

## O Estádio Joaquim Américo – A “Arena da Baixada” – E a Identidade Clubística do Torcedor do Clube Atlético Paranaense

*André Mendes Capraro* O “GROUND” DO INTERNACIONAL FOOT-BALL CLUB:  
*UFPR* ESPAÇO SOCIAL DA FINA-FLOR CURITIBANA

---

*A grama que cresce no campo da Baixada é considerável relva sagrada e, o estádio Joaquim Américo, é cultuado como um santuário atleticano.*  
(Coelho N. & Carneiro N. *Atletiba, A paixão das multidões*, 28).

Década de 1910. Um número substantivo de clubes de futebol surgia nos centros urbanos brasileiros mais populosos. A nova geração republicana – ávida por movimento e a ação – é responsável pelo fenômeno definido por Nicolau Sevcenko como “boom sportivo” (Sevcenko 1998: 568). Entretanto, através de mecanismos de exclusão – no qual o próprio local para prática se tornou um importante fator – o esporte permaneceria, ainda por algumas décadas, com o seu caráter original, ou seja, de atividade fidalga.

Neste contexto de ampla expansão, surgia em 1912 o Internacional Football Club, agremiação composta pelos jovens da elite paranaense que tentavam uma aproximação com os costumes originários da Europa. Era, nas palavras de Ricardo Lucena, pesquisador de formação elisiana, a mostra de um *esforço civilizatório* por parte das elites brasileiras dominantes (Lucena 2001: 43). Embora tardio cá para os lados paranaenses, lembrando que o campo esportivo em alguns estados brasileiros como São Paulo, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul, há muito já havia se consolidado.

Mesmo tendo como associados nomes exponenciais da sociedade local, o Clube teve dificuldades para estruturar a prática esportiva. Assim, por alguns

anos, o Internacional disputava suas pelejas no improvisado campo construído na parte interna da pista do Jockey Club do Paraná.

Passados dois anos da fundação, em 1914, ocorreram algumas divergências entre os associados, surgindo, como consequência, dois clubes distintos: O Internacional – que permaneceu com os sócios mais conservadores – e o América Foot-ball Club – reunindo a grande maioria dos jovens que compunham os quadros secundários do Internacional.

Neste mesmo ano são construídas precárias arquibancadas de madeira, no campo onde o Internacional disputava suas partidas, situado no arrabalde do Água Verde (também chamado de Rebouças), local bastante baixo, justificando, assim, o apelido de “Baixada”. Tal bairro se tornara famoso principalmente por ser onde, na época, se localizava o depósito de pólvora da cidade. Um memorialista paranaense, descreve-o como um local saudável, de grande desenvolvimento, com algumas indústrias e estabelecimentos filantrópicos e sociais – como o próprio Clube (Biscaia 1996).

Quando da aquisição do terreno, a criação do projeto arquitetônico e a realização das obras, o Clube estava sob a gestão do presidente e fundador do Internacional, Joaquim Américo Guimarães – membro de uma das famílias paranaenses mais tradicionais. Posteriormente, na década de 1930, o estádio foi renomeado com o nome deste Presidente, homenagem póstuma ao seu idealizador.

As arquibancadas de madeira do Estádio Joaquim Américo foram consideradas o primeiro estádio do Paraná, freqüentado nos meados da década de 10 do século XX pela elite econômica e cultural paranaense, e até brasileira:

Durante 25 anos, as arquibancadas de madeira abrigaram as mais ilustres figuras do desporto nacional e internacional, do mundo político e cultural, enfim. Tanto que se registra, por exemplo, a presença honrosa de Santos Dumont em maio de 1916, tornando-se sócio do clube depois de assistir uma partida do Internacional. A proposta alusiva, com a respectiva assinatura do “gênio da aviação”, encontra-se hoje no museu do clube. Também o poeta Olavo Bilac, em novembro de 1916, assistiu a um festival esportivo realizado em sua homenagem (Machado & Hoerner 1994: 249).

Neste período, em esporádicas circunstâncias, a imagem do Estádio fora registrada. Uma delas, particularmente, pode servir de referência para a compreensão da característica identitária do Estádio Joaquim Américo. Tratava-se de um festival esportivo, realizado no final da década de 1910.

Esta fotografia foi tirada em Curitiba. O local é o Estádio Joaquim Américo, pertencente ao Internacional Football Club, atualmente Arena da Baixada do Clube Atlético Paranaense (Cd-rom Atlético – Paixão e Tradição, 1997)<sup>1</sup>.



Pela disposição do agrupamento e pela quantidade de mulheres que podem ser diferenciadas pelo traje, acredita-se que neste dia estava sendo realizado um festival *sportivo*, acontecimento bastante comum nesse período, que consistia basicamente em disputas esportivas (na maioria dos casos, partidas de futebol), homenagens cívicas, saraus ou “chás” que tinham um tema ou um homenageado.

O estilo fidalgo fica evidente: mesmo que a distância e a escala escolhida pelo fotógrafo não fossem as mais adequada para visualização dos trajes nos seus pormenores, pode-se observar a elegância dos vestidos e chapéus das mulheres e, também, o uso de cartolas pelos homens (observar três homens entre o centro e o canto inferior esquerdo da foto), estes acessórios eram usados pelas elites nesse período.

Voltando-se para o fundo da fotografia, pode-se confirmar que o Estádio ficava em uma região afastada na qual havia poucas habitações, fato causado pela presença do depósito de pólvora nas proximidades. Ao observar atentamente a extremidade superior central, será visualizada uma grande elevação descampada, onde só existe uma única residência próxima ao estádio que não pode ser detalhada, pois o foco do rústico do equipamento fotográfico não permite. Há uma outra residência que está acima das arquibancadas, mas a uma considerável distância da primeira.

Sobre as arquibancadas, estas ficavam no lado direito da entrada do Estádio e eram feitas de madeira.

Mesmo que precárias, elas foram construídas para abrigar os refinados freqüentadores dos jogos que, até então, não tinham um local apropriado para assistir as partidas. Pode-se visualizar também na parte superior direita das arquibancadas a tribuna de honra (local semelhante a uma pequena casa). Espaço destinado exclusivamente às honrarias que o clube prestava às autoridades locais e ilustres visitantes que vinham prestigiar as disputas lá realizadas. Posteriormente, este local privilegiado foi utilizado para realização das primeiras transmissões radiofônicas do futebol paranaense, colaborando assim, para popularização do referido esporte.

