

*A lógica do “elefante branco”:  
obsolescência programada do espaço  
na Copa de 2014*

*La lógica del “elefante blanco”: obsolescencia  
programada del espacio en el Mundial de 2014*

*The logic of the White Elephant: programmed  
obsolescence in space on the World Cup 2014*

Glauco Roberto Gonçalves  
Universidade de São Paulo  
glauco.goncalves@usp.br

---

**Resumo**

Este artigo visa compreender a constituição e reprodução da cidade tornada cenário por meio da produção espetacular do espaço destinado à Copa do Mundo de 2014<sup>1</sup>. Buscamos, neste sentido, desvendar a lógica e as partes constitutivas desta produção espacial por um dos seus meios de efetivação: os chamados “elefantes brancos”. Esta expressão idiomática, já bastante popularizada e difundida no vocábulo corrente, refere-se às obras, sobretudo de grande porte, que tem uso e validade limitado e que depois caem em desuso e abandono. Tentaremos mostrar – com o imprescindível auxílio dos autores Guy Debord, Henri Lefebvre, Karl Marx e Robert Kurz, entre outros – que a produção espacial do urbano ganha uma importância significativa na reprodução das relações sociais de produção; a obsolescência programada do espaço passa a ser necessária, em giros cada vez mais rápidos, para assegurar a realização do valor de troca na espacialidade. Os chamados “elefantes brancos” cumprem, portanto, um papel nada ocasional de executar a máxima do espaço descartável, posta em curso por intermédio do planejamento fugaz.

**Palavras-chave:** elefante branco, planejamento fugaz, cidade como cenário.

---

---

<sup>1</sup> Este artigo é parte da pesquisa de doutorado em curso no programa de Geografia Humana da Universidade de São Paulo, orientado pela Profa. Dra. Odette Carvalho de Lima Seabra.

### Abstract

The present article it aims to understand the constitution and reproduction of the city as a scenario by the process that produces a *spectacular space* for the World Cup 2014. Therefore we seek to reveal the logic and constituent parts of this space production through one of it's realization forms: the so-called "white elephants". This idiom is quite popularized and spread in Brazil, it refers to building projects (especially large ones) that have limited use and validity, falling quickly into disuse. On the attempt to show – with the indispensable aid of authors such as Guy Debord, Henri Lefebvre, Karl Marx and Robert Kurz, among others – that the urban' space production gains significant importance on the reproduction of social relations of production; space' planned obsolescence becomes required to ensure the realization of exchange value in spatiality. Thereby the so-called "white elephants" play the role of performing the maximum of disposable space, put through the current elusive urban planning.

**Keywords:** white elephant, elusive urban planning, city as a scenario.

---

### Resumen

Este artículo tiene como objetivo comprender la constitución y reproducción la ciudad escenaria rendida por la producción de espacio espectacular para el Mundial de 2014. Buscamos en este texto revela las partes lógicas y constituyente de este espacio de producción de uno de sus medios de realización: los llamados "elefantes blancos". Esta expresión, ya muy popularizado y se extendió la palabra actual se refiere a las obras, especialmente las grandes, tiene el uso y la validez limitada y luego caer en desuso y abandono. Trata de demostrar - con la ayuda indispensable de los autores Guy Debord, Henri Lefebvre, Karl Marx y Robert Kurz, entre otros - que la producción de espacio urbano gana significativa importancia en la reproducción de las relaciones sociales de producción, el espacio se convierte en la obsolescencia programada requerida en giros cada vez más rápido, para asegurar la realización del valor de cambio de la espacialidad. Los llamados "elefantes blancos" producen el espacio desechable, puesto en curso a través de la planificación fugaz.

**Palabras clave:** elefante blanco, la planificación efímera, ciudad escenaria.

---

## Introdução

De quatro em quatro anos a Fifa<sup>2</sup> escolhe uma país para sediar a Copa o Mundo. Depois de eleito, o país deve então se adequar as inúmeras exigências feitas pela entidade máxima do futebol, a Fifa. Sobretudo nas últimas duas décadas essas exigências vem crescendo ininterruptamente e junto com elas crescem o número de telespectadores e de patrocinadores ligados ao

---

<sup>2</sup> Fundada em Paris no ano de 1904 com a participação de sete países (Bélgica, Dinamarca, Espanha, França, Holanda, Suécia e Suíça) a Fédération Internationale de Football Association cresce ininterruptamente desde então, contando em 1914 com 23 países-membros. Em 1934 atingiu a marca de cinquenta países-membros e no começo do século vinte um já contava com mais países-membros do que a ONU. (FRANCO JUNIOR, 2007: 48)

evento; como cresce também o lucro da Fifa a cada nova Copa do Mundo realizada nas últimas décadas<sup>3</sup>.

O espaço então é produzido por um conjunto de agentes dedicados a montar este palco, sendo, no caso de 2014, o Estado brasileiro seu principal financiador; tendo a Fifa a incumbência de exigir a quantidade e a qualidade das obras e dos seus realizadores, tendo ainda as construtoras um importante papel na execução das obras.

A transformação do espaço das cidades brasileiras que serão sede na Copa de 2014 colocam a possibilidade de entendimento de uma forma de planejamento que se destina à realização de um único evento, fazendo com que a cidade seja produzida para, neste caso, atender as demandas dos turistas e da Fifa (assim como de seus patrocinadores) para a realização da Copa. Com isso as necessidades dos moradores são relegadas a segundo plano, visto que nem sempre, ou quase nunca, as necessidades impostas pela Fifa são condizentes com as necessidades da população que mora nestas cidades sedes.

