práticas torcedoras que produzem sons, imagens, cores e movimentos corporais, de tal forma que produzam tanto um espaço privilegiado para a disputa em campo quanto o espetáculo multissensorial dos torcedores nas arquibancadas que será devidamente registrado e transmitido por meios audiovisuais. Isso é especialmente evidente em arenas como a MRV, cuja arquitetura e tecnologia são voltadas não só para o conforto, mas também para a geração de receita por meio da captura da atenção e da excitação dos torcedores. A hipersensorialidade desse espaço, em particular, torna-se, assim, uma estratégia de mercado: o torcedor é estimulado continuamente, não apenas para se entreter, mas para ser ele também entretenimento; para consumir não só a performance atlética em campo, mas também sua própria performance esportiva, seja *in loco* ou no sofá de casa.

Arena MRV: entre a produção e o controle do futebol-espetáculo

A compreensão do desenvolvimento das arenas esportivas na Europa passa por uma série de fenômenos históricos, sociais e econômicos que marcaram transformações significativas no esporte. Entre esses processos, destacam-se a modernização e a mercantilização das práticas esportivas, a urbanização e os projetos de renovação

urbana, além, claro, da globalização do futebol. Tanto André Silva (2023) quanto John Bale (2001) demonstram como a construção de estádios e arenas poliesportivas se articula diretamente com o tecido urbano, evidenciando a relação entre esporte, cidade e espaço construído.

Nesse cenário, a construção dos estádios e, posteriormente, das arenas passou a representar não apenas o avanço das infraestruturas esportivas, mas também um símbolo de progresso e modernidade nas sociedades europeias. Esse processo caminha junto com a transformação do esporte em um produto global de entretenimento. Desse modo, as arenas contemporâneas se consolidam como espaços projetados para intensificar a experiência do torcedor, impulsionados pela lógica da globalização do futebol e voltados, em grande medida, à geração de lucros.

A Arena MRV se alinha ao modelo das arenas esportivas contemporâneas dos Estados Unidos e da Europa, concebidas para ampliar as sensações, emoções e experiências do público durante os jogos. Isso se dá por meio de tecnologias de construção e recursos midiáticos que intensificam o envolvimento sensorial dos espectadores, a partir da captura ou, melhor dizendo, da apropriação das práticas torcedoras de arquibancada, isto é, os rituais de intensidade discutidos por Gumbrecht (2023). Assim, a Arena MRV conta com potente sistema de som que frequentemente toca música intensa e mensagens e ordens para a torcida engajar-se em suas práticas, enormes telões de LED que transmitem ao vivo os lances do jogo e diversos painéis de *ringle* que estampam mensagens de apoio ao time do Atlético. Em seu projeto inicial, a edificação prometia inclusive intensificar a torcida atleticana enquanto abafava a adversária a partir da implementação de um moderno projeto acústico. O mesmo tratamento acústico pretendia ainda criar uma ambiência favorável à realização de grandes concertos internacionais de música, o que otimizaria a possibilidade de lucros do espaço a partir da diversificação das atividades ali desenvolvidas e da sua ocupação em tempos não dedicados ao esporte.

Esse tipo de estrutura, *Dispositivo de Hiperexcitação Controlada*, conecta em rede aspectos tecnológicos, comunicacionais, econômicos, políticos, sociais, culturais e arquitetônicos e cria novas formas de vivenciar, transmitir e consumir o espetáculo esportivo (Gomes, 2024). Um dos efeitos dessa configuração é a aproximação entre as formas de assistir ao futebol dentro do estádio e aquelas mediadas pelas transmissões no ambiente doméstico, o que promove uma convergência dessas diferentes experiências esportivas. Mac Hagoood e Travis Vogan (2016) analisam a importância das manifestações sonoras das torcidas em estádios da National Football League (NFL), liga de futebol americano dos Estados Unidos. Segundo os autores, essas expressões sonoras, junto com as ações visuais dos torcedores, funcionam como elementos fundamentais tanto para o sucesso comercial das franquias quanto para a construção do espetáculo esportivo veiculado pelos meios de comunicação.