Logicamente que, nos primórdios do futebol paranaense, o estádio, ou “ground”, tinha um papel importante tanto para os jogadores quanto para os freqüentadores do estádio, pois o mesmo era parte constitutiva de um *ethos* que se formava originário da civilidade proveniente da Europa e outros centros metropolitanos brasileiros que já haviam realizado essa tentativa de aproximação civilizadora anteriormente.

Luiz Henrique Toledo, esclarecendo sobre o período introdutório do futebol no Brasil, explica que...

Durante a vigência do regime amador havia a predominância de um certo *ethos* civilizador que se tencionava emprestar ao jogo, tributários das representações arraigadas que o definiam, antes de tudo, como elemento educador para determinados segmentos das elites que o cultivavam. Aspectos que, obviamente, não desapareceu repentinamente com o caráter mais universalista apregoado pelos arautos do profissionalismo (Toledo 1996: 32-33).

Assim, o local representava mais do que um campo onde se praticava o futebol, era um centro de propagação de bons costumes, além de um espaço propício para a sociabilização dos membros das elites locais.

## A POPULARIZAÇÃO DO ATLÉTICO: UMA IDENTIDADE EM TRANSIÇÃO

---

Em 1924, devido às dificuldades em que se encontravam os dois clubes – Internacional e América –, houve uma fusão surgindo o Clube Atlético Paranaense. A identidade elitista, com a finalidade de um esforço civilizador na tentativa de aproximação dos hábitos e costumes europeus, gradativamente começa a se modificar (Lucena 2001). Era o processo de profissionalização, modificando drasticamente o perfil do praticante de futebol e também dos freqüentadores dos espaços destinados à assistência. Assim, mesmo com a relutância das elites, entre os anos de 1930 e 1934 o futebol no Brasil começa a se profissionalizar nos grandes centros, devido ao êxodo dos grandes jogadores para a Argentina, Uruguai e Itália (Caldas 1991).

Com o crescente interesse da massa populacional pelo esporte bretão, na década de 1930, o Vasco da Gama inicia a construção do Estádio de São Januário. O clube cruzmaltino, tendo forte adesão da colônia portuguesa estabelecida no Rio de Janeiro, composta na sua maioria por pequenos comerciantes, se mobiliza na construção do primeiro estádio com características de monumento no Brasil. Alguns anos antes o Vasco tinha sido excluído da *Liga* principal exatamente com o argumento de que este não tinha o seu próprio estádio (Soares 1998: 139-145). O espaço físico privilegiado e a construção de equipamentos esportivos se tornaram, segundo os critérios da Liga, elementos que serviam para distinguir a categoria social dos Clubes. Embora estivesse presente um outro fator implícito: o Vasco era a única equipe que permitia a presença de jogadores pobres e negros no seu elenco. Após a inauguração do Estádio, a maioria dos jogos das equipes tradicionais – Flamengo, Botafogo, Fluminense, América e, sobretudo, o próprio Vasco – passaram a ser realizados neste local.

Paralelamente, em São Paulo, o município inaugurava o Estádio Municipal do Pacaembú. Também com uma capacidade considerável para época – algo próximo a 40 mil lugares –, o Estádio paulista atraía um grande contingente de populares, ávidos por assistir os embates entre as equipes mais tradicionais – São Paulo, Corinthians, Palmeiras, Santos, Juventus e Portuguesa (Negreiros 1996: 31-43).

Os Estádios de São Januário e do Pacaembú, durante a década de 1940, mais do que um amplo espaço de sociabilização, representavam no imaginário popular uma representação do progresso no contexto nacional. Prova desta identidade progressista, pautada na construção de obras monumentais, era a constante utilização dos locais para eventos de manifestação cívica, com a regular presença do presidente da república, o populista Getúlio Vargas.

Sob influência paulista e carioca, o profissionalismo chega com alguns anos de defasagem no Paraná. Em virtude disso, o Clube Atlético Paranaense assume uma postura mais popular, estendendo sua torcida às camadas variadas da população curitibana e – passadas mais algumas décadas – para várias regiões do estado do Paraná.

No final da década de 40, após a conquista de um bi-campeonato, o clube é alcunhado de “furacão”<sup>2</sup> devido a facilidade com que obteve vitórias sobre os adversários regionais. A identidade clubística neste período era voltada para uma série de elementos como: as cores, a tradição, e ainda alguns fragmentos elitistas – como o pertencimento de alguns dirigentes e jogadores a famílias tradicionais curitibanas. Contudo, o elemento essencial à formação da identidade do clube foi o hino. Os versos, criados em 1930, tinham apenas a intenção de homenagear a conquista do campeonato daquele mesmo ano. Logo, aqueles versos tornar-se-

iam refrões, entoados sobrepostos a “marchinhas” de carnaval ou tangos. O autor da letra, Zinder Lins, conjuntamente com Genésio Ramalho que, posteriormente, iria compor a música, fizeram várias alterações. A versão definitiva, datada em 1968, tem a seguinte letra:

Refrão: Atlético! Atlético! / Conhecemos teu valor / E a camisa rubro-negra / Só se veste por amor. (bis)  
Vamos marchar! / Sempre cantando / O hino do furacão / E no peito ostentando / A faixa de campeão. (refrão)  
O coração atleticano / Estará sempre voltado / Para os feitos do presente / E as glórias do passado. (refrão)  
A tradição, vigor sem jaça, / Nos legou o sangue forte. / Rubro-negro é quem tem raça / E não teme a própria morte.  
(refrão)

O hino foi citado na íntegra porque ele oferece subsídios suficientes para a interpretação da identidade dos torcedores na época. Pode-se, então, estruturar os seguintes fatores: primeiro, o autor da letra demonstra claramente a influência eugenista – elemento constitutivo não somente da identidade regionalista, mas também, da formação da identidade nacional (leia-se nacionalismo exacerbado, influenciado pelas idéias nacional-socialistas alemãs). Segundo, se o hino era um referencial de identidade, os elementos destacados como características atleticanas seriam o uniforme e as cores (*a camisa rubro-negra*), o próprio hino (*vamos marchar / sempre cantando...*) e a tradição (nos dois estrofes finais).