A espacialidade das cidades escolhidas tem papel central e adquire novas condições e contradições nesse voluptuoso aumento de dinheiro arrecadado pela Fifa. A cada nova Copa proliferam novos estádios, assim como novas obras estruturais nas cidades que receberão os jogos. Essas novas obras devem atender, sobretudo, os interesses da Fifa e de seus patrocinadores, que exigem cidades adequadas para circulação turística voltada à Copa, mas também para que as imagens das marcas, assim como os produtos das empresas patrocinadoras da Fifa sejam vendidos de forma impecável ao mundo todo.

Assim, a Fifa se lança nos negócios com o espaço inaugurando uma nova concepção de produção e de comercialização do espaço urbano centrado na venda da imagem da cidade, que se torna um grande painel de propaganda. Esse novo ramo de negócios do espaço depende, entretanto, do país sede que se vê obrigado a destinar recursos, dar garantias de adequação e até mesmo realizar mudanças jurídicas para viabilizar a venda do espaço urbano como imagem.

---

<sup>3</sup> “A Copa do Mundo revelava-se um negócio extraordinário, com audiência que dava saltos constantes: 5 bilhões acumulados de telespectadores em 1982, 8 bilhões em 1986, 32 bilhões em 1990.” (FRANCO JUNIOR, 2007:117). Quando começou a ser televisionada, em 1954, a Copa praticamente não tinha praticamente valor de mercado. Em 1978 o preço dos direitos televisivos atingiria a marca de 15 milhões de euros, em 1982 foi para 30 milhões de euros, chegou a 50 milhões de euros em 1986, 60 milhões em 1990, 72 milhões em 1994, 84 milhões em 1998 e deu um largo salto em 2002 atingindo a marca de 853 milhões de euros. Em 2006 esse montante segue crescendo: 991 milhões de euros. (FRANCO JUNIOR, 2007:123/124) Em 2010 o dinheiro arrecadado com direito televisivo foi de 2,64 bilhões de euros (incluídos aqui também os patrocínios).

A Copa de 2014, com todo o peso que incide sobre o espaço, põe em evidência a necessidade de estudar a importância que os espaços de lazer tem na urbanização e na reprodução do capital no mundo contemporâneo. Isso porque “a reprodução das relações de produção não coincide mais com a reprodução dos meios de produção;” (LEFEBVRE, 2008: 47) ela passa a se realizar no espaço dos lazeres, sendo o futebol e a Copa do Mundo um dos principais meios de sua efetivação.

Na medida em que o futebol foi tornado negócio, como atesta Seabra (2008), a Fifa tornou-se uma multinacional grandiosa e sua atuação sobre a produção do espaço já não pode mais ser entendida como eventual ou secundária. Por isso, a realização da Copa de 2014 é um momento em que está posta a possibilidade de desvendar a atuação da Fifa como uma potente produtora de espaço, o que possibilita entender novas concepções e estratégias do capital se (re)produzindo ao (re)produzir o espaço.

Neste contexto torna-se imprescindível localizar as novas formas e estratégias de participação do Estado e do Capital na produção dos espaços de lazer, configurando um momento fundamental do processo de urbanização e do capitalismo contemporâneo (GONÇALVES 2011). O futebol constitui-se então como um momento importante nas relações sociais e na reprodução do capital na esfera dos lazeres, entretenimentos e esportes; sendo provavelmente o principal expoente no lucrativo universo do tempo livre. Ele, o futebol, ganha uma dimensão sem precedentes no século vinte um, um vigoroso lugar de reprodução o capital.

Os assim chamados “elefantes brancos” cumprem um papel relevante no bojo das incessantes, e muitas vezes insanas, construções e transformações realizadas no espaço urbano, neste nosso caso, mais precisamente, voltados à Copa do Mundo de 2014. Eles são um momento, uma passagem necessária para a realização da cidade posta como cenário.

A produção das cidades como cenário se dá no processo de *precificação*<sup>4</sup> do espaço urbano num novo estágio. Esta *precificação* (da paisagem em detrimento do uso) coloca a necessidade e justifica a remoção de contingentes populacionais das cidades que serão sede da Copa de 2014, sendo necessário um estudo que busque compreender o entrelaçamento do espaço urbano, ao mesmo tempo, como mercadoria e imagem, gerando a remoção

---

<sup>4</sup> O próprio termo “valorização” deve ser repensado. Levando em conta as premissas desenvolvidas por Marx nos Grundrisse (MARX, 2011) assim como no Capital (MARX, 1985), a produção de valor se dá na relação entre capital e trabalho, ou seja, o trabalho é a substância do valor. Kurz (2004) é enfático ao afirmar que o crescente desenvolvimento das forças produtivas minou a capacidade do capital explorar trabalho, o que gerou uma crise da valorização do valor atrelada à queda tendencial da taxa de lucro.

(forçada diretamente por meio de desapropriações, ou forçada indiretamente por meio do aumento do preço do solo urbano) de milhares de pessoas das cidades sedes. Neste sentido, a Copa é pretexto para o maior projeto de segregação urbana em curso no país, provavelmente um dos maiores da história do Brasil. Por isso, entendemos que é relevante compreender como as cidades escolhidas para sediar a Copa de 2014 serão transformadas e como atuam os principais envolvidos nesta transformação.