Os ruídos produzidos pelos torcedores nas arquibancadas se tornam, nesse contexto, uma peça central na composição do jogo como produto midiático. Esse som gerado coletivamente é aproveitado por clubes, patrocinadores e veículos de mídia e cria efeitos distintos: ele afeta diretamente os que estão no estádio, ao intensificar as manifestações de apoio que esses torcedores já produzem, ao mesmo tempo que serve como recurso para criar uma experiência imersiva para quem acompanha o jogo à distância, em casa. Para os autores, essas sonoridades têm valor afetivo e simbólico para os grupos torcedores, além de se associarem à identidade dos espaços em que são

produzidas. As entidades esportivas e de mídia capturam esse conteúdo – o som, os gestos, as performances – a fim de capitalizar o espetáculo e transformam essas expressões em bens comerciais que transmitem pertencimento, emoção e identidade coletiva (Hagood; Vogan, 2016).

A infraestrutura dos estádios desempenha um papel importante nesse processo. Apesar de a origem do som estar na própria torcida, são as características arquitetônicas das arenas que amplificam esses efeitos. No caso da arena investigada pelos autores, a CenturyLink Field, casa do Seattle Seahawks, o estádio foi projetado para capturar o som da arquibancada e direcioná-lo para o campo, o que aumenta a pressão sonora sobre o time visitante. Com isso, o estádio se torna um ambiente hostil para os adversários, ao usar o som como ferramenta estratégica. Ou seja, os estádios não determinam o que será gritado ou cantado, mas amplificam, direcionam e refletem esses sons. O projeto acústico da arena, portanto, tem funções não apenas técnicas, mas também simbólicas e comerciais.

Essa ambiência sonora cuidadosamente manipulada também influencia a experiência de quem assiste às partidas remotamente. O som captado nas arquibancadas é editado, mixado e transmitido com o objetivo de criar uma sensação de presença, como se o telespectador estivesse na melhor poltrona do estádio. Assim, o barulho da torcida se transforma em um elemento essencial da transmissão, pois ajuda a construir uma narrativa emocional e envolvente. Nesse sentido, os torcedores assumem um papel ativo no espetáculo e são frequentemente chamados de “12º jogador”, em referência à sua influência direta no desenrolar do jogo.

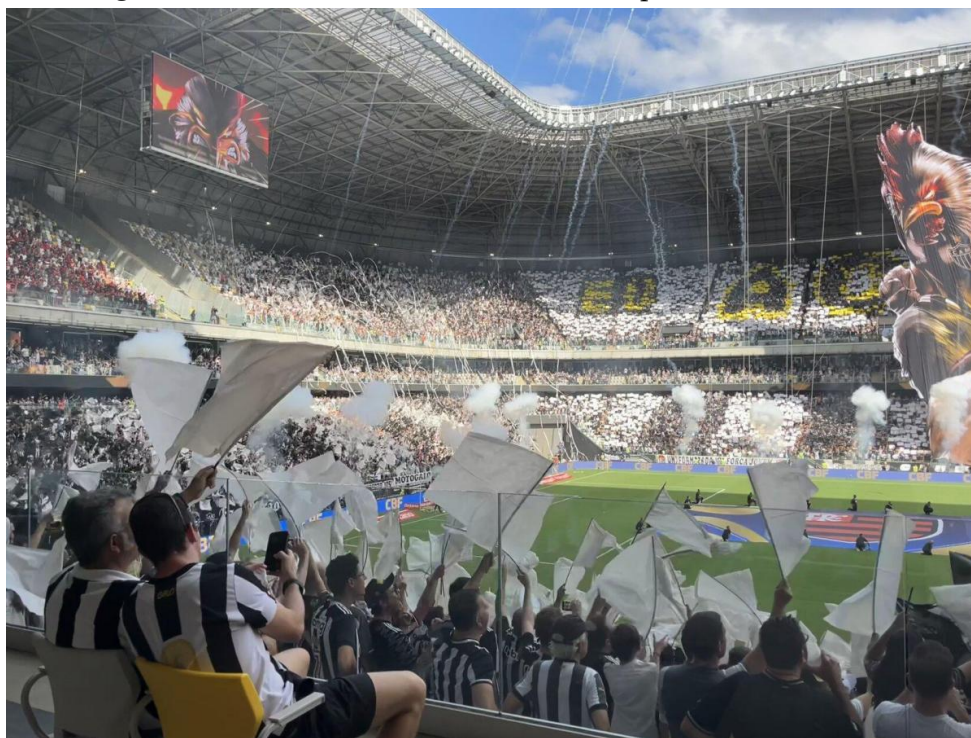
Quanto à Arena MRV, chama atenção sua localização geográfica, pois está situada em uma importante via de acesso que liga três importantes cidades da região metropolitana – Betim, Contagem e Belo Horizonte. Além disso, está situada em uma região elevada, que possibilita destaque do equipamento alvinegro no horizonte e do respectivo escudo do clube. Ao redor da arena, muros grafitados com imagens de ídolos atleticanos, figuras artísticas e torcedores símbolo reforçam a territorialidade e ambiência atleticana naquela região, o bairro Califórnia. Dentro do estádio, a estética do clube se mantém, as arquibancadas possuem cadeiras nas cores da equipe – branco, cinza e preto. Já nas áreas de circulação do público, as paredes são estampadas por imagens que aludem a conquistas da agremiação, assim como frases que reforçam o vínculo da torcida com o espaço e a atleticanidade.