No período histórico compreendido entre as décadas 1930<sup>3</sup> e 1980<sup>4</sup>, o estádio Joaquim Américo, que já havia recebido o pseudônimo de “Baixada”, devido às características topográficas do bairro, não poderia ser considerado um elemento constitutivo ou, pelo menos, fundamental na identidade do torcedor atleticano em relação ao próprio clube.

Mesmo não existindo informações substanciais sobre o porquê da exclusão do Estádio como elemento de identificação, pode-se – como sugere o historiador Carlo Ginzburg (1996) – utilizar o campo hipotético. Seria razoável destacar que, como o referido estádio fora o primeiro a ser construído, outras obras foram realizadas posteriormente na cidade<sup>5</sup>. Desta forma, toda a pompa e o *glamour* dos anos iniciais, ainda como Internacional e América, não surtiam mais efeito devido à existência de estádios mais novos em Curitiba, melhor adaptado a uma nova representação social, a imponência da obra.

Tal perspectiva teve suas bases consolidadas durante o final dos anos 40, durante o Estado Novo, quando foi iniciada a construção do Estádio Municipal do Rio de Janeiro – o popular Maracanã – que, quando inaugurado em 1950, era o maior do mundo (Moura 1998).

Conseqüentemente, sob a égide do gigantismo das obras como referência de desenvolvimento, principalmente durante o Regime Militar devido à utilização ideológico-política dos esportes (Baêta 1982: 43-

57), vários estádios públicos foram construídos<sup>6</sup>, além outros tantos particulares que tiveram o apoio financeiro governamental<sup>7</sup>

Predominando o discurso de que estádios de grande porte, com características monumentais, representavam imponência e desenvolvimento, a partir da década de 70, o Atlético passou a alugar os estádios que comportavam um número bem maior de torcedores para a realização de partidas decisivas ou em clássicos locais, deixando o seu estádio para jogos contra clubes de menor expressão.

Associado à popularização do Atlético e o substancial aumento de expectadores no âmbito nacional durante o período, a probabilidade do estádio Joaquim Américo não atender mais as necessidades identitárias do torcedor atleticano era muito acentuada.

Partindo deste contexto esportivo, o período compreendido entre 1986 e 1994 foi bastante atípico na história do clube. Realizando a maioria dos seus jogos no estádio do Pinheirão e alguns no estádio Couto Pereira, propriedade do maior rival – o Coritiba – o Atlético não conseguia obter bons resultados, além disso, a torcida aparentava não se adaptar aos novos locais de mando de jogo, diminuindo sensivelmente a média de público pagante.

A queixa consensual sobre o estádio do Pinheirão era de que as arquibancadas ficavam muito distantes do campo, tornando a participação da torcida praticamente irrelevante, e também a considerável distância da região central de Curitiba. Já o estádio Couto Pereira, não sofria as mesmas reclamações, pois ficava próximo à região central da cidade e proporcionava uma boa visibilidade, entretanto, pertencia ao arqui-rival, cuja torcida, constantemente, manifestava a seguinte rima em clássicos entre as duas equipes: – *“Sem terra! Sem terra!”* O cântico era considerado pelo torcedor atleticano uma ofensa, pois simbolizava a dependência que o Clube tinha do principal adversário. Havia ainda o aluguel de campo, que ajudava financeiramente o rival, o que desagradava bastante a torcida e uma facção de dirigentes.

Em virtude disso, o estádio Joaquim Américo foi reativado, porém, ele ainda não era motivo de orgulho para o torcedor atleticano, tampouco ponto pacífico, pois se estabeleceu um intenso debate sobre a viabilidade de ser realizados jogos da equipe no Estádio, que era considerado retrógrado e de dimensões reduzidas se comparadas aos outros estádios locais.

Mas que fenômeno seria capaz de fazer com um Estádio velho, sem nenhum atrativo há décadas para o seu freqüentador, ressurgisse, fortalecendo tanto a identidade do torcedor a ponto de ser confundida com o próprio pertencimento clubístico? Como foi criado pelo torcedor um imaginário que transformou o acanhado Estádio em um “santuário”<sup>8</sup>?

Tentar-se-á responder aos questionamentos acima através da pesquisa descritiva de campo, com a redução da escala ao nível micro-analítico.

## INVESTIGAÇÃO DE CAMPO: O PRIMEIRO MOMENTO

---

O Estádio Joaquim Américo sofreu uma reforma simples e foi reinaugurado em 1994. A condição financeira do clube era preocupante, e os torcedores, devido à longa ausência na elite futebolística brasileira, também se identificavam com clubes de outros centros – principalmente Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais e Rio Grande do Sul.

Após uma derrota para o Coritiba em 1995, pelo placar de cinco a zero, uma junta formada por empresários, executivos e profissionais liberais, todos conselheiros do Clube, resolvem assumir a administração do Atlético. O líder era Mario Celso Petraglia, na época presidente da Inepar.

Alguns meses depois, a junta que assumiu a direção do Atlético divulgava na mídia paranaense o planejamento para os próximos anos. Era a primeira estratégia empresarial – atitude que, na seqüência, iria ser a principal característica desta nova Comissão Gestora. Quanto ao Departamento de Futebol: disputar o título Paranaense já no ano seguinte; no prazo de cinco anos reingressar na divisão de elite do futebol brasileiro; e, o mais ousado, no prazo de dez anos conquistar o título nacional da divisão principal. Além disso, anunciou-se a criação imediata de um departamento de marketing que visaria a inserção o clube entre os grandes nacionais também no prazo de dez anos.

A aceitação dos dirigentes por parte da torcida atleticana era uma unanimidade. Ainda mais porque o planejamento de atingir a primeira divisão nacional ocorreria no mesmo ano, em 1995. Mario Celso Petraglia, que havia assumido a postura de “líder carismático”, foi mitificado pelos torcedores atleticanos. Uma representação messiânica se estabeleceu em torno da figura do presidente da Comissão Gestora, provada através da alcunha adotada pela torcida para defini-lo: *deus*.