Então, o desenvolvimento de uma teoria que avance na caracterização da cidade como cenário, sendo vendida (e consumida) enquanto imagem requer a compreensão do peso que o espaço urbano adquire na reprodução das relações de produção num momento em que a abstração real se realiza realizando o espaço abstrato. Porém, a efetivação da cidade como cenário, trás novas contradições, e exige um conjunto de normas e medidas que se aplicam na materialidade urbana e nos seus moradores, impondo novas formas de segregação, de remoção e de fragmentação, pondo a necessidade de entender as formas violentas que o capitalismo se impõe no espaço urbano (real) para vendê-lo enquanto imagem.

O caso brasileiro, possui certamente peculiaridades que agravam este processo, pois como as cidades sedes em geral padecem de estrutura adequada, as obras da Copa, sobretudo as de transportes urbanos destinam-se a atender a demandas deste evento o que não necessariamente condiz com as demandas da cidade e de locomoção diária de sua população. Ou seja, há cidades que não possuem metros e/ou corredores de ônibus em trajetos bastante utilizados, mas -prometem os organizadores da Copa- terão estes transportes construídos em direção aos estádios. Para trabalhar e ir para casa os habitantes das cidades brasileiras que receberão a Copa, de maneira geral, não tem acesso a boa rede de transporte, mas para ir ver um jogo da Copa do mundo possivelmente terão. De modo que a lógica dos “elefantes brancos” da Copa de 2014 transcende a simples construção de estádios que provavelmente se tornaram inúteis pós Copa de 2014, abarcando uma rede inteira de transformações e construções<sup>5</sup> como a rede de transportes que estarão necessariamente vinculadas aos estádios: epicentros do *espaço descartável*.

---

<sup>5</sup> Leia-se também aqui: desapropriações, especulação imobiliária, destruição de referências urbanos, fim de relações de vizinhança, expulsão de moradores tradicionais pelo aumento dos preços do solo urbano nas áreas envolvidas, entre outras conseqüências. Por isso aonde se diz transformações, obras e construções da Copa deve se ler contradições e estratégias de reprodução do capital no espaço e não um conjunto inquestionável de obras que trarão benefícios aos cidadãos, sobretudo os mais pobres.

## **A produção do espaço e o elo entre o “elefante” e a obsolescência.**

Convém desvendar e situar os motivos de realização destes “elefantes brancos”. Até que ponto estas obras devem ser compreendidas como simples falta de planejamento ou de incompreensão das demandas do lugar em que é realizada? Não seriam os “elefantes brancos” uma necessidade de realização do capital através do espaço, de modo que sua não utilização permite a realização de novas obras, e por conseqüência a reprodução do capital sobre o espaço como mercadoria? As cidades tornadas cenários não recolocariam os equipamentos urbanos não utilizados em nova condição, visto que agora eles devem ser vistos e propagados e não mais usados?

Para entendermos a lógica da construção de elefantes brancos devemos, antes de mais nada, partir do entendimento de que o espaço, nesta sociedade capitalista, é uma mercadoria. E sujeito a esta condição para se realizar ele deve ser constantemente produzido e reproduzido<sup>6</sup>. Mas, recorremos a Lefebvre (2000), para afirmar que a produção do espaço não é como a de qualquer outra mercadoria. Ele é, simultaneamente, produzido e produtor, ocupando um lugar estratégico nas relações de produção e na reprodução das relações sociais de produção (LEFEBVRE: 2000). Por isso o espaço já não pode mais ser concebido como passivo, nem simplesmente como um “nível” ou um “plano” (LEFEBVRE, 2000) visto que sua (re)produção é condição para todas as demais (re)produções. A produção do espaço materializa e expõe as contradições e intenções do meio de produção vigente e de seus agentes políticos e econômicos.

Os termos da (re)produção do espaço são recolocados e suas contradições ganham novos contornos a cada novo contexto, a cada novo momento do movimento do capitalismo. Por isso deve ser refutada qualquer interpretação ontológica do espaço, visto que sua (re)produção deve ser considerada como parte constitutiva das relações sociais e econômicas de produção. As transformações realizadas nas cidades escolhidas para sediar a Copa de 2014 representam um novo estágio e uma nova concepção de reprodução do capital produzindo o espaço abstrato e enquanto abstração. Isso porque, entendemos o espaço como um produto social (LEFEBVRE, 2000). O espaço, enquanto produto social, intervém, é parte, das relações de produção e das forças produtivas. Ele é, simultaneamente base, estrutura e superestrutura. Por isso, sua existência e sua compreensão -enquanto produtor e produzido, e ao mesmo tempo como suporte das relações sociais e econômicas- deve ser dialética (LEFEBVRE, 2000: 20).

---

<sup>6</sup> “Para tornar-se sempre mais idêntico a si mesmo, para se aproximar ao máximo da monotonia imóvel, o espaço livre da mercadoria é doravante modificado e reconstruído a todo instante.” (DEBORD, 1997: 112).

Caracterizamos aqui, provisoriamente, esta concepção de planejamento voltado para um único evento (Copa de 2014) como *planejamento fugaz*, sua realização efêmera vem ao encontro das necessidades postas ao espaço como mercadoria. Assim buscaremos os elementos que fundamentam a produção deste *espaço descartável*, reconhecido e identificado na linguagem popular como “elefante branco”. Isso porque entendemos que a realização destes *espaços descartáveis* não são despropositadas ou ainda mal planejadas, como costumeiramente seu entendimento se dá. Trata-se, isto sim, de uma estratégia de reprodução do espaço em sua condição mercadológica, pois para se realizar a mercadoria precisa circular, e “fazer circular” o espaço exige estratégias um tanto diferentes de outros produtos mais simples, menos complexos.