Atrás de cada gol há telões de LED de grandes proporções que mostram os lances do jogo, avisos, substituições, instruções e vídeos com ações dos patrocinadores e/ou do clube. O Setor Sul Inferior, por sua vez, não possui cadeiras, estando voltado para as torcidas organizadas, o que facilita suas práticas corporais e o uso de instrumentos musicais, faixas e bandeiras. Além disso, placas de LED menores circundam todo o anel das arquibancadas superiores – os chamados *ringleads* – e exibem trechos de músicas das torcidas, o que incentiva o restante do estádio a acompanhar os cantos, placar e tempo da partida.

As cadeiras oferecem boa visibilidade do campo e, por serem numeradas, facilitam a organização de mosaicos. Em partidas decisivas, a torcida usa esse sistema para criar imagens planejadas com antecedência, calculando com precisão a quantidade de papéis e faixas necessárias para que cada torcedor possa contribuir com a festa e incentivar o time em campo. A cobertura da arquibancada também permite a suspensão de mosaicos, que são içados pelos organizadores com artes que simbolizam a

agremiação, como o escudo ou a mascote do clube. Destaca-se que esses mosaicos são içados na Arquibancada Leste, ou seja, posicionados à frente das cabines de transmissão, o que nos leva a crer que os verdadeiros espectadores dessa imagem são os torcedores que acompanham a partida pela televisão, de casa.

Figura 1 - Festa da torcida atleticana na arquibancada



Fonte: Gomes (2024).

Dispositivos tecnológicos são utilizados na Arena MRV para modular outras e novas práticas de torcer. No jogo de ida da Copa Libertadores da América de 2024 entre Atlético e River Plate, a gestão da equipe atleticana testou o uso do Super App – aplicativo de *smartphone* que havia recentemente sido implementado como única forma de adquirir ingressos para partidas do Atlético – para orquestrar as lanternas dos aparelhos celulares dos torcedores de modo a fazê-las piscar no momento em que a equipe da casa entrasse em campo. A ação foi divulgada nas redes sociais do clube e nos telões da Arena. Para participar da ação, bastava que o torcedor estivesse logado ao aplicativo, que sua lanterna seria imediatamente sincronizada ao espetáculo de luzes que aconteceu simultaneamente à montagem do mosaico preparado para a ocasião. Ao utilizar o aplicativo para controlar o telefone celular dos torcedores, a Arena MRV não só engajava os torcedores na produção de sua ambiência, mas sobretudo buscava usar sua ambiência como meio para fixar no torcedor o hábito de utilizar o aplicativo para acessar produtos e benefícios do clube. Ademais, integrava o torcedor atleticano que assistia à partida em casa pela TV, na medida em que este telespectador não só presenciava o espetáculo de luzes dentro da arena, como também podia dele participar, ao conectar seu *smartphone* ao Super App. Assim, a espetatorialidade do futebol na Arena e em casa se aproximam e convergem de maneira única: a sensação de ver o jogo no estádio a partir de casa se realiza não só porque a *ambiência comunicativa* da arena é transmitida pela televisão, mas sobretudo porque se torna possível ao torcedor em casa fazer o mesmo que faria na arquibancada.

Figura 2 - Mosaico de duas faces hasteado no Setor Brahma Leste



Fonte: Gomes (2024).