A abalada identidade clubística do Atlético voltava a se firmar, entretanto, sem vínculo algum com o Estádio Joaquim Américo, mas sim, em torno da liderança de Mario Celso Petraglia. Como era de praxe a divulgação de novas diretrizes a curto e médio prazo e nada fora mencionado a respeito de reformulações no Estádio, supõem-se, então, que, mesmo com rígidos critérios de planejamento apropriados da administração empresarial, Petraglia e seus pares não tinham previsto que em poucos meses, de forma brusca, a torcida iria estabelecer novamente um fortíssimo vínculo com o Estádio Joaquim Américo. Pelo

contrário, a perspectiva da diretoria, em se tratando de equipamentos esportivos, era a construção de um Centro de Treinamentos.

Em 1996 o Atlético iniciou a disputa do campeonato brasileiro da “série A”, enfrentando as equipes mais tradicionais do país. Este campeonato foi decisivo na consolidação do estádio como elemento principal da identidade do torcedor atleticano.

Primeiramente, mesmo centrados na modernidade do empreendedorismo empresarial, os diretores do Atlético optaram em realizar os jogos no Joaquim Américo por uma questão econômica: não favorecer financeiramente o principal concorrente, pagando o aluguel – um percentual de aproximadamente 15% da renda – para utilizar o Estádio Couto Pereira. Mais um indício de que, além de repentino, o fenômeno de identificação com o Estádio Joaquim Américo fora espontâneo.

A conjugação de três fatores relativamente simples e até certo ponto externos foi fundamental para o estabelecimento desta identificação com o Estádio em 1996: 1) os bons resultados obtidos no campeonato<sup>9</sup>; 2) a influência da mídia nacional acentuando as dificuldades que os adversários encontravam em jogar neste Estádio com um campo de proporções mínimas oficiais, arquibancadas próximas ao gramado e uma torcida participativa<sup>10</sup>; 3) o rápido marketing realizado pela diretoria do clube pautado nos dois aspectos anteriores.

No transcorrer do Campeonato Nacional os resultados obtidos pela equipe, cuja base era a mesma vencedora da segunda divisão, estavam muito acima das expectativas, já que, segundo o planejamento da diretoria, o Clube sequer deveria ter chegado à divisão de elite. Os resultados positivos ocorriam principalmente quando o Atlético jogava nos seus domínios, mas, mesmo assim, a torcida ainda não havia sistematicamente associado os bons resultados às características específicas do Estádio. Somente após a constante divulgação das condições do Estádio pela mídia nacional, é que o torcedor atleticano começa a formar uma identidade consolidada no espaço físico.

Paradoxalmente, na maioria das matérias jornalísticas, o Estádio é tratado de forma depreciativa e estereotipada. Por exemplo, nos meados do certame, o *Fantástico*, programa dominical da Rede Globo com grandes índices de audiência, exibiu uma extensa reportagem sobre a situação precária dos estádios brasileiros. Avaliando uma série de critérios estabelecidos previamente, a reportagem diagnosticou que o Joaquim Américo era o pior estádio dos clubes que compunham a “Divisão A”. Alguns programas de debate esportivo, como o Cartão Verde (TV Cultura), chegaram ao consenso de que as partidas do Atlético deveriam ser transferidas para outro estádio qualquer de Curitiba.

A constante repercussão na mídia, mesmo que de forma negativa, serviu de referência para formação de uma identidade “nós”, os *outsiders* (Elias 2000) em relação ao “eles” – os estabelecidos: no imaginário do

torcedor atleticano as equipes mais tradicionais protegidas pela mídia nacional. Nesta tensão, o Estádio era o foco central. A exposição do Estádio como antiquado repercutiu entre os torcedores do Atlético como uma tentativa de inferiorização. Criou-se um sentimento de unidade e pertencimento entre os atleticanos, além de um conciso ranço contra os meios de comunicação, especificamente em relação à Rede Globo de Televisão<sup>11</sup>.

A diretoria atleticana agiu rápido. Usando do perfil carismático e a liderança de Mario Celso Petraglia, com o apoio dos meios de comunicação local, principalmente rádios e jornais, críticas exacerbadas foram feitas a imprensa nacional: tendenciosa, bairrista, elitista. Reforçou-se também que o objetivo das matérias era inviabilizar o vertiginoso crescimento do Atlético e que, com a ajuda e a união dos torcedores, isto não iria ocorrer. O mais relevante: o sentimento de inferioridade fora drasticamente alterado devido à promessa de que no próximo ano seria construído um estádio nos moldes europeus. Seria o mais moderno do país de forma que ninguém pudesse criticá-lo. Estabeleceu-se um quadro hegemônico de apoio incondicional às resoluções da diretoria (que acentuou ainda mais seu poder, que já era praticamente unânime).

Foi neste contexto conturbado que o estádio Joaquim Américo – a Baixada – a partir de 1996, tornara-se a representação simbólica mais marcante do Clube Atlético Paranaense. Observa-se, através da pesquisa de campo, que a identificação da torcida com o estádio se tornou, em apenas alguns meses, uma das mais acentuadas do Brasil – isto, se não fosse a maior de todas.

A forte identificação da torcida com o estádio da “Baixada”, a partir de 1996, pode ser demonstrada através dos cânticos e xingamentos criados pelas torcidas organizadas, também reproduzidos pela maioria dos freqüentadores do estádio. Concorde-se, então, com a colocação de Damo que, sobre a manifestação lingüística das torcidas, afirmou:

Como linguagem, ele [o futebol] expressa as particularidades de cada estilo e permite, também, veicular mensagens que dizem respeito à esfera mais ampla da sociedade. O futebol não cria fatos novos, a não ser para si próprio. O que faz, enquanto um fórum polêmico e absorvente, habitado pelo êxtase do culto e do xingamento é permitir que sejam expressos, coletivamente, determinados sentimentos acerca do “eu” e do “outro”. Talvez porque não existam outros fóruns apropriados. Ou porque tais sentimentos devam ser expressos de uma maneira que só o futebol possibilita, na medida em que faz a “seriedade” passar por “brincadeira” (Damo 1999: 113-114).

Muitos desses “gritos de guerra” passaram a se referir ou citar o amor, o valor e a importância que o Estádio representava para a torcida: “UH! Caldeirão” – referência ao Estádio que também é denominado “Caldeirão do Diabo”, devido à proximidade das arquibancadas em relação ao campo, proporcionando ao torcedor a possibilidade de pressionar as equipes adversárias e a arbitragem. “Não é mole não, nem o diabo

ganha aqui no Caldeirão!” – referência à dificuldade dos adversários de vencer devido às condições do estádio. Até mesmo a exaltação direta ao estádio é visualizada nos jogos do Atlético: “Baixada! Baixada! Baixada!”