Convém, a partir disso, recorrer ao entendimento proposto por Damiani (2004) sobre a “urbanização crítica”, processo este tem em suas características a obsolescência como condição necessária aos girou cada vez mais rápidos, e desesperados, do capital buscando no espaço formas e estratégias para sua reprodução.

O mundo das massas despossuídas é a urbanização crítica. O mundo de uma economia que se realiza criticamente é a urbanização crítica. O urbano como centralidade de culturas, festas, desejos, encontros, necessidades, que é negado, é a urbanização crítica. O mundo do dinheiro, da equivalência, que nos seus fundamentos e subterrâneos, move-se como relações de não equivalência, de exploração do trabalho, de expropriação de meios de vida e de produção, de embate entre as formas do dinheiro – a do dinheiro como medida de valor e como meio de circulação, sintetizadas na forma dinheiro como capital – é a urbanização crítica. A tábua rasa da história, o seu varrer, a produção da obsolescência precece dos produtos vários, incluindo a cidade, para afirmar novos produtos, é a urbanização crítica. (DAMIANI, 2004: 39)

Se a “urbanização crítica” põe em curso a lógica da obsolescência sobre/na cidade, como nos mostra Damiani (1999), nas outras mercadorias tal estratégia não é nova. Foi na década de 1920 que tal operação mercadológica foi iniciada. Não é ao acaso que tal concepção foi sendo implementada junto da disseminação da produção industrial. A expansão industrial, bem como a reprodução ampliada de seu capital, certamente não teriam se realizado do mesmo modo sem esta “carta na manga”. Também conhecida como “descartalização” esta estratégia de mercado foi sendo aprimorada, ou melhor: embrutecida pela constante e ininterrupta necessidade de reprodução ampliada do capital. Sobretudo pós crise de 1929 as empresas passaram a produzir mercadorias menos duráveis com o intuito de gerar mais empregos e de ter um

produto final mais barato. Atualmente não é raro mercadorias serem produzidas com tempo limite de funcionamento pré-estipulado pelo fabricante. No limite desta voraz estratégia os produtos valem até sua data de garantia, ou um pouco mais do que isto. São incontáveis os exemplos e formas de realizar a obsolescência programada. Além do tempo de funcionamento estipulado de funcionamento, são feitos, por exemplo computadores portáteis que não possibilitam atualizações, celulares que não podem ser consertados ou roupas que só podem se usadas em uma única estação seja por que saem de moda ou por que se desgastam rapidamente<sup>7</sup>. De forma que a obsolescência programada pode ser forçada com a quebra ou inatividade pré-programada; ou pode ser “sugerida” por meio de novas tecnologias ou tendências ou mesmo pela sedução e ridicularização. Nesta segunda opção, que passou a ser executada a partir da década de 50, a propaganda e os meios de comunicação cumprem um papel relevante. Não deixa de ser curioso notar que tal renovação das mercadorias passa pelo incessante processo de convencimento e manipulação. Aqui é impossível não relacionarmos os caminhos de realização da obsolescência programada com o fetiche da mercadoria e com a sociedade do espetáculo. A produção do desejo torna-se tema da indústria e até mesmo, de políticas governamentais. O desejo produzido limita-se ao consumo, e por isso, precisa ser constantemente reproduzido. Então, a reprodução ampliada do capital torna-se também a produção ampliada do desejo. Em suma, inevitavelmente: a produção do desejo impede qualquer um de desejar, pois a produção de *desejos hegemônicos e homogêneos* captura e inviabiliza seus contrários.

A confusão estabelecida no bojo da cotidianidade entre a necessidade e o desejo, associa-se à obsolescência, ambos industrialmente produzidos, realizando e possibilitando novas tentativas de reprodução ampliada do capital. Lefebvre (1961) abordou a dialética entre necessidade e desejo já posta em sua inerente relação com a mercadoria. O que as pessoas querem, o que elas precisam querer passou a ser tema de suma importância para o capitalismo. O autor mostrou que a transição entre necessidades e desejos passou a ter cada vez mais complexidade no plano do cotidiano na medida em que a mercadoria nele se estabeleceu.

A complexidade que a cotidianidade obteve na reprodução do capital não se dissocia da espacialidade. As transformações nas cidades sedes de 2014 nos permite avançar na compreensão desta relação entre espaço, cotidiano e capital em sua frenética busca pela reprodução ampliada. A obsolescência

---

<sup>7</sup> O primeiro caso embora pareça menos programado ou eficaz, vem funcionando com maestria e nos permite evidenciar que as estratégias de publicidade e de marketing permitem ampliar as formas de realização da obsolescência programada, e mostram o poder de persuasão na venda e no descarte de produtos.



programada do espaço requer um amplo conjunto de ações de convencimento e persuasão. Tal caminho se dá em uma somatória que reúne, mais uma vez, Estado, Fifa e demais empresas interessadas nos bilionários negócios da Copa. Estes agentes atuam sobre o lastro passional que possui o futebol, usam em seu favor para convencer a população uma tal *acumulação primitiva da paixão futebolística*. O que em princípio parece difícil: convencer a população de que vai ser bom gastar bilhões de reais dos cofres públicos para produzir uma espacialidade com prazo de validade extremamente curto torna-se relativamente fácil com poucos argumentos (mas muito acúmulo de desejos e paixões produzidos e geridos).