Quanto à estrutura, a Arena MRV busca oferecer comodidade ao público, um conforto diferente daquele propiciado pelos antigos estádios. Desse modo, as lanchonetes e bares concentram-se no anel inferior do equipamento, o que permite que os torcedores evitem maiores deslocamentos e não percam os lances do jogo. Contudo, os preços praticados na venda desses produtos diferem daqueles do comércio ambulante no entorno da edificação, ou seja, comidas e bebidas são comercializadas a custos exorbitantes, assim como acessórios estilizados da agremiação, como camisas e copos. Por outro lado, é possível sentir o cheiro de feijão tropeiro, pipoca, pizzas e hambúrgueres por todo o anel. Destaca-se também o modo como o consumo de bebidas é realizado. Vendem-se fichas e suportes para apoiar a bebida, para que o torcedor possa compartilhar, mas também evitar as filas quilométricas no intervalo de jogo, tanto no balcão dos estabelecimentos quanto nos *tokens* espalhados pelo espaço.

Na prática, a Arena MRV possui diversos mecanismos que potencializam o espetáculo esportivo e a experiência torcedora. Há, portanto, rituais intrínsecos ao jogo, mas também rituais que compõem o torcer, e rituais praticados pelos organizadores da Arena para a hiperexcitação do torcedor atleticano. Isto é, a comercialização de comidas, bebidas e artefatos do clube – camisas, bonés, copos estilizados, etc. – assim como os shows de pirotecnia antes do início das partidas, as placas e telões de LED, as caixas de som, os shows de luzes, os mosaicos e a mascote, se enquadram como rituais de intensidade fixos da Arena MRV.

Tais rituais contribuem para a construção de uma *ambiência comunicativa* que tem como objetivo a captura da atenção dos torcedores que estão presentes no estádio, mas sobretudo daqueles que assistem ao espetáculo por outros meios. Isso significa que a edificação busca, de maneira multifacetada, estimular os torcedores por meio de rituais introjetados no dispositivo, e é também por meio desses rituais que a espectralidade da Arena MRV é melhor encenada para as câmeras, revelando-se como uma espécie de simulacro a céu aberto, produzido de maneira imediata com vistas ao lucro e à midiaticização.

Figura 3 - Show pirotécnico realizado em jogo da 9ª rodada do Campeonato Brasileiro de 2024



Fonte: Gomes (2024).

Considerações finais

O processo de arenização das praças esportivas brasileiras trouxe mudanças não apenas para a gestão das equipes esportivas, mas também para a própria dinâmica do futebol, ao alterar a experiência dos torcedores, que passa a ser vista como uma prática de consumo capitalista. A criação de um ambiente espetacular e lucrativo, cuidadosamente projetado para maximizar o engajamento e o consumo, o que convencionamos denominar de *Dispositivo de Hiperexcitação Controlada*, evoca nos torcedores uma experiência de pertencimento e paixão intensificada, por meio de uma ambiência emocionalmente carregada. Ao analisar o espaço arquitetônico da Arena MRV e a experiência afetiva dos torcedores atleticanos, observamos que o estádio não é apenas um local de jogos, mas também um dispositivo estratégico que regula emoções e comportamentos da torcida.

A arquitetura da Arena atleticana, os rituais de intensidade fixos que ela projeta, somados aos rituais dos torcedores na arquibancada, contribui para a construção de uma *ambiência comunicativa* e sensorial que busca intensificar as emoções dos presentes e criar uma excitação que se estende para além do campo, por meio da midiaticização do espetáculo em múltiplas plataformas. A Arena MRV, assim, é entendida como um espaço tecnicamente planejado para a produção de estados emocionais coletivos, em que a excitação não é apenas despertada e amplificada, mas também disciplinada, controlada e canalizada por dispositivos simbólicos, mercadológicos e técnicos. Essa orquestração de afetos busca, em última instância, fortalecer a experiência de consumo e garantir que o espetáculo não descaambe para violência.