Após o término do campeonato nacional de 1996, a diretoria do clube, como antecipado emotivamente meses antes, autoriza a demolição do “velho” Joaquim Américo para a construção, no seu lugar, de um moderno Estádio. Prometeu-se também que as características anteriores seriam mantidas: a proximidade das arquibancadas com o campo, conseqüentemente a pressão nos adversários e árbitros e o campo na mínima dimensão permitida. Entretanto, seriam acrescentados: um moderno shopping center, praças de alimentação, uma academia de ginástica, restaurantes vips e um estacionamento.

Novamente, durante o período da construção, os torcedores tiveram que ir assistir a partidas em outros locais. Mas, mesmo com o estádio em reformas, a identidade recém-formada não perdeu sua potencialidade. Os mesmos “cânticos” que eram usados na “Baixada” foram entoados em outros estádios, onde o clube exerceu seus mandos de jogos, demonstrando, ao mesmo tempo, a vontade de retornar ao seu “templo” como demonstrado nesta canção: “Olêlê! Olálá! Baixada vem aí e o bicho vai pegar!” – também servindo para negar qualquer possibilidade de identificação com outros estádios locais.

A própria diretoria fez uma promoção para incentivar o torcedor a comparecer aos outros estádios durante o campeonato paranaense de 1998<sup>12</sup>, mas sempre reforçando a identidade com o Estádio que estava sendo construído: o torcedor que comprasse o ingresso com antecedência, receberia um adesivo, com um desenho do projeto da “nova Baixada” com a inscrição “Baixada – estou voltando!”. No canto superior do brinde uma logomarca que consistia em um furacão estilizado e dentro um garoto com um boné voltado para trás, o rosto do garoto é conhecido, tratava-se de uma caricatura do presidente Mario Celso Petraglia.

Outra estratégia usada pela diretoria como forma de reforço da identidade com o novo Estádio foi a venda antecipada de ingressos, que, ao contrário do convencional, era feita em frente à obra em construção. Observou-se que, neste local, era comum a presença dos torcedores. Assim, o movimento que ficava na Praça Afonso Botelho, mais conhecido como praça “do Atlético” por ficar em frente ao estádio, era, na sua maioria, composta por atleticanos (com ênfase aos aposentados ou estudantes) que acompanhavam constantemente a construção. Fora criado até um “mirante” para que o torcedor pudesse acompanhar os operários trabalhando. Logo surgiria um grupo que se auto-intitulado “Os Amigos do Mirante”.

Neste espaço, foi observado que as pessoas, devido à identificação clubística, mesmo sem se conhecerem, comentavam e discutiam entre si sobre o andamento das obras, fato não muito notório se tratando da identidade curitibana. A identificação com o Estádio antigo era tão grande que a diretoria, usando de notória perspicácia

comercial, resolveu, após a demolição, vender pequenas pedras das antigas arquibancadas, “lembranças da velha Baixada”, entregues em um pequeno saco plástico junto com um ingresso para o jogo de despedida.

A expectativa foi mantida por dois anos. Subsidiado pelo marketing usado pela diretoria, o sentimento de identificação com o equipamento esportivo continuou sendo ponto pacífico entre os torcedores do Atlético.

## DO RETRÓGRADO AO MODERNO: A INAUGURAÇÃO DA “ARENA DA BAIXADA”

---

No ano de 1999 foi reinaugurado o estádio Joaquim Américo, denominado extra-oficialmente, a partir desta data, de “Arena da Baixada”. Poucos meses antes, foi inaugurado também um moderno Centro de Treinamentos, com a mais avançada tecnologia esportiva. A construção de equipamentos esportivos se tornara um dos principais aspectos usados pelo Departamento de Marketing do Atlético para fazer a publicidade do Clube.

Na semana antecedente a inauguração, a cobertura midiática já explorava o evento. Por exemplo, o periódico curitibano que mais enfatizava o futebol – dedicando quase metade do seu espaço ao referido esporte – lançou um encarte extra na semana que antecedia à inauguração. Além disso, o torcedor recebia uma camiseta com os dizeres em rubro-negro: “Uh! Caldeirão...” dentro do pacote da camiseta tinha um pequeno cartaz com a seguinte mensagem que, mesmo longa, deve ser citada por ser um referencial no entendimento de como a Arena da Baixada se consolidava como forte elemento de identidade para o torcedor atleticano:

Alguém aí conhece uma torcida de time de futebol que homenageie seu próprio estádio em um de seus cantos mais conhecidos? Só conheço a do Clube Atlético Paranaense. O “Uh! Caldeirão...” é entoado pela torcida, em uníssono, em todos os jogos do time rubro-negro, e – aparente contra-senso – até mesmo quando o jogo acontece em outro estádio qualquer! Mas que contra-senso nada! A apaixonada torcida atleticana sabe o que faz: em sua sabedoria, ao cantarem plenos pulmões se grito de guerra, ela está, na verdade, a invocar, os espíritos dos guerreiros que – dizem antigas lendas – povoam e protegem aquelas bandas do Rebouças, onde há muito tempo foi construído o histórico Estádio Joaquim Américo. Estes espíritos, ainda segundo as lendas, são os que mantêm aceso o fogo da paixão rubro negra que, dizem os mais velhos, arde eterno sob a relva do estádio.

Sede de grandes e inesquecíveis vitórias do Furacão, o Joaquim Américo sempre foi, para a massa rubro negra, uma espécie de território sagrado, um porto seguro, o último reduto. É ali que ela cobra empenho, raça, sangue, suor e lágrimas dos jogadores que vestem a camisa que – como se sabe – só se veste por amor. É ali que arde o fogo eterno da paixão rubro negra. Não é por acaso que o local é conhecido como Caldeirão do Diabo...

E é bem ali, neste local, que o Clube Atlético Paranaense está inaugurando seu novo e fantástico estádio: a Nova Arena da Baixada! Palco adequado para sediar o clube neste novo e grandioso momento de sua história, a Arena é a mais moderna praça de eventos da América do Sul.