O espetáculo, não como o Grande Irmão de Orwell, mas como o conjunto de relações sociais mediados por imagens (para muito além das mídias) se apodera do lastro de paixão e da potência (emocional, criativa) do futebol. A paixão pelo clube dura a vida toda! E não há dúvida de que o capital sabe e se aproveita disso. Talvez não haja outro produto que carregue tamanha força e fidelidade (para a inveja das companhias aéreas) do que os times de futebol. O futebol torna-se cada vez mais importante pois oferece a possibilidade de reproduzir de forma mais ou menos perene uma mercadoria que é constituída de paixões. O futebol, talvez por seu lastro acumulado no vivido, mostra-se quase imune à *queda tendencial do valor de imagem*. Ele é quase um remédio (Veneno-Remédio) para a decomposição inevitável que assola o espetáculo.

Nem a obsolescência das mercadorias banais, nem a do espaço podem ser obstruídas por meios legais. No que se refere à legislação brasileira, ainda que a Lei 12.305, de 2 de agosto de 2010, que instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos, criada com base no citado artigo 225 da Constituição Federal tenha como uma de suas finalidades responsabilizar o produtor pelos produtos descartados que ele produziu, ela é inócua no que tange à regulamentar, proibir ou interferir de alguma forma as estratégias de realização da obsolescência programada. Mesmo o Código de Defesa do Consumidor (art. 6º, II e III) não ampara em sua totalidade esta nefasta estratégia comercial. Só garante o direito à educação e informação correta e clara sobre os produtos, mas não impede a produção e realização da obsolescência ou descarte.

É notório lembrar que a produção dos espaços descartáveis não é uma particularidade brasileira, nem tão pouco aqui iniciada. Se aqui o termo “elefante branco” se popularizou é possível que em outras línguas, em outras partes do mundo, outras expressões sirvam para a mesma designação. O caso das Olimpíadas de Atlanta (1996) é emblemático. Conhecido como “jogos Coca-Cola”, a cidade realizou com maestria a obsolescência programada do espaço. Logo após o término dos Jogos. O estádio olímpico foi drasticamente

reduzido, a vila olímpica foi erigida sob estruturas desmontáveis e desmontada foi imediatamente após os Jogos. Atenas (2004) é mais um exemplo sintomático: das vinte e quatro instalações construídas para os Jogos apenas duas vem sendo usadas efetivamente.

O fenômeno dos “elefantes brancos” tem uma importância relevante na economia política do espaço e na reprodução do urbano. Se antes a obsolescência limitava-se a mercadorias como carros, sapatos, roupas, eletrodomésticos, etc.; agora sua realização avança também sobre o espaço. E não seria possível compreender a lógica de produzir para durar cada vez menos se não recorrermos aos fundamentos de realização e da necessidade incessante de reprodução ampliada do capitalismo tratadas por Marx (1985)<sup>8</sup>. A sociedade capitalista para tentar não entrar em crise deve, a cada novo ciclo reprodutivo, superar quantitativamente o ciclo anterior.

### **Manaus, Cuiabá, Natal e Brasília: a manada branca em curso.**

Das doze cidades que serão sede da Copa do Mundo no Brasil as quatro cidades no subtítulo acima são as que escancaradamente se movem para liderar o escandaloso desperdício de dinheiro público<sup>9</sup>. É pouco provável que algumas destas cidades recebam mais do que 4 jogos da Copa do Mundo de 2014, sendo todos os jogos a serem realizados na primeira fase. É importante ressaltar isso, visto que é recorrente o argumento de que os investimentos nas cidades sedes se justificam pelo grau de exposição, por serem vistas ao longo do mundo. Ou seja, somadas as cidades de Manaus, Cuiabá, Natal e Brasília os gastos só com a construção e reforma de estádios ultrapassa os 2 bilhões de Reais destinados à realização de, somadas as quatro cidades, 16 jogos da primeira fase da Copa de 2014. Tornando evidente que a promoção espetacular destas cidades por meio de sua imagem autonomizada é bastante cara. Na tentativa de garantir o seu lugar ao sol em meio às cidades cenários mundialmente reconhecidas as cidades sedes de 2014 apostam alto nos seus pesados (pesadelos?) elefantes brancos.

Cálculos mostram ainda que a manutenção de um estádio representa cerca de 1% do valor total investido em sua construção, o que servirá de justificativa para a posterior demolição e reprodução do espaço destinado aos estádios.

Manaus constrói um estádio para 43 mil pessoas a um custo que já ultrapassa os 530 milhões de Reais. A média de público do campeonato local

---

<sup>8</sup> Ver capítulo XXI do Livro III

<sup>9</sup> Em 26/2/2011 o Tribunal de Contas da União (TCU) indica que 98,56% do dinheiro necessário para as obras sairá dos cofres públicos.

depois de 35 partidas é de 429 pagantes. Nenhum jogo do campeonato amazonense de futebol ultrapassou os mil espectadores. Se somado o público das 35 partidas realizadas teremos o total de 15.013 pessoas, o que corresponde a apenas 15% da capacidade total do estádio que está sendo construído<sup>10</sup>. Cada jogo recebeu menos que 1% da capacidade do estádio em construção.