Dois anos após a inauguração da Arena MRV, contudo, a torcida atleticana ainda busca sintonizar-se à ambiência que o espaço propõe. Depois de uma euforia inicial com o equipamento moderno, motivada pela novidade e pela sensação de conquista de um espaço próprio, a torcida começou a se desencantar com algumas promessas não cumpridas pelo projeto. O encarecimento dos ingressos dificultou que torcedores de menor poder aquisitivo, justamente aqueles que anteriormente eram os mais assíduos e mais engajados nas práticas que constituíam a festa das arquibancadas e, por conseguinte, as ambiências comunicativas nos jogos do Atlético, comparecessem às partidas na nova Arena. Também surgiram problemas com o acesso às dependências da Arena, devido às catracas com registro biométrico de ingressos, implementadas às pressas justamente às vésperas da partida mais importante de 2024 para o Atlético na Arena: a final da Copa do Brasil contra o Flamengo. A situação agravou-se quando torcedores sem ingresso invadiram o estádio para assistir à partida.

O Atlético-MG precisava reverter, em casa, o placar desfavorável de 1 a 0 construído pelo Flamengo no jogo de ida, no Rio de Janeiro. A dificuldade que torcedores enfrentaram para entrar na Arena, mesmo depois de pagar valores exorbitantes pelos ingressos, e o placar adverso em favor da equipe flamenguista fizeram com que alguns torcedores lançassem objetos no gramado após o gol adversário e o invadissem. Mais do que indignação e revolta de uma torcida que se insurgia contra condições estruturais desiguais que se instituíam no futebol, o que engendraria na Arena uma ambiência política de reivindicação, as manifestações nesse evento pareceram mais uma frustração e reclamação justa, porém própria às lógicas de mercado. A ambiência então presente confirma a lógica de lucro por trás da construção da Arena MRV, com o torcedor consumidor exigindo seus direitos, alguns legítimos, como o de entrar no estádio com tranquilidade, outros nem tanto, de ver seu time campeão, resultado que nem sempre é garantido, pois depende de superar um adversário.

Houve questões acerca da principal promessa do projeto da Arena MRV. A acústica inicial do local, em vez de promover a amplificação da torcida atleticana e o abafamento da adversária, privilegiava a realização de grandes concertos musicais, ao reduzir ao máximo a reverberação da Arena. Esta configuração acústica, que não permitia que o som da torcida se espalhasse pela arquibancada, aliada ao potente sistema de áudio constantemente reproduzindo músicas e anúncios, dificultava que toda a torcida entrasse em uníssono cantando as mesmas canções, gritos de guerra e palavras de ordem mesmo quando a Galoucura, a principal torcida organizada do Atlético, puxava o hino do clube, música que invariavelmente engajava toda a torcida nos locais em que o Atlético mandava seus jogos anteriormente. A questão só foi resolvida no início de 2025, quando placas refletoras foram instaladas nos setores onde as torcidas organizadas do clube se localizam, o que passou a permitir que os sons aí produzidos ecoassem por toda a Arena. Ironicamente, este elemento de projeto acústico foi implementado a tempo de fazer ressoar na Arena MRV protesto da torcida contra os donos do clube, empresários ligados à empreiteira que dá nome à edificação, durante o jogo contra o Atlético Bucaramanga, da Colômbia, válido pela Copa Sul-Americana do mesmo ano. Quando finalmente a Arena MRV cumpriu uma de suas principais promessas, ela o fez para facilitar que impropérios escatológicos contra seus principais artífices ressoassem por todo o seu espaço, em uma ambiência jocosa de indignação contra a má gestão do clube que acabara de ser notificada por alguns atletas que não haviam recebido seus salários.