Dela o Atlético partirá para um futuro brilhante, condizente com o grande amor de sua torcida maravilhosa.

Mas não se iludam! A moderna concepção arquitetônica e a nova tecnologia de engenharia foram utilizadas na construção do novo Estádio de forma a deixar a torcida ainda mais perto do time. Sendo assim, acautelem-se os adversários do rubro negro: a Arena continua sendo o alçapão, a casa dos espíritos guerreiros que atijam a chama que arde nos corações da torcida. E ela retribui: “Uh! Caldeirão!” (Tribuna do Paraná 1999).

Além de resgatar o quão era importante a “antiga Baixada” como elemento da identidade do torcedor atleticano, a mensagem reforça o novo modelo, o de “civilidade tecnológica” – outro exemplo: um pequeno tablóide distribuído no dia da inauguração dizia... “Arena do Atlético. O que o Madison Square Garden, o Manchester United Stadium, ou o Amsterdam Arena seriam se estivessem no Brasil?” – mas, como é afirmado no final da mensagem o importante era que o “Novo Estádio” não tinha perdido as características do “velho”, ou seja, manteve sua identidade.

Entretanto, pouco antes, com a conclusão da primeira etapa de construção e os preparativos pomposos para a inauguração do Estádio, a diretoria também modificara a política clubística. Como o estádio apresentava uma infra-estrutura equiparada às *Arenas* do futebol europeu, aos estádios de futebol americano e aos ginásios de basquete da NBA, foi decidido diferenciar a forma de participação dos torcedores também.

A primeira norma foi estabelecida já no dia da inauguração: como os camarotes – que renderam ao clube parte substancial dos recursos para reconstrução do estádio – ficavam na parte superior das arquibancadas inferiores, o local de melhor visibilidade, exatamente onde, logo abaixo, as Torcidas Organizadas (TO’S) se estabeleciam, foram proibidas as grandes bandeiras utilizadas pelas TO’S. Também foi proibida a entrada das faixas, outro adereço comumente utilizado pelas TO’S, já que estas faixas, por sua vez, prejudicariam a visibilidade das placas de publicidade.

As TO’S, mesmo se tratando de um dia festivo, não aceitaram pacificamente. Entoaram “gritos de guerra”, reivindicando a utilização dos seus adereços. Algumas das músicas ofendiam diretamente alguns dirigentes do CAP – inclusive o próprio Mario Celso Petraglia que, até este caso, mantinha-se como figura messiânica no imaginário do torcedor atleticano. Os torcedores não pertencentes às Organizadas vaiaram a atitude das TO’S. Com o ambiente conturbado, ocorreram algumas brigas entre os componentes das TO’S e a polícia militar, mas os fatos ocorridos foram abafados pela imprensa, que preferiu acentuar a repercussão suntuosa que a festa teve. Posteriormente a diretoria e as TO’S entram em acordo. Foram permitidas as bandeiras pequenas sem mastro e as faixas poderiam ser colocadas nas grades que circulavam as arquibancadas.

Após este evento, a identidade clubística no tangente ao Estádio começara a se tornar dúbia: de um lado um segmento da torcida – principalmente os integrantes das TO’S – denegrindo o estádio afirmando que

este fora construído somente para a elite curitibana (inclusive, usando da lembrança sobre a origem elitista que predominou na época em que o estádio havia sido construído); do outro lado, torcedores – geralmente de classe média-alta – que concordavam com a atitude da diretoria. Este segmento, interessadamente, retomou o “velho” discurso da civilidade. O discurso daqueles que concordavam com o valor dos ingressos no novo Estádio era bastante semelhante à mentalidade dos primeiros associados do Internacional no começo do século: o preço era válido, pois o Clube tem um estádio nos padrões europeu ou americano.

Nos debates entre os torcedores dos segmentos divergentes, os argumentos ganhavam tons agressivos e/ou satíricos: “se você quer ingressos baratos, torne-se torcedor do Coritiba e vá assistir partidas num estádio que pinga e cheira a mijo além de ter para comer somente pão com bife duro e cerveja quente” (e-mail: atletico@list.mps.com.br, 2000). Os ânimos se acirravam, rompendo a identidade hegemônica em torno do estádio: “e você, que quer um estádio cheio de almofadinhas que ficam o tempo inteiro sentados. Quero ver quando a equipe começar a perder! Aí baixam o preço na marra! Pra mim aquilo vai virar uma geladeira...” (e-mail: atletico@list.mps.com.br, 2000).

No meio dessa cisão identitária, onde uma parte da torcida enaltecia o valor do Estádio e outra reivindicava a volta aos padrões anteriores, aconteceu outra tentativa de inovação por parte da diretoria. Eles queriam que os torcedores, assim como na Europa, comprassem antecipadamente todos os ingressos de um determinado campeonato (no caso o Campeonato Brasileiro de 1999).

Foi feita uma forte publicidade para que o torcedor comprasse dos “pacotes de ingresso”. O atrativo maior era a redução de preços. Os torcedores que o adquirissem pagariam um valor bem menor do que os torcedores que iriam adquirir os ingressos avulsos. Embora com alguns pequenos problemas, como longas filas para pegar os ingressos, o sistema adotado obteve relativo êxito. Neste campeonato foram vendidos aproximadamente 7 mil pacotes de ingressos, garantindo antecipadamente ao Atlético recursos financeiros e a presença da torcida no Estádio.

Porém, neste mesmo Campeonato Brasileiro em 1999, a principal torcida organizada do Atlético, Os Fanáticos (TOF), iria se manifestar contra as normas impostas anteriormente pela diretoria. Na partida contra o Gama do Distrito Federal, não foram levados os instrumentos da bateria, cânticos criticando a diretoria foram entoados e, durante a maior parte da partida, os membros da TOF ficaram virados de costas para o campo.

Mas o principal foi a tentativa da TOF de coibir os outros torcedores que tentavam incentivar a equipe. Ocorreram atos de violência física e muitos conflitos verbais na divisa imaginária entre os torcedores pertencentes a TOF e os torcedores “normais” (Síntese de e-mails: atletico@list.mps.com.br, 2000).