Convém lembrar ainda que na cidade de Manaus não há um único time de futebol que esteja nas séries A, B e C do Campeonato Brasileiro. A mais de seis anos nenhum clube do estado do Amazonas conseguiu jogar todas as fases da série D do Brasileirão. O campeão amazonense de 2011, o Penarol de Itacoatiara foi eliminado na disputada da série de 2012 em meados de Agosto, restando tão somente ao Nacional de Manaus, campeão estadual desta temporada, representar o Amazonas na série D de 2012.

Vale a pena dizer também que o melhor público em uma partida do campeonato amazonense foi no jogo Penarol X Holanda, com 938 pessoas, mas este jogo foi realizado na cidade de Itacoatiara. Já o menor público, este sim foi em Manaus, no jogo Operário X Penarol com a presença de 84 testemunhas. Em 22 jogos (63% do total) o público não ultrapassou 500 pessoas.

No dia 29 de Agosto de 2012, o vice-governador do estado do Amazonas, José de Melo, acompanhando o secretário-geral da Fifa, Jérôme Valcke, foi questionado sobre a construção de um elefante branco em Manaus. Disse ele:

Não poderíamos gastar um dinheiro dessa ordem [cerca de 532 milhões de R\$] só para a Copa. Para que a arena não vire [um elefante branco], tenho confiança que o futebol do Amazonas possa ser dotado de times de valor e contratações fortes para que esse estádio seja palco da primeira e da segunda divisões (MELO, 2012).

Como é possível sair 532 milhões de reais dos cofres públicos para depois contarmos com contratações grandiosas de times inexpressivos para salvar o dinheiro e o estádio público? Certamente não se trata de irracionalidade, mas sim de uma certa racionalidade.

Em Cuiabá, a condição se repete. A média de público pior jogo é de 392 torcedores. A capacidade de público do “Verdão”, em construção para a Copa, é de 43 mil pessoas. Mesma capacidade do estádio de Manaus. E não por um acaso, já que a Fifa exige estádios com capacidade mínima de público na

---

<sup>10</sup> Dados retirados do artigo: “Lembranças, elefantes e calotes.” no blog de José Cruz ([www.josecruz.blogspot.com.br](http://www.josecruz.blogspot.com.br)). Consultado no dia 22 de Março de 2012 às 22:33)

ordem de 40 mil pessoas. O custo preliminar do “Verdão” é de 518 milhões R\$.

Diferente do que foi previsto no projeto de candidatura para ser sub-sede, o Estádio Governador José Fragelli, “O Verdão” não foi reformado e sim demolido, para que fosse construída, no mesmo local, a nova arena da Copa de 2014, a Arena Pantanal, uma arena multiuso. [...]

Convém destacar que Cuiabá não possui nenhum time de futebol, expressivo nacionalmente, que participe, nem na primeira e nem na segunda divisão do Campeonato Brasileiro, ou seja, não tem nenhum time de destaque, o que coloca em dúvidas a utilização do estádio depois da Copa [...]

A derrubada do antigo estádio, que havia sido inaugurado em 1976 e que possuía capacidade para 46 mil pessoas, foi justificada em função dos gastos. A Agecopa alegou que seria muito mais caro modernizar o antigo estádio, do que construir um novo. A explicação dada para utilizar o mesmo local ocupado pelo antigo “Verdão” é de que a área ocupada pelo antigo estádio era subutilizada e, por meio da construção de uma arena multiuso, tal fato deixaria de ocorrer, ao mesmo tempo em que, com a escolha por permanecer no mesmo lugar a nova arena seria responsável pela requalificação urbana do entorno (SILVA, 2011).

Parece impossível, mas ainda mais assustador é o caso de Brasília que constrói um estádio para 73 mil pessoas e tem média de público de 600 torcedores. Tendo como base a média global de gastos com manutenção de estádios, Brasília gastará cerca de 1 milhão R\$ com a manutenção do novo estádio Mané Garrincha.

O caso de Brasília é especial também por seu potencial imagético e seu reconhecimento internacional. A “cidade obra de arte” expoente maior da arquitetura moderna brasileira, nasceu cenário e ao longo dos últimos sessenta anos teve até certo pioneirismo em se consolidar e se reproduzir enquanto cenário. Sem dúvida, junto do Rio de Janeiro é a cidade brasileira que possui o maior capital de imagem acumulado. Por isso, o estádio tem em Brasília uma função um tanto quanto diferente das outras cidades, algumas inclusive, se lançando como cenário só porque receberá a Copa (o que nos permite pensar na possibilidade de a Copa do Mundo ser uma produtora em si de cenários e a Fifa uma agente de peso na produção do espaço cenarizado, angariando e sujeitando cidades a tal condição). Em Brasília o estádio serve para reintegrar a maquete real. O estádio serve de pretexto para a recolocação e renovação de Brasília no mundo regido por imagens. A Copa serve então para reapresentar a Brasília cenário ao mundo.

O então governador do Distrito Federal, Rogério Rosso, foi só mais um a alardear um dos mantras ideológicos que justificam a realização -e por conseqüência os gastos – com a Copa de 2014 dizendo que “A Copa é um evento único”. A confusão é deliberadamente posta, pois não se trata de ver a Copa como um evento único, mas sim como um único evento.

