



“Essa estátua nós que construímos”: entendendo a relação dos visitantes com os financiamentos coletivos a partir da visita turística no Estádio de São Januário (RJ)

João Victor Hortencio¹

Resumo

A memória é fruto de seu ambiente social e político, podendo ser alvo de ações e estratégias para o seu uso baseado em objetivos comerciais. No caso de times de futebol, em que os indivíduos possuem histórias e relações com determinadas instituições, os clubes podem utilizar os eventos históricos ocorridos no passado para aproximar e fortalecer laços com os seus torcedores. Nesse sentido, a memória é primordial para entender os vínculos de pertencimento e afetividade dos torcedores vascaínos com o Estádio de São Januário, dado que o local sediou acontecimentos relevantes de interesses esportivos, culturais e sociais para o país. Por conta do representativo número de financiamentos coletivos ligados ao Club de Regatas Vasco da Gama e a necessidade de entender essa relação, o objetivo geral do artigo é levantar um possível histórico colaborativo dos torcedores vascaínos com o clube, verificando as conexões das campanhas de financiamento com o afloramento dos laços de identidade e pertencimento entre torcedores, clube e estádio. Para isso, aplicou-se a pesquisa empírica a partir do *Tour* da Colina, experiência de visita guiada ofertada pelo Vasco no estádio de São Januário. De abordagem qualitativa, natureza exploratória-descritiva e cunho etnográfico, aplicou-se as técnicas da observação participante e da história oral temática como técnicas de coleta de dados, dividindo os caminhos metodológicos em três partes. Na primeira, idealizou-se o referencial teórico e a pesquisa em documentos, jornais específicos e *sites* relacionados ao Vasco da Gama para elaborar o levantamento dos financiamentos coletivos criados no século XXI e refletir sobre o uso da memória da instituição. A segunda etapa correspondeu a observação em campo das visitas no *Tour* da Colina. A terceira etapa consistiu nas entrevistas, por meio da história oral temática, com visitantes e funcionários do clube. A pesquisa empírica propiciou conhecer o vínculo dos visitantes com o clube e com o estádio, a relação de pertencimento, a associação com as campanhas colaborativas e os relatos de histórias marcantes vivenciados por eles. Ao analisar os treze financiamentos coletivos envolvendo o Vasco da Gama, identificaram-se elementos de resgate da construção de São Januário sendo utilizados para a mobilização de novas campanhas, isto é, a propagação da memória da instituição colabora para que torcedores se sintam apegados sentimentalmente e continuem contribuindo para manter uma tradição de engajamento em financiamentos coletivos. Além disso, estas campanhas se modernizaram, de acordo com o avanço tecnológico, porém sem perder a sua essência colaborativa. Ao longo da pesquisa de campo, percebeu-se que os visitantes expressavam satisfação e orgulho ao se depararem com os produtos resultados dos financiamentos coletivos em São Januário, como a Estátua do Roberto Dinamite, a calçada da fama e o muro em referência ao eterno goleiro Barbosa.

Palavras-chave: *crowdfunding*; identidade; memória; Vasco da Gama; *Tour* da Colina.

¹ Mestre em Turismo (PPGTUR-UFF) – com bolsa CAPES. Professor substituto do Curso de Bacharelado em Hotelaria da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. <http://lattes.cnpq.br/1890261752797194>. E-mail: joaovictorhortencio@hotmail.com