Após um breve período de trégua, no mês de fevereiro do ano 2000, as diferenças políticas entre a diretoria do Atlético e as TO’S eclodiram. Os ingressos para o Campeonato Paranaense, torneio de menor importância, permaneceram ao preço de quinze reais<sup>13</sup>. As TO’S se negaram a entrar dentro do Estádio. Permaneciam, então, nos dias de jogo, do lado de fora, entoando e batucando cânticos com letras reivindicatórias. Os dirigentes rebatem afirmando que as TO’S queriam, na verdade, ingressos gratuitos, e que não achavam justo que os outros torcedores pagassem ingressos e as TO’S não. As TO’S contra-argumentaram, alegando que não estavam querendo ingressos gratuitos, mas sim, ingressos mais baratos para todos os torcedores.

Nos meados do Campeonato Paranaense, a diretoria do Atlético resolve abaixar o preço dos ingressos. Cada ingresso foi vendido ao preço de cinco reais com direito a mais um ingresso gratuito para mulheres ou menores de doze anos. A torcida começa a comparecer em grande número à Arena da Baixada. O Estádio volta a ser o elemento agregador da torcida atleticana.

As TO’S compareceram aos jogos subseqüentes. Não houve relato de atos de violência praticados por integrantes das TO’S dentro do Estádio. Pelo contrário, todos os meios de comunicação enalteceram sua participação decisiva nas partidas.

Não é possível precisar se era uma forma rude de agradecimento à diretoria ou uma forma de lembrar que a TOF estava pronta a reivindicar quando necessário, mas, nestes jogos, Os Fanáticos cantavam: *“Ingresso cincão, povão no Caldeirão!”*

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

---

A formação da identidade clubística, tendo como referencial o estádio Joaquim Américo, não é estanque, mas sim um processo – prova é que, neste momento (agosto de 2004) mudanças substanciais já ocorreram. Mas as divergências e também as solidariedades estabelecidas em torno do Estádio não foram fruto de uma pesquisa etnográfica, como fora feito no período de construção e inauguração do Estádio.

Assim encerra-se este trabalho – cruzamento de pesquisa de campo antropológica e análise micro-histórica –, esclarecendo que as construções e as reconstruções do estádio, tanto estruturais, mas, sobretudo, no imaginário do torcedor do Atlético, no decorrer da história, refletiram (e ainda refletem) diretamente na formação de uma consolidada identidade clubística, de uma relevância inédita para um clube de futebol.

No âmbito nacional, o estádio da Arena da Baixada pode ser considerado o aliciador de dois novos

paradigmas. O primeiro consiste na valorização de estádios de capacidade menor, com as arquibancadas próximas ao gramado de forma a facilitar o incentivo e a pressão exercida pela torcida. Este modelo de estrutura passou a ser mais considerado do que o velho modelo, iniciado com a construção do Maracanã, no qual a grandiosidade da obra (monumentalização) era um sinônimo ideológico do progresso do país. Tais estádios, com a decrescente média de expectadores na última década, passam a ser considerados obsoletos. Estádios como a Vila Belmiro (do Santos), Alfredo Jaconi (do Juventude de Caxias do Sul) e Orlando Scarpelli (do Figueirense de Florianópolis) são exemplos enquadrados no novo modelo. Surge, em relação ao novo paradigma, um novo conceito: “*caldeirão*”, que significa estádio (espaço físico) com condições ideais para que a torcida possa exercer pressão sobre os adversários. O termo, apropriado da alcunha do antigo Joaquim Américo, o *Caldeirão do Diabo*, passou a ser usado para designar, por exemplo, os estádios citados acima.

O segundo paradigma é o da modernidade. Também substituindo o antigo modelo dos grandes estádios, hoje considerados desconfortáveis, distantes, mal-acabados e desestruturados. Conceitos como funcionalidade, conforto, consumo, marketing, organização e tecnologia passam a compor a lista de quesitos do novo padrão de estádio. Neste caso, mesmo tendo como exemplo único no Brasil a Arena da Baixada, releva-se que outros clubes de grande porte já lançaram como meta a construção de estádios com estas características. Corinthians e Palmeiras, de São Paulo, e o Flamengo, do Rio de Janeiro, são equipes que planejam construir estádios menores e mais modernos.

Na maioria das vezes que a imprensa debate a questão dos estádios brasileiros, a Arena da Baixada é considerada a referência. Prova é a sua utilização pela Confederação Brasileira de Futebol como modelo de estádio para a campanha para a realização da Copa do Mundo de 2014.

Associando a identidade histórica do estádio à identidade clubística do torcedor atleticano, os jornalistas Vinícius Coelho (“coxa-branca”) e Carneiro Neto (atleticano) justificam que: “o centro nervoso rubro-negro continua sendo a Baixada, onde nasceu o Internacional em 1912, e onde se realizou o primeiro jogo oficial do Campeonato Paranaense, entre América e Internacional, em 1915. O estádio Joaquim Américo é a fonte de energia atleticana.” (Carneiro & Coelho 1994: 31).

---

*André Mendes Capraro é Mestre em História pela UFPR e doutorando na mesma instituição.*