Referências

- BALE, John. *Sports, Space and the City*. Caldwell, New Jersey: The Blackburn Press, 2001.
- BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 2012. p. 165-196.
- CAMPOS, Priscila Augusta Ferreira et al. As expectativas dos/as torcedores/as do Clube Atlético Mineiro em relação à Arena MRV. In: SIMPÓSIO FUTEBOL, 4., ENCONTRO INCT ESTUDOS DO FUTEBOL BRASILEIRO, 1., 2024, Florianópolis. *Anais [...]*. Florianópolis: NAVI, 2024. p. 266-271.
- CÉLIA, Fábio Perina. *Torcida única: economia e segurança no futebol paulista (2009-2019)*. 2023. 138f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2023.
- DELEUZE, Gilles. *Conversações*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.
- EDENSOR, Tim. Producing atmospheres at the match: Fan cultures, commercialisation and mood management in English football. *Emotion, Space and Society*, Saint Louis, v. 15, p. 82-89, 2013.
- ELIAS, Norbert; DUNNING, Eric. *A busca da excitação: desporto e lazer no processo civilizacional*. Coimbra: Edições 70, 2019.
- FELSKI, Rita; FRAIMAN, Susan. Introduction. *New Literary History*, Baltimore, v. 43, n. 3, p. v-xii, 2012.
- FONSECA, Cláudia Graça; DIAS, Juliana; MARRA, Pedro Silva. Um obelisco, duas praças: Um estudo comparativo das paisagens, situações e ambiências das Praças Sete e da Savassi em Belo Horizonte. In: SILVA, Regina Helena Alves; ZIVIANO, Paula (org.). *Cidade e cultura: rebatimentos no espaço público*. Belo Horizonte: Autêntica, 2016. p. 213-240.
- FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir*. Tradução de Raquel Ramallete. 27. ed. Petrópolis: Vozes, 1987.
- GAJANIGO, Paulo. The mood for democracy in Brazil: controlling the public atmosphere during the transitional period, 1974-1985. *Art Style, Art & Culture International Magazine*, Genève, v. 11, n. 11, p. 41-57, 2023.
- GOMES, Gabriela Lopes. *Bem-vindos ao Califórnia Alvinegro: Ambiência comunicativa, rituais de intensidade e esportividade no dispositivo de hiperexcitação controlada Arena MRV*. 2025. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, 2024.
- GRIFFERO, Tonino. *Places, affordances, atmospheres: a pathic aesthetics*. London: Routledge, 2019.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Atmosfera, ambiência, Stimmung: sobre um potencial oculto da literatura*. Rio de Janeiro: Contraponto; Editora PUC Rio, 2014.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Elogio da beleza atlética*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Torcidas: O estádio como ritual de intensidade*. Tradução de Nicolau Spadoni. São Paulo: Editora Unesp, 2023.
- HAGOOD, Mac; VOGAN, Travis. The 12thMan: fan noise in the contemporary NFL. *Popular Communication*, London, v. 14, n. 1, p. 30-38, 2016.
- HIGHMORE, Ben; TAYLOR, Jenny Bourne. Introducing Mood Work. *New Formations: A Journal of Culture/Theory/Politics*, Baltimore, v. 82, p. 5-12, 2014.
- HOFMAN, Ana. The affective turn in ethnomusicology. *Muzikologija-Musicology*, Belgrade, n. 18 p. 35-54, Nov. 2015.
- MARRA, Pedro Silva. Aceleração, desaceleração, tortura sônica e inércia: temporalidades de partidas de futebol. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, Braga, v. 5, p. 19-35, 2018.
- MARRA, Pedro Silva. Futebol, performance e esportividade: som e ambiências comunicativas na produção do espetáculo esportivo. *FuLiA/UFMG*, Belo Horizonte, v. 8, p. 161-185, 2023a.
- MARRA, Pedro Silva. Por que torcidas organizadas de um mesmo time nem sempre cantam em uníssono no Brasil? Violência, políticas sônicas e práticas torcedoras. *Recorde - Revista de História do Esporte*, Rio de Janeiro, v. 16, p. 1-24, 2023b.