A sucessão de absurdos não cessa. Ainda que cerca de 97% das obras estejam sendo pagas com dinheiro público todos os estádios serão entregues para administração privada. Em Natal a Arena das Dunas está sendo financiada fundamentalmente pela prefeitura que destinará o estádio a um consórcio que o administrará por 20 anos. Em Cuiabá o estádio está sendo construído pelo governo do Estado do Mato Grosso, mas as negociações para a administração privada geri-lo já está em curso. Em Manaus a obra do estádio Arena Amazônia também tem seus recursos advindos fundamentalmente dos cofres estaduais mas a administração será feita por uma empresa privada. O mesmo ocorre em Brasília. É bom que se diga que estes quatro exemplos são de estádios públicos que serão concedidos à empresas privadas que não gastaram um único centavo para construí-los<sup>11</sup>.

Mas lógica da obsolescência programada do espaço vai muito além destes exemplos citados. Ultrapassa a própria razão ou utilidade dos objetos construídos no espaço, pois toda a chamada cadeia produtiva do espaço urbano se vê, de algum modo, em algum nível, posta sob os moldes da obsolescência programada. Poderíamos pensar desde a baixa qualidade dos materiais aplicados em obras, sendo notadamente as rodovias um exemplo potente, na medida em que devem ser quase que constantemente reformadas. A razão para tal veloz depreciação não poderá ser abarcada sem levar em conta a necessidade de reprodução ampliada do capital, agora, avançando também sobre todo e qualquer espaço.

Então, ao ressaltar as cidades de Manaus, Cuiabá, Natal e Brasília pretendemos aproveitar a lógica do elefante escancarada para avançar no entendimento das estratégias e tentativa de reprodução ampliada do capital no urbano. Mas mesmo dentro da Copa há outros, muitos elefantes escondidos. Vide as arquibancadas móveis que serão instaladas no Itaquerão. Serão vinte mil lugares custeados pelo Estado para viabilizar a abertura da Copa. Isso porque as exigências de locação mínima no estádio para abertura da Copa são cerca de 68 mil. O estádio, que é privado e pertence ao Corinthians, está sendo construído pela Odebrecht com capacidade de 48 mil lugares, então, as

---

<sup>11</sup> Há estádios privados que também contam com um montante relevante, muitas vezes majoritário, de dinheiro público em suas reformas e construções. São eles: estádio Itaquerão em São Paulo, estádio Beira Rio em Porto Alegre e Arena da Baixada em Curitiba. Há ainda o estádio de Pernambuco que está sendo realizado por meio de parceria Público-Privada.

arquibancadas móveis foram a forma de viabilizar a abertura da Copa em São Paulo a um módico custo de 70 milhões de Reais a serem pagos pelo Estado de São Paulo. A Prefeitura concedeu isenção fiscal, através da emissão dos chamados *CID's* (Certificados de Incentivo ao Desenvolvimento) na ordem de até 420 milhões de reais, por meio de Projeto de Lei 288/2011 para a construção do estádio em Itaquera. Agora o Corinthians tenta pagar parte destes benefícios com publicidade de Ong's na sua camisa.

O exemplo Londrino também merece ser mencionado. As Olimpíadas ocorreram entre o fim de Julho e primeiras semanas de Agosto de 2012. Assim que terminada a competição, foram retomadas as obras para iniciar a adequação da área. Com o fim das Paraolimpíadas (10/09/2012) a cidade começou uma obra com término previsto para 2014, quando todas as áreas olímpicas finalmente estarão transformadas para uso da população. A tempo: “uso da população” é a expressão empregada pelos responsáveis do projeto.

As máquinas de construção, que abandonaram o Parque há apenas um mês e meio, voltarão ao local na semana que vem para começar a remodelação dos recintos esportivos permanentes e para desmontar os provisórios.[...]

Um deles é a Arena de Basquete, uma instalação com capacidade para 12 mil espectadores, que custou 40 milhões de libras (R\$ 129,8 milhões), e que desaparecerá totalmente.[...] <sup>12</sup>

Aqui podemos salientar a necessidade de compreender o novo papel do Estado na reprodução do capitalismo. Embora Marx já tenha apontado em sua crítica à economia política a inerente relação entre Estado e capital, a reprodução crítica põe novas estratégias e formas de relação em curso. Convém, por isso, expor a impossibilidade de compreender a lógica do elefante obsoleto se não atrelá-lo à compreensão do espaço como a nova maquinaria.

No momento em que o movimento tautológico do dinheiro ganha, o Estado como o emissor por excelência do dinheiro reafirma seu poder de atuação. Torna-se oportuno citar as colocações de Kurz (2011) sobre a relação entre capital e Estado:

Estado e capital crescem co-originariamente de uma só raiz, condicionando-se mutuamente, como os dois lados da mesma relação[...] O Estado, supostamente “cancelado” e podado nas suas funções na era neoliberal, ressurgiu, por assim dizer da noite para o dia, como “última instância”, sendo invocado como demiurgo e *deus ex machina*.

---

<sup>12</sup> Disponível em [www.portal2014.org.br](http://www.portal2014.org.br) (consultado em 10/09/2012).

Kurz refere-se mais especificamente aos grandiosos resgates (leia-se também impressão de dinheiro) feitos pelos Estados, sobretudo Estados Unidos e Europa, pós crise de 2008. Mas nos serve aqui para compreender o papel do Estado brasileiro na tentativa de crescimento econômico. Se nos EUA e Europa o Estado agiu para tentar frear a crise de 2008, aqui o Estado age, também por meio da Copa, para tentar evitar a crise.

Assim, a incrível manada branca em curso se move com dinheiro do Estado que produz a obsolescência programada do espaço como tentativa - desde já fracassada- de reproduzir ampliadamente o capital.