## NOTAS

---

- 1 Recursos técnicos foram usados para acentuar o contraste e a cor da foto com a finalidade de facilitar a visualização.
- 2 Termo utilizado até atualidade, principalmente pelos meios de comunicação de massa. Visa-se, provavelmente, diferenciar o nome popular do clube – “Atlético” – de outros clubes homônimos. Cabe ressaltar que a designação mais utilizada nas transmissões televisivas é o termo: Atlético – o furacão da baixada.
- 3 Ano da composição da primeira versão do hino do Clube.
- 4 Especificamente até 1986, ano em que o clube jogou sua última temporada no estádio Joaquim Américo, passando, então, a realizar suas partidas no estádio do Pinheirão – de propriedade da Federação Paranaense de Futebol.
- 5 Destaca-se o estádio Major Antonio Couto Pereira, pertencente ao Coritiba Football Club; a Vila Olímpica do Boqueirão, pertencente ao Pinheiros Esporte Clube (hoje Paraná Clube); o estádio Dorival de Britto, pertencente ao Ferroviário (também antecessor ao Paraná Clube), além do estádio do Pinheirão pertencente a Federação Paranaense de Futebol.
- 6 *Mineirão* (inaugurado em 1965), *Castelão* (inaugurado em 1973), *Serra Dourada* (inaugurado em 1975) e o próprio *Pinheirão* (inaugurado em 1985), entre outros.
- 7 Como o *Olimpico* do Grêmio de Foot-ball Porto Alegre (inaugurado 1954), o *Beira Rio* do Sport Club Internacional (inaugurado em 1969), o *Morumbi* do São Paulo Futebol Clube (inaugurado em 1960), e o Couto Pereira do Coritiba Football Club (inaugurado em 1932, mas, com substancial ampliação, re-inaugurado em 1977).
- 8 Termo utilizado pelo próprio torcedor: “o santuário rubro-negro”.
- 9 O clube terminou a primeira fase da competição (classificatória) na quinta colocação.
- 10 Cita-se, como exemplo, o depoimento, nos meios de comunicação, do jogador Djalminha do Palmeiras que, após a derrota por 2x0, afirmou que era impossível vencer na Baixada devido à pressão da torcida.
- 11 Especulou-se que os motivos para exibição da matéria fora o seguinte: o presidente do CAP, Mario Celso Petraglia, também era presidente do “Clube dos 11”, responsável por negociar o direito dos clubes não pertencentes ao “Clube dos 13” com a empresa de transmissão via cabo TVA (concorrente direta da NET - Rede Globo), acentuando o problema no jogo válido pelas quartas de final, Atlético-PR X Atlético-MG, a Rede Globo foi proibida de entrar no Estádio Joaquim Américo.
- 12 O Clube, no ano de 1998, realizou novamente a maioria dos seus jogos no estádio do Pinheirão, propriedade da Federação Paranaense de Futebol; e no Estádio Dorival de Britto (Vila Capanema) pertencente ao Paraná Clube.
- 13 Acentuando o caso, as duas outras equipes de Curitiba faziam promoções de ingressos, variando o preço da arquibancada entre R\$ 5,00 e R\$ 1,50. Contra este fato, a diretoria do CAP afirmou que o ingresso era mais caro devido à infra-estrutura da Arena que nada devia aos estádios europeus.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

---

- BAÊTA, Luiz F. 1982. "Na Zona do Agrião: Algumas Mensagens Ideológicas do Futebol". In Roberto DaMatta (org). *Universo do Futebol: esporte e sociedade brasileira*. Rio de Janeiro: Pinakotheke.
- BISCAIA, Evaristo. 1996. *Coisas da cidade*. Curitiba: Farol do Saber.
- CALDAS, Waldenyr. 1991. *O Pontapé Inicial: memória do futebol brasileiro*. São Paulo: Ibrasa.
- COELHO, Vinícius & CARNEIRO Neto. 1994. *Atletiba*. Curitiba: Dos Autores.
- DAMATTA, Roberto (org). 1982. *Universo do Futebol*. Rio de Janeiro: Pinakotheke.
- DAMO, Arlei S. 1999. "Ah! Eu sou gaúcho! O nacional e o regional no futebol brasileiro". *Estudos Históricos* (Esporte e Lazer). 23: 87-118.
- ELIAS, Norbert. 1994. *A Sociedade dos Indivíduos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- \_\_\_\_\_ & SCOTSON, John L. 2000. *Os Estabelecidos e Outsiders*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- GINZBURG, Carlo. 1989. *A Micro-História e outros ensaios*. Lisboa: Difel.
- \_\_\_\_\_. 1996. *Mitos, Emblemas e Sinais*. São Paulo: Companhia das Letras.
- \_\_\_\_\_. 1998. *O Queijo e os Vermes*. São Paulo: Companhia das Letras.
- LUCENA, Ricardo de F. 2001. *O Esporte na Cidade*. Campinas: Autores Associados.
- MACHADO, Heriberto I. & HOERNER Jr, Valério. 1994. *Atlético a Paixão de um Povo*. Curitiba: Dos autores.
- MEIHY, José C. S. B. & WITTER, José S. 1982. *Futebol e Cultura: coletâneas de estudo*. São Paulo: Imprensa Oficial.
- MELO, Victor A. 2001. *Cidade Sportiva*. Rio de Janeiro: Relume-Dumará.
- MOURA, Gisella. de A. 1998. *O Rio corre para o Maracanã*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.
- NEGREIROS, Plínio. J. L. 1997. "O estádio do Pacaembu". *Coletânea do Encontro de História do Esporte, Lazer e Educação Física*, 5, Maceió: Editora da UFAL.
- PRONI, Marcelo W. 2000. *A Metamorfose do Futebol*. Campinas: Instituto de Economia da Unicamp.
- SEVCENKO, Nicolau. 1998. *História da Vida Privada no Brasil (vol. III)*. São Paulo: Companhia das Letras.
- SOARES, Antônio J. 1998. "Racismo Contra o Vasco e a Fundação da AMEA: uma história de identidade". *Coletânea do Encontro de História do Esporte, Lazer e Educação Física*, 6, Rio de Janeiro: Editora Central da Universidade Gama Filho.
- TOLEDO, Luiz H. 1996. *Torcidas Organizadas de Futebol*. Campinas: Autores Associados.
- \_\_\_\_\_. 2000. *No País do Futebol*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

## **O estádio Joaquim Américo – a “Arena da Baixada” – e a identidade clubística do torcedor do Clube Atlético Paranaense**

### **RESUMO**

---

Utilizando instrumentais metodológicos da história e da antropologia, através da teoria Micro-histórica associada a uma pesquisa de campo, este artigo visa, através de uma abordagem etnográfica, demonstrar como o torcedor do Clube Atlético Paranaense, criou um forte vínculo de identidade com seu estádio, sobrepujando até a identificação clubística com elementos mais comuns como: as cores do clube, símbolos, mascotes, ou os próprios jogadores.

**PALAVRAS-CHAVE:** Torcidas de futebol, identidade clubística, Arena da “Baixada”

## **Joaquim Américo Stadium – the “Arena da Baixada” – and the club identity of Clube Atlético Paranaense’s fans**

### **ABSTRACT**

---

Using methodological tools of both history and anthropology, through the theory of micro-history associated with a fieldwork research, this paper aims, through ethnographic approach, to demonstrate how the fans of *Clube Atlético Paranaense* created a strong identity link with the team’s stadium, surpassing even team identification with other far more common elements, such as the team’s colors, symbols, mascots and even its players.

**KEY WORDS:** football twisters, club identity, Baixada’s Arena