- MARRA, Pedro Silva. *Vou ficar de arquibancada pra sentir mais emoção: técnicas sônicas nas dinâmicas de produção de partidas de futebol do Clube Atlético Mineiro*. 2016. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2016.
- MASSUMI, Brian. Dim, massive and important: atmosphere in process. In: FRIEDLIND, Riedel; TORVINEN, Juha (org.). *Music as atmosphere: collective feelings and affective sounds*. London: Routledge, 2020. p. 286-301.
- OLIVEIRA, Eric Monné Fraga de. *A paixão como confronto: disputas discursivas sobre o ato de torcer*. 2018. 429 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.
- RIEDEL, Friedlind. Affect and atmosphere: two sides of the same coin? In: RIEDEL; Friedlind; TORVINEN, Juha (org.). *Music as atmosphere: collective feelings and affective sounds*. London: Routledge, 2020a. p. 262-273.
- RIEDEL, Friedlind. Atmospheric relations: theorising music and sound as atmosphere. RIEDEL; Friedlind; TORVINEN, Juha (org.). *Music as atmosphere: collective feelings and affective sounds*. London: Routledge, 2020b. p. 1-42.
- RIEDEL; Friedlind; TORVINEN, Juha (org.). *Music as atmosphere: collective feelings and affective sounds*. London: Routledge, 2020c.
- RODRIGUES, Francisco Xavier Freire. Futebol e teoria social: uma introdução à sociologia do futebol brasileiro. *Ciências Sociais Unisinos*, São Paulo, v. 38, n. 160, p. 1-16, 2002.
- RODRIGUES, Francisco Xavier Freire. Modernidade, disciplina e futebol: uma análise sociológica da produção social do jogador de futebol no Brasil. *Sociologias*, Porto Alegre, , ano 6, n. 11, p. 260-299, jan./jun. 2004.
- ROGÉRIO, Radamés. A tensão como regra: regulações em torno da profissão de jogador de futebol. *Mosaico*, Rio de Janeiro, v. 9, n. 14, p. 177-194, 2018.
- SANTOS, Irlan Simões; FERREIRA, Jonathan; PISANI, João Ricardo. Futebol, negócio e globalização: clubes brasileiros na nova era do multi-club ownership. *Revista do Departamento de Geografia*, São Paulo, v. 42, p. e203847, 2022.
- SILVA, André Quintão da. *Cidades, territórios e estádios de futebol: uma análise do consumo do espaço no entorno do Independência e Mineirão em Belo Horizonte*. 2023. Dissertação (Mestrado em Filosofia) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2023.
- SIMMEL, Georg. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, Otávio Guilherme (org.). *Fenômeno urbano*. Tradução de Sérgio Marques dos Reis. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2006. p. 11-25.
- THIBAUD, Jean-Paul. A sonic paradigm of urban ambiances? *Journal of Sonic Studies*, v. 1, n. 1, p. 1-14, 2011.
- THIBAUD, Jean-Paul. The backstage of urban ambiances: When atmospheres pervade everyday experience. *Emotion, Space and Society*, v. 15, p. 39-46, 2015.
- TRIGG, Dylan (Ed.). *Atmospheres and shared emotions*. London: Routledge, 2021.

Declaração de Coautoria: O artigo foi produzido conjuntamente pelas autorias e “integra a pesquisa de mestrado de Gabriela Lopes Gomes e a de Pós-doutorado de seu orientador, Pedro Silva Marra. Pedro Silva Marra trabalhou mais diretamente a introdução, a seção *Ambiências Comunicativas* e as considerações finais. Gabriela Lopes Gomes contribuiu de maneira mais direta nas seções *Dispositivo de Hiperexcitação Controlada* e *Arena MRV: entre a produção e o controle do futebol-espetáculo*. Pedro Silva Marra ainda trabalhou na edição final do manuscrito e Gabriela Lopes Gomes realizou uma última revisão.”

***Minicurrículo das Autorias**

Pedro Silva Marra. Doutor em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (2016). Docente junto ao Departamento de Comunicação Social e ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo. E-mail: pedromarra@gmail.com.

Gabriela Gomes. Mestra em Comunicação e Temporalidades pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Ouro Preto (2025). Pesquisa financiada pela Universidade Federal de Ouro Preto (Processo nº 23109.006205/2023-91). E-mail: lopes.gabrielagomes@gmail.com.

Avaliador 1: Rodrigo Monteiro , [Parecer 1](#);

Avaliadora 2: Ethel Pinheiro , [Parecer 2](#);

Editore/as de Seção: Paulo Gajanigo ;

Manuela de Mattos Salazar .

Declaração de Disponibilidade de Dados

Este artigo utilizou dados provenientes da dissertação de mestrado "Bem-vindos ao Califórnia Alvinegro: ambiência comunicativa, rituais de intensidade e espetatorialidade do dispositivo de hiperexcitação controlada Arena MRV", disponível em: <https://www.repositorio.ufop.br/items/eb8136e1-ab7a-4345-b1d8-ec8e421414eb>. Demais dados disponíveis mediante solicitação.

Declaração de uso de IAGen

As autorias declaram não ter feito uso de IAGen na elaboração do artigo.

Dados de aprovação da pesquisa pelo Comitê de Ética (CEP)

A pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Ouro Preto, sob o CAAE 79456924.4.0000.5150 e Parecer Consubstanciado nº 6.978.299, emitido em 01 de agosto de 2024.