### **Considerações finais**

Diante deste processo é possível indicar a produção do espaço urbano como um dos motores fundamentais da reprodução do capital em sua atual fase crítica. O urbano se põe como a nova maquinaria, mas ainda assim não resolve por si só a frenética necessidade, cada vez mais voraz, da reprodução ampliada.

A Fifa, possuidora do maior evento do mundo, não poderia ficar de fora desta relação entre capital e espaço urbano; então lança seu conjunto de exigências e de estratégias maximizando seus lucros. Esta entidade reúne aspectos emblemáticos do mundo contemporâneo pois não só atua nos “negócios do espaço” como se envolve nos “negócios do lazer e do esporte”, evidenciando a complexidade e a amplitude que o capitalismo adquiriu para além do processo produtivo clássico (relação capital-trabalho), bem como todo o peso deste no seio da vida cotidiana.

Entretanto, merece destaque o papel do Estado nessa operação que reúne a maior entidade futebolística e o maior evento (não só esportivo) do mundo. Pois é tão somente por meio do Estado que as necessidades juridico-legislativas são organizadas para viabilizar a Copa do Mundo de futebol da Fifa, nos termos exigidos por esta entidade. Também cabe ao Estado, via de regra, disponibilizar o dinheiro, seja por meio de crédito (sendo o BNDES o principal agente neste caso), ou mesmo por meio de obras financiadas e pagas com o dinheiro público. Também cabe ao Estado toda a operação de segurança não só para os envolvidos no evento (dos torcedores aos dirigentes e turistas), como também para as exigências da Fifa que vão, por exemplo, da zona de exceção no entorno dos estádios e chegam aos direitos de imagem e às patentes de frases e logotipos.

Em suma, a Copa do Mundo Fifa nos oferece a oportunidade de desvendar as novas facetas e tentativas do capital se reproduzir ampliadamente bem como nos possibilita compreender as novas formas de ação do Estado diante desta necessidade. Então o espaço urbano não deixa de ser parte tanto

das novas estratégias reprodutivas do capital como daquelas advindas do Estado, fatos que recondicionam as possibilidades e formas de uso da cidade e dos lazeres na cidade, lançando não só o espaço urbano como também o cotidiano de joelhos diante da reprodução (crítica) do capitalismo contemporâneo.

## Referências

DAMIANI, Amélia Luisa. "A crise da cidade: os termos da urbanização". in DAMIANI, A. L., CARLOS, A. F. A. e SEABRA, O. C. L.(org.), *O espaço no fim de século*. São Paulo: Contexto, 1999. p. 118.

DAMIANI, Amélia Luisa. “Urbanização Crítica e Situação Geográfica a partir da Metrópole de São Paulo.” In.: CARLOS, A. F. A. e OLIVEIRA, A.U. (Orgs). *Geografias de São Paulo: Representação e crise da Metrópole*. São Paulo: Contexto. 2004. p. 19-58.

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

FRANCO JUNIOR, Hilário. *A dança dos deuses*. São Paulo, Companhia das Letras, 2007.

GONÇALVES, Glauco R. *A crise da cidade em jogo: O futebol na contramão em ruas da Penha*. Dissertação de Mestrado (Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP). São Paulo: USP, 2011.

KURZ, Robert. *O colapso da modernização: da derrocada do socialismo de caserna à crise da economia mundial*. 6.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2004.

KURZ, Robert. “Não há Leviatã que vos salve – Teses para um teoria crítica do Estado” In: Revista *EXIT!* n.8, Julho de 2011. Disponível em [www.obeco.planetaclix.pt](http://www.obeco.planetaclix.pt). Acessado em 06 de Dezembro de 2011.

LEFEBVRE, Henri. *Critique de la vie quotidienne, Vol II: Fondements d'une sociologie de la quotidienneté*. Paris: Éditions L'arche, 1961.

LEFEBVRE, Henri. *La production de l'espace*. 4º edição. Paris: Anthropos, 2000.

LEFEBVRE, Henri. *Espaço e Política*. Belo Horizonte: UFMG, 2008.



MARX, Karl. *O capital*. Vol 1,2,3 e 4. 2ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985.

MARX, Karl. *Grundrisse*. Rio de Janeiro: UFRJ/Boitempo, 2011.

MELO, José de. Folha de São Paulo, Esporte, D4, 29 de Agosto de 2012.

SEABRA, Odette C.L. “Futebol: do ócio ao negócio.” in Debortoli, José Alfredo O., Martins, Maria de Fátima A., Martins, Sérgio. *Infâncias na Metrópole*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2008.

SILVA, Vânia. “Cuiabá-MT e a copa 2014: do sonho à realidade” in *XII Simpurb*, Belo Horizonte, 2011. Disponível em: [www.xiisimpurb2011.com.br](http://www.xiisimpurb2011.com.br) (acessado em novembro de 2011).

---

Glauco Roberto Gonçalves

Bacharel e Licenciado em Geografia pela Universidade de São Paulo. Mestre e doutorando em Geografia Humana pela mesma Universidade.

Laboratório de Geografia Urbana - Departamento de Geografia – FFLCH/USP. Avenida Prof. Lineu Prestes, 338. Cidade Universitária.

CEP: 05508-080 - Caixa Postal:72042 - São Paulo.

[glauco.goncalves@usp.br](mailto:glauco.goncalves@usp.br)

---

Recebido para publicação em maio de 2013  
Aprovado para publicação em julho de 2013